



UNIVERSIDAD LIBRE

SECCIONAL CALI

PROGRAMA ANALÍTICO

SECCIONAL: CALI

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA ACADÉMICO: CONTADURÍA PÚBLICA

1. **Perfil del Docente:** Economista, Administrador o profesional, de ciencias económicas y administrativas, con formación profesional a nivel de posgrado (maestría, o doctorado), experiencia profesional en área de económica y comercial mínima de 5 años. Con experiencia en el ejercicio docente y profesional, mínimo de 2 años.

2. INFORMACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	Comercio y Negocios Globales		
Código	CEAC20029	N° Créditos	2
Prerrequisitos	NO		
Horas	2		
Tipo de Asignatura	Teórico		
Régimen	Presencial		
Área de Formación	Económica		
Semestre	Sexto (6°)		
Habilitable:	Si		
Validable:	Si		

3. INTRODUCCIÓN AL CURSO.

Presentación

El curso de Comercio y Negocios Globales, permite comprender el origen y las tendencias del comercio, los efectos de política económica y comercial, en el sistema multilateral y bilateral. Se ha estructurado en cuatro módulos temáticos, iniciando con la conceptualización de los elementos básicos de la teoría del comercio internacional, el análisis del entorno y las dimensiones para el estudio del ambiente internacional de los negocios; los procesos de cooperación económica y consolidación de tratados internacionales; el análisis y evolución del comercio internacional por sectores y regiones (dinámica de observación a 15 años), efectos positivos y negativos. Y la identificación de estrategias y modelos para actuar y permanecer en los mercados globales.

Justificación

Las dinámicas de la economía global exigen el conocimiento del entorno y ambiente internacional de los negocios, en sus diferentes dimensiones: económicas, culturales, legales, políticas, tecnológicas, competitivas y ambientales. E igualmente las tendencias recientes del comercio, desarrollados en el marco de un sistema multilateral y bilateral, con procesos de integración que permiten la participación de competidores globales en contextos regionales y locales. Lo anterior implica estudiar las ventajas económicas y de competencia regional, como fuente de generación del comercio e instrumento de desarrollo; los efectos de la integración inicial en las cadenas de valor mundial (países en desarrollo), impacto de las políticas comerciales y económicas en el comercio, definidas por los diferentes organismos transnacionales y nacionales.

Objetivo General.

Lograr el conocimiento de los fundamentos teóricos del comercio, políticas, organismos y factores que influyen en la dinámica y evolución de los flujos comerciales, y el desarrollo de los negocios en el contexto global.

4. METAS DE APRENDIZAJE EN TÉRMINOS DE COMPETENCIAS

Competencia de aprendizaje y dominio generales.

El estudiante lograra conceptualizar y argumentar, de manera crítica los campos temáticos objeto de estudio, orientados en el aula de clase.

Competencias específicas: Cognitivas, procedimentales, potestativas, comunicativas, pensamiento crítico, investigativas y socio formativas.

- Comprender y analizar los fundamentos teóricos del comercio internacional, las políticas y programas que permiten la integración comercial en el contexto global.
- Conocer y Analizar el entorno internacional en sus diferentes dimensiones (económico, político, ambiental, cultural, social, tecnológico).
- Investigar las regiones factibles para los negocios, argumentando oportunidades y amenazas.
- Investigar e interpretar la evolución de los flujos de comercio, de Colombia y el resto del mundo. Causas y efectos.

5. CONTENIDO DEL PROGRAMA

Unidades temáticas	Temas o subtemas (Ejes Problémicos)	Estrategias y recursos didácticos	Bibliografía Básica y Lecturas Complementarias	Criterios de Evaluación
Introducción al Comercio Internacional	Conceptos básicos: Comercio internacional. Negocios internacionales. Balanza de pagos. Balanza comercial. Balanza de rentas. Déficit comercial. Excedente comercial, equilibrio comercial internacional. Mercado de divisas. Tipo de cambio Determinantes. Crecimiento económico. Factores impulsores de la globalización. Marco Institucional del Comercio Exterior Colombiano. Política comercial.	Guía temática de estudio. Talleres. Lecturas. Actividad de investigación en el aula. Actividad de investigación posterior guiada. Computador. Video proyector.	Economía Internacional, P.R. Krugman, M.Obstfeld, Addison Wesley. Edición (2013). Negocios internacionales ambientes y operaciones John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan. Décimo cuarta edición. México Pearson 2013. ISBN.978-607-32-2160-3. CEPAL, "Globalización y Desarrollo". Revista del vigesimonoveno periodo de sesiones sobre globalización y desarrollo. Brasilia, Brasil.	Conocimiento, capacidad argumentativa, actividad investigativa en el aula, trabajo en equipo.

