



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Licenciatura

Unidad de aprendizaje Clave

Carga académica Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica

Seriación

Tipo de UA Curso Curso taller
 Seminario Taller
 Laboratorio Práctica profesional
Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido No escolarizada. Sistema virtual
Escolarizada. Sistema flexible No escolarizada. Sistema a distancia
No escolarizada. Sistema abierto Mixta (especificar).
Formación académica común

Actuaría
Derecho Internacional
Logística
Negocios Internacionales

Formación académica equivalente
UA Actuaría Derecho Internacional Logística Negocios Internacionales



II. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación

Área curricular

Carácter de la UA Obligatoria Optativa

Elaboró

III. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Analizar el contexto de los negocios internacionales, los factores determinantes de su práctica y los mercados de oportunidad para invertir.

Fomentar acciones de inversión extranjera directa de negocios nacionales mediante un adecuado estudio de los mercados internacionales.

Promover operaciones de intercambio internacional de bienes y servicios en las organizaciones, procurando la optimización de recursos.

Implementar proyectos de negociaciones internacionales socialmente sostenibles y sustentables en beneficio de las organizaciones.

Guiar los procesos empresariales y diversificar sus opciones de inversión con apoyo de instrumentos financieros.

Orientar estratégicamente negocios internacionales para aprovechar oportunidades que contribuyan al progreso del país y a la organización.

Desarrollar programas de comercialización en ámbitos de los mercados internacionales, incorporando aspectos normativos aduaneros, logísticos, bancarios y financieros.

Facilitar las transacciones internacionales con apoyo de las nuevas tecnologías de comunicación y uso de capacidades lingüísticas e interculturales.



Colaborar en el diseño de estrategias relacionados con la producción, el financiamiento y la comercialización de la empresa con el exterior.

Investigar los principales problemas que enfrenta la gestión internacional de las organizaciones e identificar estrategias apropiadas para la inserción internacional de las mismas.

Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de las funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Conocer las características geopolíticas presente en los mercados, rutas comerciales o áreas clave de control estratégico, así como planear y definir rutas óptimas para el movimiento de mercancías y la ubicación de sitios de almacenamiento.

Valorar la responsabilidad social de la organización por preservar el medio ambiente, como sustento de las áreas productivas y del comercio justo, con una visión de desarrollo sustentable.



IV. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar el contexto de los negocios internacionales, los factores determinantes de su práctica y los mercados de oportunidad para invertir.

Fomentar acciones de inversión extranjera directa de negocios nacionales mediante un adecuado estudio de los mercados internacionales.

Promover operaciones de intercambio internacional de bienes y servicios en las organizaciones, procurando la optimización de recursos.

Implementar proyectos de negociaciones internacionales socialmente sostenibles y sustentables en beneficio de las organizaciones.

Guiar los procesos empresariales y diversificar sus opciones de inversión con apoyo de instrumentos financieros.

Orientar estratégicamente negocios internacionales para aprovechar oportunidades que contribuyan al progreso del país y a la organización.

Desarrollar programas de comercialización en ámbitos de los mercados internacionales, incorporando aspectos normativos aduaneros, logísticos, bancarios y financieros.

Facilitar las transacciones internacionales con apoyo de las nuevas tecnologías de comunicación y uso de capacidades lingüísticas e interculturales.

Colaborar en el diseño de estrategias relacionados con la producción, el financiamiento y la comercialización de la empresa con el exterior.

Investigar los principales problemas que enfrenta la gestión internacional de las organizaciones e identificar estrategias apropiadas para la inserción internacional de las mismas.

V. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.

I.- Los fundamentos de la economía

1.1. Escasez y eficiencia

1.2. Sistemas económicos

1.3. Posibilidades tecnológicas de la sociedad

1.4. Variables económicas y su medición



- II.- Oferta, Demanda y mercado de productos
 - 2.1. La curva de demanda, oferta y el equilibrio
 - 2.2. Aplicaciones de la oferta y la demanda
 - 2.3. Elasticidades de la demanda y de la oferta
 - 2.4. Aplicaciones de la elasticidad a problemas económicos

- III.- Análisis de la demanda
 - 3.1. La Utilidad
 - 3.2. Intercambios y sustitución
 - 3.3. Principios de la equimarginalidad
 - 3.4. Análisis basado en curvas de indiferencia
 - 3.5. El excedente del consumidor y sus aplicaciones

- IV.- Análisis de la oferta
 - 4.1. La función de producción
 - 4.2. Producto total, medio y marginal
 - 4.3. Análisis de los costos a corto y largo plazo
 - 4.4. La dualidad de la producción y los costos
 - 4.5. La producción, los costos y las decisiones de la empresa

- V. Un acercamiento a las principales estructuras de mercado
 - 5.1. La competencia y el monopolio
 - .2. La estructura y poder del mercado
 - 5.3. La importancia de la tecnología en las empresas

- VI.- Indicadores macroeconómicos básicos
 - 6.1. Instrumentos y medición de la macroeconomía
 - .2. La oferta y la demanda agregada
 - 6.3. La medición de la actividad económica
 - 6.4. El consumo el ahorro y la Inversión
 - .5. El modelo multiplicador

- VII.- El papel de los bancos y el sistema monetario
 - 7.1. El dinero y los tipos de interés
 - 7.2. La demanda de dinero
 - 7.3. Los bancos y la oferta monetaria
 - 7.4. El banco central y el sistema de reserva federal
 - 7.5. La influencia del dinero en la producción y en los precios



VIII.- El crecimiento económico y la política macroeconómica

8.1. El crecimiento económico

8.2. El desempleo y los fundamentos de la oferta agregada

8.3. La estabilidad de precios

8.4. El comercio exterior y la actividad económica

8.5. Los tipos de cambio y las finanzas internacionales

VI. Acervo bibliográfico.

- Hirshleifer, Jack; Glazer, Amihai (1994) *Microeconomía, Teoría y Aplicaciones*, 5ª Edición, Prentice Hall.
- Gould, John P. Lazear, Edward (1994) *Teoría Microeconómica*, 3ª Edición, F.C.E
- Samuelson, Nordhaus, Dieck y J. Salazar (2005) *Economía*. Mc Graw Hill.
- Samuelson, Nordhaus, Dieck y J. Salazar (2001) *Macroeconomía con aplicaciones a México*. Mc Graw Hill.
- Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch (2002) *Economía*. España. McGraw – Hill.