



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTADES DE ECONOMÍA E INGENIERÍA



LICENCIATURA EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS

PROGRAMA DE ESTUDIO

Negocios Internacionales

Asignatura

Clave

7° a 9°

Semestre

6

Créditos

División de Estudios Profesionales

División

Teorías Aplicadas

Departamento

Asignatura:

Obligatoria

Optativa

Horas:

Teóricas

Prácticas

Total (horas):

Semana

16 Semanas

Tipo de asignatura: Teórica

Modulo de preespecialización: Comercio

Modalidad: Curso

Seriación antecedente: Ninguna

Seriación consecuyente: Ninguna

Objetivos del curso: Este curso le proveerá al alumno de elementos interculturales relevantes para la negociación internacional. Examinara diferentes formas de estructuras organizacionales, jerarquías, valores, creencias que inciden en los métodos de negociación.

Temario

	NOMBRE	HORAS
1.	Marco de referencia de un empresario internacional	8.0
2.	Acceso a clientes y mercados	10.0
3.	Acceso a redes comerciales	10.0
4.	Consideraciones de regulación y culturales	10.0
5.	Acceso a recursos	10.0
		<hr/>
		48.0
	Practicar de laboratorio	<hr/>
		0.0
	Total	<hr/>
		48.0



1 Marco de referencia de un empresario internacional

Objetivo: El alumno comprenderá las diferencias en los diferentes países en cuanto a las actividades empresariales

Contenido:

- 1.1 ¿Qué es un empresario en el contexto internacional?
- 1.2 Comparaciones de los climas empresariales entre países

2 Acceso a clientes y mercados

Objetivo: El alumno analizará en cuáles y en qué mercados debe enfocar su actividad

Contenido:

- 2.1 Desarrollo de indicadores
- 2.2 Valoración global para una estrategia de selección de mercado

3 Acceso a redes comerciales

Objetivo:

El alumno identificará y conocerá la operación de las diversas redes comerciales para comercializar bienes y servicios.

Contenido:

- 3.1 Redes informales, redes organizacionales y alianzas empresariales
- 3.2 Entrada al mercado, licencias de exportación
- 3.3 Agentes de distribución
- 3.4 Métodos para encontrar agentes en el extranjero

4 Consideraciones de regulación y culturales

Objetivo: el alumno comprenderá el ambiente en diferentes países para hacer negocios, así como el impacto de la regulación y su cumplimiento

Contenido:

- 4.1 Iniciar un negocio
- 4.2 Contratar y despedir trabajadores
- 4.3 Cumplir contratos



- 4.4 Obtener créditos
- 4.5 Cerrar empresas
- 4.6 Registros de propiedad
- 4.7 Protección de inversiones

5 Acceso a recursos

Objetivo: el alumno conocerá las diferentes opciones que puede tener para acceder a recursos en el extranjero

Contenido:

- 5.1 Capital Humano
- 5.2 Diferencias en costos laborales
- 5.3 Diferencias en la disponibilidad de trabajadores calificados
- 5.4 Métodos de financiamiento
- 5.5 Acceso al capital
- 5.6 Identificación de fuentes de inversión

Bibliografía básica

DANA, L. editor,
Handbook of International Entrepreneurship.
Edward Elger, 2003

KRGUMAN, P. y OBSTFELD, M.
Economía Internacional.
5ª Edición. Editorial: Addison Wesley.
2001

MULLINS, John W.;
New Business Road Test: What Entrepreneurs and Executives Should Do Before Writing a Business Plan.
Financial Times Management 2003

SEXTON, Donald L; Landstrm, Hans;
The Blackwell Handbook of Entrepreneurship,
Blackwell Business, 2000

VINTURELLA, John, ERICKSON, Suzanne;
Raising Entrepreneurial Capital,
Butterworth-Heinemann, 2003



Bibliografía complementaria

KAWASAKI, Guy;
The Art of the Start Portfolio, 2004

KOMISAR, Randy;
The Monk and the Riddle
Harvard Business School Press 2001

KUEMMERLE, Walter,
Case Studies in International Entrepreneurship: Managing and Financing Ventures in the Global Economy
McGraw-Hill Irwin, 2004

TUGORES Ques, J.:
Economía internacional. Globalización e integración regional.
5ª ed. Editorial:
McGraw-Hill

Sugerencias didácticas:

Exposición oral	X
Exposición audiovisual	X
Ejercicios dentro de clase	X
Ejercicios fuera del aula	X
Seminarios	X

Lecturas obligatorias	X
Trabajos de investigación	X
Prácticas de taller o laboratorio	
Prácticas de campo	
Otras	X

Forma de evaluar:

Exámenes parciales	X
Exámenes finales	X
Trabajos y tareas fuera del aula	X

Participación en clase	X
Asistencias a prácticas	
Proyecto final	X

Perfil profesiográfico del académico que puede impartir el programa

Los profesores del área de Comercio Internacional, deben contar con una formación económica sólida y una amplia experiencia en el desarrollo de proyectos de investigación socioeconómicos. Se requiere además que asistan regularmente a seminarios y cursos de actualización, que les permita conocer con detalle las nuevas tendencias en la investigación.