Unidades temáticas	Temas o subtemas (Ejes Problémicos)	Estrategias y recursos didácticos	Bibliografía Básica y Lecturas Complementarias	Criterios de Evaluación
	<p>Políticas económicas. Instrumentos de política. Impacto de las políticas comerciales y económicas en el comercio. Programas especiales activos.</p>		<p>Doc. Marco Institucional del Comercio Exterior Colombiano.</p>	
<p>Teoría Clásica del Comercio Internacional</p>	<p>Teorías intervencionistas. Mercantilismo. -Teorías de libre comercio. Ventajas económicas. Ventaja absoluta. Ventaja comparativa. Ventaja competitiva.</p>	<p>Lecturas temáticas. Actividad de investigación previa. Trabajo colaborativo guiado durante la clase. Trabajo de investigación posterior a la clase guiado. Video proyector.</p>	<p>Apleyar Field, Economía Internacional. Mc Graw Hill. P.R. Krugman, M.Obstfeld, Economía Internacional, Addison Wesley. Novena edición (2011). Negocios internacionales ambientes y operaciones John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan. Décimo cuarta edición. México Pearson 2013.ISBN 978-607-32-2160-3</p>	<p>Conocimiento, capacidad argumentativa, interpretativa, actividad investigativa.</p>

Unidades temáticas	Temas o subtemas (Ejes Problémicos)	Estrategias y recursos didácticos	Bibliografía Básica y Lecturas Complementarias	Criterios de Evaluación
Análisis del Entorno, Ambiente Internacional	<p>Ambiente internacional: Económico.</p> <p>Geográfico. Político y legal. Ambiental. Cultural. Tecnológicos. Competitividad. Organismos Nacionales e internacionales del comercio.</p>		<p>Negocios internacionales ambientes y operaciones John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan. Décimo cuarta edición. México Pearson 2013. ISBN 978-607-32-2160-3</p>	
Cooperación económica y tratados internacionales.	<p>Integración económica y comercial. Acuerdos internacionales y tratados. Países integrantes. Productos incluidos y excluidos.</p> <p>Requisitos y condiciones de acceso: Normas arancelarias. Barreras no arancelarias. Sanitarias, fitosanitarias, normas técnicas, dumping, subsidios, salvaguardias, subvenciones y medidas compensatorias, normas de origen.</p>	<p>Guía temática de estudio, talleres.</p> <p>Lecturas. Actividad de investigación previa, trabajo colaborativo guiado durante la clase.</p> <p>Base de datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo</p> <p>Video proyector.</p> <p>Internet.</p>	<p>-Helpman, Elhanan. El comercio internacional FCE Fondo de Cultura Económica. Edición. 2014. ISBN-978-607-16-2427-7.</p> <p>-Krugman R. Paul- Obstfeld, McGrawHill. Economía Internacional Teoría y política,. Editorial Pearson Addison-Wesley.</p> <p>-Doc. Informe sobre Comercio Mundial- 2014. Comercio y desarrollo: tendencias recientes. Doc. Organización Mundial del Comercio.</p> <p>https://www.wto.org/spanish/res/s/statis/s/statis.s.htm</p> <p>http://onlinebookshop.wto.org</p> <p>www.wto.org/sp</p> <p>-Rojas L Gentil, Conceptualización y métodos para la competitividad Internacional. (USC). Acuerdos Comerciales y de Inversión</p> <p>www.tlc.gov.co/</p> <p>www.mincit.gov.co</p>	<p>Capacidad investigativa, capacidad analítica e interpretativa.</p>

Unidades temáticas	Temas o subtemas (Ejes Problémicos)	Estrategias y recursos didácticos	Bibliografía Básica y Lecturas Complementarias	Criterios de Evaluación
	<p>Barreras que obstaculizan el comercio y los negocios internacionales. Obstáculos técnicos al comercio.</p> <p>Clasificación de los países con base en su desarrollo económico. Riesgo país. Indicadores de competitividad.</p>		<p>www.econlink.com.ar/ www.datosmacro.com/ratings -Centro de información PROCOLOMBIA - Colombia Trade www.procolombia.co www.colombiatrading.com.co BANCO MUNDIAL: http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos</p>	
Análisis y evolución del comercio internacional Colombiano	Dinámica del Comercio Exterior Colombiano. Indicadores de Comercio Exterior (sectorial). Efectos de comercio en el crecimiento. Análisis de comercio intraindustrial e interindustrial.	Base de datos de: Cifras Dane, Banco de la Republica, Ministerio de Comercio Industria y Turismo.	<p>www.dane.gov.co www.mincit.gov.co www.banrep.gov.co www.legiscomex.com Legiscomex.com Soluciones De Comercio Exterior Base de datos LegisComex.com</p>	Capacidad investigativa, capacidad procedimental, y análisis.
Estrategias de los Negocios Internacionales.	<p>Estrategias para actuar y permanecer en los mercados globalizados.</p> <p>Estrategia de entrada. Creación de valor Cadena global de valor. Estrategia de localización. Estrategia internacional. Estrategia multidomestica.</p>	<p>Casos de estudio previo.</p> <p>Guía de estudio previo para discusión guiada durante la clase. Internet.</p> <p>Video proyector.</p>	<p>-HILL W L Charles. Negocios Internacionales, Competencia en el Mercado Global. McGraw Hill. México. ISBN: 978-607-15-0583-5. Traducido 8° edición de International business.</p> <p>-Cue Mancera, Agustín Negocios internacionales en un mundo globalizado. 2015.</p> <p>-Rugman M Alan- Hodgett Rugman, Alan; Hodgetts, Richard. "Negocios</p>	Conocimiento, capacidad de análisis y aplicación, investigación en el aula.

