



INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES		Licenciatura	CU175
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
-		Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Administración Internacional	Presencial	Curso-Taller	0 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40 40 80 8

Trayectoria de la asignatura

La asignatura pertenece al área de formación Especializante Obligatoria.

Contenido del programa

Presentación

El curso de Introducción a los Negocios Internacionales está formado por cuatro unidades que van de lo general a lo particular, iniciando con una introducción a los negocios internacionales y los ámbitos culturales, políticos, legales y económicos de las empresas; se explica la razón de ser del comercio internacional y la inversión directa, las estrategias y su internacionalización y se concluye con la gestión funcional en los negocios internacionales.

Objetivos del programa

Objetivo general

Teorías y visión global de los negocios internacionales. Factores e influencia de aspectos culturales entre los países, su desarrollo económico, sistemas políticos y sistemas sociales relacionados con los negocios internacionales.

Cooperación económica, tratados internacionales y entornos financieros mundiales

Contenido

Contenido temático

1. Los Negocios Internacionales y sus fundamentos: la globalización. Los ámbitos políticos, legales y económicos ,

2. Razón de ser del comercio internacional y la inversión extranjera directa, su operación, negociación con divisas y la capitalización de la integración global y regional.

Contenido temático

1. Los Negocios Internacionales y sus fundamentos.

1.1 La Globalización de los Negocios.

1.1.1 Negocios Internacionales y negocios globales.

1.1.2 Los negocios Internacionales y la visión basada en las instituciones

1.1.3 Los Negocios Internacionales y la visión basada en los recursos.

1.1.4 Los Negocios Internacionales y las visiones sobre la globalización

1.2 Los Negocios Internacionales y las instituciones formales: política, leyes y economía.

1.2.1 Las instituciones.

1.2.2 Los sistemas políticos: democracia, totalitarismo, riesgo político

1.2.3 Sistemas Jurídicos: derecho civil, común y teocrático, derecho de propiedad, propiedad intelectual

1.2.4 Sistemas Económicos.

1.2.5 Propiedad privada frente a la propiedad del estado.

1.2.6 La visión de los negocios basada en las instituciones.

1.3 Instituciones informales: cultura ética y normas

1.3.1 La cultura: idioma, religión, estructura social y educación.

1.3.2 Diferencias culturales: el contexto, conglomerado o cluster y la dimensión.

1.3.3 La cultura y los negocios internacionales

1.3.4 La ética, su dimensión e impacto.

1.3.5 La Gestión de la ética en el extranjero

1.3.6 La ética y la corrupción

1.3.7 Los negocios internacionales y los valores occidentales, orientales, la divergencia, el individualismo y el colectivismo.

1.4 Los negocios internacionales y los recursos y capacidades

1.4.1 Los recursos y capacidades y la cadena de valor.

1.4.2 El FODA: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

1.4.3 El VRIO: valor, rareza o desigualdad, imitabilidad y organización.

1.4.4 Recursos nacionales frente a capacidades internacionales.

1.4.5 El outsourcing, offshoring y reshoring

1.4.6 La habilidad gerencial.

1.5 Casos Integradores (parte 1)

2. Los negocios internacionales y el desarrollo de habilidades para su gerenciamiento.

2.1 El comercio internacional

2.1.1 ¿Por qué, comercian las naciones?

2.1.2 Teorías del comercio internacional: mercantilismo, ventaja absoluta, ventaja comparativa, ciclo de vida del producto, comercio estratégico y ventaja comparativa nacional de las industrias.

