



**UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA**

**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PLAN DE ASIGNATURA**

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:	<b>NEGOCIOS INTERNACIONALES</b>	
CODIGO DE LA ASIGNATURA:	<b>02128</b>	
CICLO DE FORMACIÓN:	BÁSICO	
	PROFESIONAL	X
COMPONENTE DE FORMACIÓN	BÁSICO	
	HUMANÍSTICO	
	PROFESIONAL	X
	ELECTIVO	
	OPTATIVO	
UBICACIÓN ASIGNATURA: (Semestre/ ano)	NOVENO	
NIVEL DE FORMACIÓN:	POSGRADO	
	PREGRADO	X
	TECNOLÓGICO	
	TÉCNICO	
INTENSIDAD HORARIA SEMANAL:	<b>No. HORAS</b>	
	Presenciales	4
	Independientes	8
	<b>TOTAL HORAS</b>	12
CREDITOS ACADÉMICOS:	4	
PRERREQUISITOS:		
CORREQUISITOS:		
MODALIDAD:	PRESENCIAL	X
	A DISTANCIA	
	TUTORIADA	
	VIRTUAL	
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	OBLIGATORIA	X
	ELECTIVA	
TIPO ASIGNATURA:	TEORICA	X
	PRÁCTICA	
	TEÓRICO-PRÁCTICA	

**JUSTIFICACIÓN**

Los Negocios Internacionales comprenden una enorme y cada vez mayor porción de los negocios mundiales totales. Hoy en día no hay empresa que no resienta los efectos de los acontecimientos y la competencia globales, ya que la mayoría de las compañías vende sus



## UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

productos o reciben provisiones de países extranjeros, o ambas cosas, y compiten con productos y servicios procedentes del exterior.

Las compañías que incursionan en los negocios internacionales quizá deban adoptar modalidades de negocios, como la exportación y la importación, diferentes a aquellas a las que están acostumbradas a escala nacional. Para operar eficazmente, los profesionales deben conocer esas diferentes modalidades.

La globalización de la economía mundial es una condición del mercado que exige estrategias ofensivas audaces para conseguir nuevas posiciones en el mercado y estrategias defensivas potentes para proteger las ya ganadas.

Este último tiempo se han caracterizado por la rápida globalización de los negocios. Las estrategias globales se han transformado en tema de preocupación para la gran mayoría de las egresadas internacionales; a pesar de la rápida globalización experimentada por muchas empresas, el marco conceptual para la formulación de estrategias y gestión no se ha quedado atrás.

### OBJETIVO GENERAL

Explicar las fuerzas del entorno internacional de los negocios y el contexto competitivo global en que se mueven las empresas hoy. Al mismo tiempo podrán analizar las alternativas estratégicas que se plantean a las empresas en los mercados externos.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Asimilar la complejidad del entorno de los negocios internacionales, a partir del marco teórico que sustenta el desarrollo de estrategias, la organización y la operación de las empresas en ambientes internacionales.
- Interpretar el conocimiento del entorno global de los negocios.
- Manejar diversos aspectos y elementos de los negocios internacionales.
- Identificar y diseñar en la práctica estrategias de internacionalización de una empresa.

### PRINCIPIOS DE FORMACIÓN Y METAS DE APRENDIZAJE EN TÉRMINOS DE COMPETENCIAS

#### A. COMPETENCIA DE APRENDIZAJE Y DOMINIOS GENERALES:

Al finalizar el curso los estudiantes estarán en capacidad de:

Hacer uso de métodos, técnicas e instrumentos de recolección de información particulares, previamente identificados y diseñados.

#### B. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

##### - COMPETENCIA INTERPRETATIVA:

El estudiante de la asignatura Negocios Internacionales comprenderá las estrategias que deberá implementar una empresa que necesite o desee internacionalizarse, adicionalmente estará en capacidad de explicar y relacionar con un lenguaje técnico las actividades que en materia de Negocios Internacionales se presenten tanto en su vida académica como en su vida laboral.

##### - COMPETENCIA ARGUMENTATIVA:

El estudiante podrá argumentar desde la teoría, los pasos o el recorrido que deberá realizar una empresa desde el momento que tome la decisión de internacionalizarse, hasta lograr posicionarse en un mercado.

##### - COMPETENCIA PROPOSITIVA:

El estudiante plantea diferentes alternativas de solución a los problemas relacionados con la empresa internacional que pueda presentarse no solo en el transcurso de su formación profesional como ejercicio académico, sino también en el desarrollo de su vida profesional.



## UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

<b>METODOLOGÍA GENERAL</b>					
Durante el curso se orienta con Exposición de los conceptos por parte del profesor, práctica de campo de los conceptos, discusión de casos y lecturas en trabajo de grupos, y discusión colectiva de trabajos de los alumnos.					
<b>ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS Y DIDACTICAS</b>					
Clase Magistral	X	Talleres de refuerzo		Lecturas previas	✗
Valoración y motivación de aptitudes e intereses		Trabajos en grupo	X	Exposiciones	✗
Presentación de contenidos mediante síntesis, cuadros, mapas conceptuales	X	Ejemplificación del contenido	X	Preguntas en clase	✗
Realización de ejercicios y problemas por parte del profesor	X	Evaluación grupal	X	Diagnóstico de conocimientos previos	✗
Verificación y síntesis de contenidos previos	X	Implementación de recursos didácticos	X	Seguimiento de actividad en la clase	✗

<b>ESTRATEGIAS Y PORCENTAJES DE EVALUACIÓN</b>					
FORMAS DE EVALUACIÓN				PORCENTAJE DE EVALUACIÓN	
Evaluación escrita	X	Exposición	✗	Primer Parcial	30
Quizez	X	Laboratorio		Segundo Parcial	30
Talleres Individuales		Trabajo de campo	✗	Examen Final	40
Talleres Grupales	X	Participación en Clase	✗		

<b>CONTENIDO PROGRAMÁTICO</b>		
UNIDAD TEMATICA	TEMA O SUBTEMA	BIBLIOGRAFÍA
<b>UNIDAD I</b> GLOBALIZACION Y ENTORNO INTERNACIONAL	Proceso de globalización y factores determinantes - Globalización y el sistema económico-financiero mundial - La importancia de los mercados emergentes - La complejidad de las crisis financieras	Lecturas: S1 - Cap 1 - 2020 Un Nuevo Paradigma - Robert Shapiro S1 - Globalización y su impacto en América Latina S1 - Las Economías Emergentes que liderarán el crecimiento EAGLEs - ICE Mar-Abr 2011
<b>UNIDAD II</b> TEORIAS DE COMERCIO INTERNACIONAL	- Políticas Comerciales - Protección y Aperturismo - Esquemas de Cooperación en los Negocios Internacionales - Mecanismos de Comercio (GATT; OMC; Acuerdos	Lecturas: S2 - La economía política del proteccionismo S3 - Ventaja Competitiva de las naciones - Porter – HBR S2 - La integración económica



## UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

	<p>Comerciales)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Factores locales en las ventajas competitivas globales (“el diamante de Porter”).</li> <li>- El modelo Moon, Rugman, Verbeke y el modelo de Cho</li> <li>- Desarrollo de Caso práctico</li> </ul>	<p>S3 - A Dynamic Approach to International Competitiveness_The Case of Korea</p>
<p><b>UNIDAD III</b> LA CULTURA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aspectos y elemento de los Negocios Internacionales</li> <li>- La importancia de las diferencias culturales y algunos modelos de referencia</li> <li>- Desarrollo de caso</li> </ul>	<p><a href="https://www.geert-hofstede.com/">https://www.geert-hofstede.com/</a> S5 - Cap 8 Diferencias Culturales - Dirección de Empresas Internacionales - Pla y León</p>
<p><b>UNIDAD IV</b> EXPANSIÓN COMERCIAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La evaluación y selección de países modelo Papadopoulos.</li> <li>- Distintos enfoques para la estrategia de internacionalización</li> <li>- Estrategia de Entrada en los Mercados Externos</li> <li>- Desarrollo de caso</li> </ul>	<p>Lecturas: S4 - La internacionalización de la empresa el modelo de las 10 estrategias S6 - La Selección De Mercados Preferentes Como Clave En La Internacionalización Empresarial S7 - La estructura organizativa y su adaptación a la estrategia de crecimiento</p>

### BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- Avila Marcue, Felipe.** Tácticas para la Negociación Internacional. Las diferencias culturales. 1ª edición. Edit. Trillas. México.2.000. 270p.
- Hendon D. y R. Hendon.** Cómo negociar en cualquier parte del mundo. 1ª edición. Edit. Limusa. Grupo Noriega Editores. México. 2.000.264 p.
- Negocios Internacionales** de Mc Graw Hill
- KOTLER, Philip,** Manual de la mercadotecnia. Editorial Prentice Hall
- KOTLER, Philip Marketing Internacional
- Porter Michael,** Ventaja Competitiva de las Naciones 2da edición
- Hill, C. W. (2001).** “Negocios Internacionales”. México DF: McGraw-Hill, Interamericana.
- Johnson y Scholes (2001).** “Dirección Estratégica”. Madrid: Prentice Hall. Quinta edición
- Artículos de Harvard Business School (9-108-061; 9.205-112)
- Yip, G. (1997).** “Globalización”. Editorial Norma. Bogotá: Quinta edición.
- Pla, J. y León, F.D. (2004).** “Dirección de Empresas Internacionales”. Madrid: Pearson Education S.A. Primera edición.
- Daniels, Radebaugh y Sullivan (2010).** “Negocios Internacionales. Ambientes y Operaciones”. México DF: Editorial Pearson. Décimo segunda edición.