

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN MERCADOTECNIA
Modalidad Escolarizada

Programa de Estudios

Globalización, Innovación y Cambios
Disruptivos

NOMBRE DE LA ASIGNATURA

Globalización, Innovación y Cambios Disruptivos

CLAVE DE LA ASIGNATURA

TMD103

CICLO

PRIMER TETRAESTRE

CRÉDITOS

5

HORAS FRENTE A DOCENTE

48

HORAS INDEPENDIENTES

32

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Con respecto al perfil del egresado, a través de esta materia se pretende que los estudiantes:

- Identifiquen el impacto de la globalización en su ámbito de trabajo y la relación que ésta tiene con la mercadotecnia.
- Reconozca los conceptos de globalización, innovación y cambios disruptivos, así como su relación con la práctica de la mercadotecnia.

Registre ejemplos de innovación y cambios disruptivos presentes en los mercados globales y locales.

COMPETENCIAS:

Al finalizar el curso, el participante podrá desempeñar las siguientes competencias:

- Describir el concepto de globalización en los ámbitos económico y político.
- Describir a la globalización como un proceso económico, tecnológico, político y cultural a escala mundial que conlleva la interdependencia entre países a partir de sus mercados, sociedades y culturas.
- Identificar los efectos de la globalización en los sistemas productivos y competitividad empresarial.
- Describir el concepto de innovación, con énfasis en el desarrollo de ventajas competitivas.
- Describir en qué consisten los cambios disruptivos y su relación con la tecnología.

INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA:

La globalización está inmersa en amplias zonas de la vida de las personas. Independientemente del nivel sociocultural en que se desarrolle cada familia y cada individuo, existe un gran número de ejemplos en los que se puede verificar el impacto de los fenómenos globales en la vida cotidiana de la gente.

Para un estudiante que inicia su recorrido en la carrera de TSU en Mercadotecnia, es fundamental tomar conciencia de temas que serán básicos a lo largo de sus estudios y de su práctica profesional. Tener la capacidad de describir conceptos relacionados con la globalización, la innovación, y los cambios disruptivos, permitirá al estudiante involucrarse en diálogos que forman parte de la práctica mercadotécnica, de una forma sencilla y clara, a partir de un lenguaje cotidiano.

Considerando el estrecho vínculo que existe entre los fenómenos de globalización y las actividades propias de la mercadotecnia, se plantea que los contenidos de esta materia tengan una verificación en la experiencia cotidiana de los alumnos. Esto facilitará la apropiación de los conceptos, así como el diálogo constante sobre la práctica de la mercadotecnia. De este modo se espera que el alumno desarrolle las siguientes competencias:

- Describir a la globalización como un proceso económico, tecnológico, político y cultural a escala mundial que conlleva la interdependencia entre países a partir de sus mercados, sociedades y culturas.
- Identificar los efectos de la globalización en los sistemas productivos y competitividad empresarial.
- Mencionar a los organismos internacionales vinculados con los procesos de globalización en el mundo.
- Describir las principales características de la liberación comercial.
- Describir en qué consiste la tecnología disruptiva.
- Describir el concepto de innovación, con énfasis en el desarrollo de ventajas competitivas.

A través de las actividades de aprendizaje, que en varios casos buscan la interacción docente-alumno, así como alumno-alumno, se busca la asimilación de los conceptos de cada unidad temática. Y, como parte de los recursos relacionados con el aprendizaje, se propone el uso de varias ligas a espacios para lectura, hipertextos o videos que pueden ser consultados en línea, a fin de que los alumnos puedan hacerlo en espacios fuera de aula y en el momento que les resulte más adecuado, en función de sus preferencias y actividades cotidianas.

