



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México



Universidad Autónoma del Estado de México • Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

Universidad Autónoma del Estado de México

Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de estudio de la Unidad de Aprendizaje:

Negocios Internacionales



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 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 2004

Derecho Internacional

Logística

Negocios Internacionales

Formación académica equivalente

UA
 Actuaría 2004 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



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México



Universidad Autónoma del Estado de México • Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

L. en R. C. Laura Elena Díaz Jiménez

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:

Proponer escenarios óptimos de inversión y comercialización de productos, utilizando eficientemente la infraestructura administrativa y tecnológica que poseen los negocios internacionales, procurando la eficiente utilización de recursos y el abatimiento de costos.

Conocer el funcionamiento, operación y la normativa legal con la que se rige el Comercio Internacional, la inversión extranjera, importaciones, exportaciones y mercados financieros internacionales en el mundo globalizado y en vinculación con la adecuada aplicación de acuerdos y tratados internacionales con el objetivo de identificar oportunidades de crecimiento.

Comprender la estructura de los mercados internacionales más importantes para formular iniciativas de negocios y analizar el funcionamiento de los organismos económicos internacionales.

Identificar los diversos medios de penetración en los mercados extranjeros que utilizan las empresas mediante un análisis de inversión para evaluar la conveniencia económica, política, social, cultural y de desarrollo sustentable, en un contexto cambiante.



IV. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar el ambiente global del Comercio Internacional, la estructura y el funcionamiento de las empresas de clase mundial y mexicanas capaces de penetrar en mercados internacionales.

Analizar los elementos que necesita un negociador exitoso para lograr una buena negociación con un país extranjero.

Comprender las necesidades que se requiere satisfacer para el buen funcionamiento de un programa exitoso de incursión en el mercado extranjero.

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

1. El Comercio Internacional

- 1.1 El nuevo comercio internacional
- 1.2 El sistema monetario
 - 1.2.1. Tipos de cambio
 - 1.2.2. Organismos reguladores de la Política Monetaria.
- 1.3 Empresas transnacionales
 - 1.3.1. Políticas y procedimientos

2. La Negociación Internacional

- 2.1 Estrategias de los negocios internacionales
 - 2.1.1. Estrategias específicas de empresas exitosas en el extranjero.
- 2.2 Organización de los negocios internacionales
- 2.3 La negociación exitosa
 - 2.3.1. Ventajas y desventajas.

3. El Rol Ético de la Negociación

- 3.1 Diferencias nacionales de política económica
- 3.2. Políticas gubernamentales
 - 3.2.1. Leyes y reglamentos reguladores del gobierno.
- 3.3. Requisitos para una negociación en el extranjero.
- 3.4 Negociaciones con oficiales del gobierno
- 3.5 El negociador mexicano
 - 3.5.1. Negociadores mexicanos exitosos.
- 3.6 Organismos gubernamentales dedicados a apoyar la exportación de productos.



4. La Cultura y Negocios Internacionales

4.1 Diferencias culturales

4.1.1 Sociedad y subcultura.

4.1.2. Similitudes a analizar para una negociación exitosa.

4.2 La negociación y la comunicación intercultural

4.2.1. Sistema sociocultural que interfiere en una negociación.

4.2.2. Competencias necesarias para realizar una buena negociación intercultural

VI. Acervo bibliográfico.

1. Hill L.W., Charles. (2007), Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA. México. ISBN: 9701062353
2. Daniels D., John. (2009), Negocios Internacionales. Pearson Prentice Hall. México. ISBN: 9786074423877
3. Ávila Marcué, Felipe. (2009), Tácticas para la Negociación Internacional- Las diferencias culturales. Ed. Trillas. México. ISBN: **9789682480843**
4. Czinkota R. Michael. (2007), Negocios Internacionales. International Thomson Editores. México. ISBN: 9789706866103
5. Rodríguez, Claudio. (2008), Derecho de los Negocios Internacionales. Ed. Porrúa. México.
6. Mora a. Luis. (2009), Diccionario de Logística y Negocios Internacionales. ECOE Ediciones. Colombia.
7. Acerenza, Miguel Angel (2007) Marketing Internacional. Edit. Trillas. México.
8. www.banxico.gob.mx