

## **NEGOCIOS INTERNACIONALES** *Business*

*Total horas de clase: 45 horas*

*Créditos recomendados: 6 ECTS – 3 US*

### **OBJETIVOS**

Aunque hacer negocios en el mercado internacional ha sido importante desde hace décadas, su impacto en nuestras vidas ha sido más visible en los últimos años. En este mismo instante estoy escribiendo en un ordenador fabricado por una empresa norteamericana, muchos de cuyos componentes se fabrican en Taiwán o China continental. El equipo se ensambló en la República Checa y lo compré a la filial española en una subasta por Internet realizada por una firma estadounidense. ¿Por qué esta compleja red de sociedades mercantiles que extendida por todo el mundo? ¿Por qué ahora y no antes? ¿Por qué debemos estudiar negocios internacionales de forma diferente como actividad habitual? Este curso proporcionará una visión general de los retos que enfrentan las empresas, ya que compiten en el mercado global.

Vamos a comenzar el curso centrándonos en los fundamentos económicos de los negocios internacionales. A continuación, vamos a considerar las principales fuerzas que dan forma a los negocios entre los países: las fuerzas políticas, económicas, culturales y legales. La última parte del curso analizará los aspectos internos de una empresa orientada hacia los negocios internacionales.

### **REQUISITOS**

El alumno deberá ser capaz de seguir una clase en español y de realizar los ejercicios y exámenes del curso en español.

### **RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

Al final del curso, usted debería ser capaz de:

1. Comprender los términos y conceptos de negocios internacionales más utilizados.
2. Identificar el papel y el impacto de las variables políticas, económicas, sociales y culturales en los negocios internacionales.
3. Analizar los negocios internacionales desde una perspectiva multi-céntrica, evitando el etnocentrismo.

## TEMARIO

- La globalización
- Las diferencias entre países en la economía política
- Las diferencias en cultura
- La economía política del comercio internacional
- IED (Inversión Extranjera Directa)
- Integración Económica Regional
- El sistema monetario internacional
- La estrategia de los Negocios Internacionales.
- La organización en Negocios Internacionales.
- Estrategias de entrada y alianzas estratégicas
- Exportación e importación
- Global Marketing e I + D
- Gestión de Recursos Humanos Global
- Contabilidad internacional
- Gestión financiera internacional

## CALENDARIO DEL CURSO

Semana	Contenido	Actividades
1	Presentación e introducción del curso. La globalización. Diferencias culturales. Diferencias locales en política económica.	
2	Gestión de la interdependencia: Responsabilidad Social Corporativa y ética	Seminario de prensa 1
3	Teoría del comercio internacional. Economía política y comercio internacional.	
4	Economía política de la inversión extranjera directa.	Caso práctico 1
5	Integración económica regional. Mercado de divisas.	
6	Sistema monetario internacional.	Caso práctico 2
7	Estrategias de negocio internacional.	Examen Midterm
8	Organización de los negocios internacionales.	
9	Estrategias de entrada.	Caso práctico 3
10	Marketing e I+D globales.	
11	Estrategias de producción y aprovisionamiento globales.	Caso práctico 4
12	Exportaciones, importaciones y libre comercio.	
13	Gestión global de recursos humanos.	Seminario de prensa 2
14	Contabilidad y gestión financiera en los negocios internacionales.	
15	Proyecto final: entrega y presentación oral	Examen Final

## EVALUACIÓN

<b>Pauta</b>	<b>Ponderación</b>
Examen parcial	20%
Examen final	30%
Casos y seminarios de prensa	25%
Proyecto	20%
Participación	5%

**Muy importante:** Si no se cumple uno de los requisitos, automáticamente se devenga un NP en la nota final.

**Examen de mitad del curso:** los exámenes de la primera mitad del curso son un estímulo para la evaluación continua del estudiante.

**Casos:** Los estudios de casos forman parte de la metodología de aprendizaje. Durante el curso se trabajan 5 o 6 casos diferentes que se refieren a situaciones reales del mundo empresarial o industrial y que reflejan situaciones en el contexto de la comercialización internacional. Estos casos se analizan en profundidad, se debaten en clase y requieren una implicación muy alta del estudiante para tener éxito.

**Proyecto:** Se trata de la realización de un proyecto final desarrollado en equipos pequeños que permite a los estudiantes a desarrollar su enfoque verdadero en el ámbito del Marketing Internacional.

**Examen final:** Examen final permite a los estudiantes demostrar sus capacidades adquiridas en el proceso de aprendizaje del curso y abarca todos sus contenidos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Lectura obligatoria:**

Czinkota, M.R. & Ronkainen, I.A. (2007) *Negocios Internacionales*, Cengage Learning Latin America

Martínez Aldana, C. (2006) *Negocios internacionales. Estrategias globales*. Universidad Santo Tomas

Claver Cortés, E. & Quer Ramón, D. (2000) *Estrategias de internacionalización de la empresa*, Editorial Club Universitario

Guisado Tato, M. (2002) *La internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados extranjeros Pirámide; Centro Internacional Carlos V*

### **Lectura recomendada:**

Ball, D.A. (1996) *Negocios Internacionales : introducción y aspectos esenciales* 5a ed.

Rendón Acevedo, J.A. *Cambios de modelos, nacionalizaciones y confianza inversionista*. Revista de negocios internacionales. Universidad EAFIT – 2012 vol 5 nº1

Maldonado E. *Todo es doloroso: El caso de España en el año 2012*. Revista de negocios internacionales. Universidad EAFIT – 2012 vol 5 nº1

Díaz Vásquez, J.C. *Regulación y normatividad en Colombia para fomentar la competitividad en mercados internacionales*. Revista de negocios internacionales. Universidad EAFIT – 2012 vol 5 nº1

Organización Mundial del Comercio. *Informe sobre el Comercio Mundial 2013 Factores que determinan el futuro del comercio*. [www.wto.org/sp](http://www.wto.org/sp). 2013

**Nota:** la profesora facilitará lecturas en clase sobre temas de actualidad.