Unidades temáticas

Nombre de la Unidad	
Evaluación diagnóstica	
Unidad I. Definición de Globalización	
1.1	Definiciones y conceptos
1.2	Elementos para comprender la globalización
1.3	La globalización como periodo histórico
1.4	La globalización como un fenómeno principalmente económico fenómeno económico
1.5	La globalización como la propagación de los valores estadounidenses
1.6	La globalización como una revolución social nacida del desarrollo tecnológico
1.7	La globalización como un cambio a largo plazo en la experiencia del espacio y la distancia
	Actividades de aprendizaje por parte del docente
2. Factores que dan origen a la globalización	
2.1	Factores tecnológicos
2.2	Factores políticos
2.3	Factores históricos
	Actividades de aprendizaje por parte del docente
3. Globalización: economía y política	
3.1	Interrelación entre economía y política
4. Globalización: tecnología y producción	
4.1	Las compañías de la era de la globalización
5. Globalización: cultura y medio ambiente	
5.1	Cambios culturales en la globalización
5.2	Efecto de la globalización en el medio ambiente
Unidad II. Efectos de la globalización en los mercados y la vida de las personas	
1. Marcas y empresas globales	
1.1	Compañías globales, marcas globales.
1.2	Las marcas y los valores globalizados
2. Transformación de los mercados por influencia de la globalización.	
2.1	La Amplificación del Consumo
2.2	Integración de cadenas de producción y comercialización
2.3	Las empresas en la era de internet 2.0
3. ¿Cómo se expresa la Globalización en la vida cotidiana?	
3.1	Expresiones de la globalización
3.2	Descripciones desde la globalización
	Actividades de aprendizaje por parte del docente

Unidad III. Innovación	
Innovación y desarrollo de ventajas competitivas	
1.1	Innovadores y emprendedores.
1.2	Ventajas Competitivas
Innovación: Mercado, novedad y transformación constante	
2.1	Novedad, el motor incansable del mercado.
2.2	Innovar o morir, de eso se trata.
Las Fuentes de la innovación y su importancia para la mercadotecnia	
3.1	El mercado, la sociedad y el consumo.
3.2	El cambio demográfico
3.3	El desarrollo tecnológico
3.4	Todo está en la experiencia

Bibliografía

- Giddens, Anthony, Un Mundo Desbocado, Taurus 1999.
- Roberts, Kevin, Lovemarks, Saatchi & Saatchi, Ediciones Urano, 2005.
- Feldwick, Paul, et al, El Enfoque Springboard, Versión 2: 2003, DDB Worldwide Communications Group.
- Dru, Jean Marie, The Ways to New, 15 Paths to Disruptive Innovation, Wiley, TBWA Worldwide 2015.
- Sheenan, Brian, Loverworks, powerHouse Books, 2013.
- Moon, David, et. al., Globalization for Dummies, <https://www.emaze.com/@A1OWTLLL/Globalization-for-Dummies>
- Wikipedia, Globalización, <https://es.wikipedia.org/wiki/Globalizaci%C3%B3n>
- Torrent Lluís, ¿Qué es la globalización? Once videos para entenderla mejor., <http://www.unitedexplanations.org/2013/05/08/que-es-la-globalizacion-siete-expertos-responden/>
- Banco Mundial, ¿Qué es la globalización?, <http://www.bancomundial.org/temas/globalizacion/cuestiones1.htm>
- WikiHow, Cómo entender la globalización, <http://es.wikihow.com/entender-la-globalizaci%C3%B3n>
- Rafael Clemente, “La World Wide Web cumple 25 años”, en El País, http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/03/11/actualidad/1394554623_973239.html
- AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet), Estudio sobre los hábitos de uso de internet en México 2016, https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf
- Gutiérrez, Jesús Paul, El Consenso de Washington, <http://www.expansion.com/diccionario-economico/consenso-de-washington.html>
- López Romo, Heriberto, Los niveles socioeconómicos y las familias en México - Comité de Investigación IAB México, Slideshare, <http://es.slideshare.net/iabmexico/nivel-socioeconomico-y-familias-en-mexico>

- ITSON, Ventaja Competitiva, Tomado de Porter, Michael E., Competitive Strategy, <http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf>