1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
MÓDULO	NEGOCIOS INTERNACIONALES		
Clave:			
Horas y créditos:	Teóricas**: 32**	Prácticas: **32**	Estudio Independiente: **32**
	Total de horas:	**Créditos: 6**	
Tipo de módulo:	**Teórico**	**Teórico-práctico X**	**Práctico**
Competencia(s) del perfil de egreso que desarrolla o a las que aporta.	El alumno desarrollara la capacidad para gestionar, de manera ética y socialmente responsable, los procesos de comercialización internacional de bienes y servicios en sus aspectos de abastecimiento, negociación, ventas, logística, tráfico, operación aduanera, administración de inventarios, importación y exportación, para garantizar la eficiencia operativa y desarrollo sostenible en las empresas.		
Responsables de elaborar y/o actualizar el programa:	**DR. OSCAR ELÍ VELARDE MORENO**		
Fecha de	**Elaboración: 13/06/2018**	**Actualización:**	

2. PROPÓSITO

Propiciar un ambiente de aprendizaje donde el alumno pueda desarrollar sus capacidades de análisis crítico y formular estrategias que permitan resolver los problemas relacionados con el comercio exterior, así como identificar cual es la mejor estrategia para ingresar a un país de destino en términos de intercambio comercial.

3. SABERES

Teóricos:	Conoce los aspectos más importantes respecto a la globalización y sus implicaciones en el comercio internacional. Entiende la estrategia y estructura de los mercados internacionales, así como las formas de operación del comercio internacional.
Prácticos:	Cuenta con una sólida formación para la toma de decisiones estratégicas respecto a la comercialización de un bien o servicio a otros países.
Actitudinales:	Interpreta las diferencias culturales entre los países y el grado que esta influye en las estrategias de comercio internacional.

4. CONTENIDOS

1. Globalización
    - ¿Qué es la globalización?
    - Globalización de los mercados.
    - Globalización de la producción.
    - Surgimiento de instituciones mundiales.
    - Impulsores de la globalización.

- Cambios demográficos de la economía mundial.
- El debate de la globalización.
- La administración ene le mercado globalizado.

2. Diferencias nacionales en economía política.
    - Introducción.
    - Sistemas políticos.
    - Sistemas económicos.
    - Sistemas legales.
    - Determinantes del desarrollo económico.
    - Estados en transición.
    - La naturaleza de la transformación económica.
    - Implicaciones en los cambios en la economía política.
3. Diferencias culturales.
    - ¿Qué es cultura?
    - Estructura Social.
    - Sistemas religiosos y éticos.
    - Idioma, educación, cultura en el trabajo, cambio cultural.
4. Ética en los negocios internacionales.
    - Problemas éticos de los negocios internacionales.
    - Dilemas éticos.
    - Raíces del comportamiento anti ético.
    - Enfoques filosóficos para la ética.
5. Estrategia en los negocios internacionales.
    - Estrategia y empresa
    - Expansión global, rentabilidad y crecimiento.
    - Presiones para reducir costos y mostrar sensibilidad local.
6. Organización de los negocios internacionales.
    - Arquitectura organizacional.
    - Estructura organizacional.
    - Sistemas de control e incentivos.
    - Procesos, cultura organizacional.
    - Síntesis, estrategia y estructura.
    - Cambio organizacional.
7. Estrategia de entrada y alianzas estratégicas.
    - Decisiones básicas de entrada.
    - Formas de ingreso.
    - Selección de la forma de entrada.
    - ¿Empresa greenfield o adquisición?
    - Alianzas estratégicas.
8. Exportación, Importación e intercambio compensado.

- Las promesas y los riesgos de la exportación.
- Mejorar el desempeño de la exportación.
- Financiamiento de la exportación y de la importación.
- Asistencia en la exportación.
- Intercambio compensado.

9. Producción global, subcontratación y administración de materiales.
    - Estrategia, fabricación y logística.
    - Lugares idóneos para producir.
    - El papel estratégico de las plantas en el extranjero.
    - Subcontratación de la producción.
    - Administración de la cadena global de suministro.
10. Marketing mundial e investigación y desarrollo.
    - La globalización de los mercados y las marcas.
    - Segmentación del mercado.
    - Atributos del producto.
    - Estrategia de distribución y comunicación.
    - Estrategias para determinar el precio, mezcla del marketing y desarrollo de nuevos productos.
11. Administración global de recursos humanos.
    - Función estratégica de la administración de recursos humanos.
    - Políticas de contratación.
    - Capacitación y desarrollo administrativo.
    - Evaluación del desempeño.
    - Compensación.
    - Relaciones laborales internacionales.
12. Contabilidad en los negocios internacionales.
    - Diferencias nacionales entre las normas de contabilidad.
    - Normas nacionales e internacionales.
    - Las consecuencias de las diferentes normas contables.
    - Consolidación multinacional y conversión de divisas.
    - Aspectos contables de los sistemas de control.
13. Administración financiera en los negocios internacionales.
    - Decisiones de inversión.
    - Decisiones de financiamiento.
    - Administración global del dinero.
    - Movimiento de dinero entre fronteras.
    - Técnicas de la administración global del dinero.

5. ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR LAS COMPETENCIAS

Actividades del docente

- Establecer las políticas del curso
- Respetar el horario del curso y la forma de evaluarlo.
- Cumplir el temario y el número de horas asignadas al curso.
- Asesorar y guiar el trabajo de las unidades de aprendizaje.
- Retroalimentar el trabajo de los alumnos.
- Preparar material y utilizar estrategias que permitan alcanzar los propósitos del curso.
- Asistir a todas las sesiones y estar a tiempo.
- Mantener el control dentro del aula y fomentar el trabajo en equipo.
- Mantener una actitud de respeto y tolerancia a los estudiantes.
- Elaboración de estudios de caso.

Actividades de estudiante

- Asistir puntualmente
- Contar con asistencia mínima de 80%
- Cumplir con las actividades encomendadas, entregando con calidad en tiempo y forma los trabajos requeridos.
- Participar activa y críticamente en el proceso de enseñanza aprendizaje.

6. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

6.1. Evidencias de aprendizaje	6.2. Criterios de desempeño	6.3. Calificación y acreditación
• Contar con la asistencia mínima de 80% • Serie de casos prácticos y análisis crítico • Examen parcial escrito	• Claridad y limpieza en los reportes de ejercicios realizados. • Demostrar la aplicación del contenido de los cursos • Nivel de comprensión lectora y expresión textual y oral • Cuidado del lenguaje al hablar y de la ortografía al escribir. • Análisis crítico.	• Participación en clase 10% • Prácticas 10% • Exámenes parciales: 80% • Evaluación final: Se promedia con ordinario

1.4. Medios de registro y medición de las evaluaciones

- Lista de asistencia
- Carpeta del docente

7. FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía Básica:

Hill, C. W. (2011). International Business, competing in the global marketplace. US: Mc Graw-Hill.

Bibliografía complementaria

Chaney, L., & Martin, J. (2010). Intercultural Business Communication . EUA: Prentice Hall .
Fatehi, K. (2007). Anaging Internationally: Succeeding in a Culturally Diverse World . US: Sage Publications.
Ferraro, G. (2009). The Cultural Dimension of International Business . US: Prentice Hall.

8. PERFIL DEL PROFESOR

- Con nivel mínimo de maestría
- Habilidades en Dirección y administración.
- Experiencia en comercio internacional.
- Experiencia en marketing internacional.