2.1.3 Evaluación de las teorías del comercio internacional.

2.1.4 Barreras arancelarias y no arancelarias.

2.1.5 El libre comercio y los argumentos económicos y políticos.

2.2 La inversión directa e indirecta en el extranjero.

2.2.1 La inversión extranjera directa horizontal y vertical.

2.2.2 Las empresas multinacionales y no multinacionales.

2.2.3 La propiedad directa y el licenciamiento.

2.2.4 Las ventajas de ubicación y su neutralización.

2.2.5 Fallas del mercado y su superación mediante la IED

2.2.6 Beneficios y costos de la IED en países de origen y países anfitriones.

2.2.7 Cómo negociar las EMN y los gobiernos anfitriones.

2.3 La operación y negociación con divisas

- 2.3.3 Diferencias de precio relativas y paridad del poder de compra.
- 2.3.4 Tasas de interés y oferta monetaria.
- 2.3.5 La Balanza de pagos y la productividad
- 2.3.6 Políticas de tipo de cambio
- 2.3.7 Evolución del sistema monetario internacional: patrón oro, Breton Woods, flexible y sistemas de cooperación.
- 2.3.8 Fondo monetario internacional, banco mundial y organización mundial del comercio.
- 2.4 Los negocios Internacionales y la integración global y regional.
- 2.4.1 Integración económica global
- 2.4.2 Beneficios políticos y económicos de la integración económica global
- 2.4.3 La OMC y el GATT
- 2.4.4 Las integraciones económicas regionales, sus ventajas y desventajas: TLECAN, UE, Comunidad Andina, Mercosur, USAN/UNASUR, CAFTA, ANZCERTA, ASEAN, APEC Y TPP.
- 2.4.5 Bloques económicos.
- 2.5 Casos Integradores (parte 2)

Actividades prácticas

Entre las actividades extracurriculares que tienen que ver con ésta asignatura encuentran las siguientes: a) Asistencia a conferencias, seminarios y convenciones que sobre la materia sean organizadas por el Departamento u otra entidad. b) Las visitas guiadas a empresas u organizaciones c) Las tutorías que reciben los alumnos que las solicitan a este Departamento vía el coordinador de carrera del programa educativo específico. d) Vinculación empresarial mediante la aplicación o transmisión del conocimiento. e) Lectura de temas selectos en lengua extranjera.

Metodología

Tradicional, Deductivo, Analítico, Descriptivo, Explicativo, Lectura previa, Discusión de temas, Trabajos de investigación, Exposición del maestro, Exposición de alumnos, Artículos, Pizarrón, Diapositivas, Libros de texto.

Evaluación

Los criterios de asistencia para el ciclo 2025, serán:

Los criterios de evaluación del curso se definen por los miembros de la academia considerándose los siguientes conceptos:

Periodo de exámenes ordinarios del 9 de diciembre de 2025.

Periodo de exámenes extraordinarios del 12 de diciembre de 2025.

Fecha límite de captura de calificaciones 9 al 12 de diciembre de 2025.

Asistencia del alumno al 80% de las clases para tener derecho a calificación en periodo ordinario.

Asistencia del alumno al 65% de las clases para tener derecho a calificaciones en periodo extraordinario.

Fin del curso 2025 - B, 9 de diciembre de 2025.

Los días de descanso obligatorios establecidos en los contratos colectivos de trabajo celebrados con STAU de G, serán publicados mediante circulares emitidas por la Secretaría General.

Vacaciones de Invierno del 20 de diciembre al 7 de enero de 2026.

Ponderación:

Exámenes,	2 (medio curso y fin de curso)	50%
Investigación y tareas, exposiciones, artículos en inglés, etc.		25%
Trabajo de equipo (participación en Negomarket)		25%

La participación activa en NEGOMARKET es obligatoria, quien no acumulados

Bibliografías

Bibliografía

Mike W. Peng (2018) CENGAGE Learning No. Ed Tercera Edición

ISBN: 13:978-1-305-50089-1

Libro

2. Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones

Daniels. Rabedebaugh. Sulliva (2013) Pearson No. Ed Decimocuarta

ISBN: 978-607-32-2160-3

Libro

3. Negocios Internacionales. Competencia en el Mercado Global.

Charles W.L. Hill. (2011) Mc Graw No. Ed Octava

ISBN: 978-0-07-813719-8

Libro

4. Negocios Internacionales

Michael R. Czinkota, Ilkka A. (2007) CENGAGE Learning No. Ed Séptima

ISBN: 13: 9789706866103

Libro

Negocios

Ricky W. Griffin, Ronald J. Eb (2005) Pearson, Prentice Hall No. Ed Séptima

ISBN: 970-26-0597-0

Otros materiales

Perfil del profesor

Contar con posgrado de preferencia en área de Negocios Internacionales y/o Mercadotecnia, con experiencia deseable en el área de 2 años mínimo.

Lugar y fecha de su aprobación

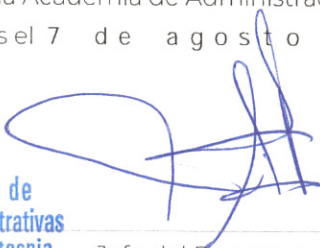
Se reviso y actualizo el 7 de agosto del 2025.

Instancias que aprobaron el programa

El programa fue evaluado y revisado por los profesores que integran la Academia de Administración Internacional del Colegio Departamental de Mercadotecnia y Negocios Internacionales el 7 de agosto del 2025.


Presidente de la Academia


Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales


Jefe del Departamento