Unidades temáticas	Temas o subtemas (Ejes Problémicos)	Estrategias y recursos didácticos	Bibliografía Básica y Lecturas Complementarias	Criterios de Evaluación
	Estrategia global. Estrategia transnacional. Estrategia de crecimiento internacional. Franquicia. Consorcio. Maquila y manufactura propia. Participación. Contrato administración. Adquisiciones y fusiones. Joint Venture. Operaciones llave en mano. Subsidiaria. Acuerdos de distribución. Alianzas estratégicas.		Internacionales. Un Enfoque de Administración Estratégica”. Mc. Graw -Hill. México. -Pride William- Ferrell O.C.Marketing. Conceptos Estrategias, McGrawHill. Czinkota R. Michael, Ronkainen A. Ilka, Marketing Internacional, THOMSON.	

6. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EMPLEADAS PARA EL DESARROLLO DEL CURSO.

El proceso metodológico para el desarrollo del contenido temático del curso, está fundamentado en la pedagogía activa y colaborativa, centrada en el estudiante y en su proceso de enseñanza aprendizaje. El docente orienta el proceso de conceptualización teórica y práctica; mediante la realización de ejercicios de indagación, y búsqueda de respuesta a preguntas guiadas, a partir de lecturas previas, talleres y casos de aplicación por ejes temáticos. La realización del conjunto de actividades definidas en la guía de clase en grupos de trabajo, organizados en foro de discusión en el aula, facilitará la comprensión y conceptualización temática, logrando la participación activa y responsable del estudiante con participación del docente como facilitador del proceso.

7. MEDIOS Y RECURSOS UTILIZADOS

Guía de estudio por unidades temáticas, lecturas, talleres, casos, bases de datos, internet, computador, video proyector.

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL CURSO

Considera el desarrollo y participación del estudiante en las actividades definidas en la guía de clase, los cuales serán sustentados y evalúa las competencias de conocimiento, argumentación analítica, procedimental, comunicativa.

- Investigación en el aula, talleres, casos. Primer Parcial (30%)
- Investigación durante y posterior a la clase, sustentada. Segundo Parcial (30%)
- Investigación guiada en el aula de clase. Examen final (40%)

BIBLIOGRAFIA.

Textos o textos básicos sugeridos:

- Negocios internacionales ambientes y operaciones. John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan. Décimo cuarta edición. México Pearson 2013. ISBN.978-607-32-2160-3.
- Negocios Internacionales, Competencia en el Mercado Global. HILL Charles. McGraw Hill. Tercera edición. México, Traducido 8° edición de International business.
- Negocios Internacionales. Un Enfoque de Administración Estratégica. Rugman M Alan- Hodgett Rugman, Alan; Hodgetts, Richard. Mc. Graw -Hill. México.
- Negocios internacionales en un mundo globalizado. Cue Mancera, Agustín. 2015
- Economía Internacional, Krugman P.R., Obstfeld M., Addison Wesley. Novena edición
- Economía Internacional. Apleyar Field, Mc Graw Hill.
- Czinkota R. Michael, Ronkainen A. Ilka, Marketing Internacional, Thomson.

Bibliotecas virtuales recomendadas:

- www.dane.gov.co
- www.mincit.gov.co
- www.banrep.gov.co
- www.legiscomex.com
- [*Legiscomex.com Soluciones De Comercio Exterior*](#)
- [*Base de datos LegisComex.com*](#)
- www.tlc.gov.co/
- www.mincit.gov.co
- www.econlink.com.ar/
- www.datosmacro.com/ratings

Centro de información PROCOLOMBIA - Colombia Trade www.procolombia.co

- www.colombiatrade.com.co
- [BANCO MUNDIAL: http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos](http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos)
- https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/statis_s.htm
- <http://onlinebookshop.wto.org>
- www.wto.org/sp
- <http://www.cepal.org/>
- <http://www.compite.com.co/>