



Estrategia y Consultoría Internacional de Negocios

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura Estrategia y Consultoría Internacional de Negocios	2. Nivel de formación Licenciatura	3. Clave de la Asignatura I5416
4. Prerrequisitos International Logistic	5. Área de Formación Básica Particular	6. Departamento Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
7. Academia Estrategia de Negocios	8. Modalidad Presencial	9. Tipo de Asignatura Curso-Taller
10. Carga Horaria		
Teoría 40	Práctica 40	Total 80
12. Trayectoria de la asignatura		Créditos 8

Contenido del Programa

13. Presentación

Capacidad de elaborar, evaluar y operar proyectos de negocios internacionales, de cualquier organización, considerando la situación financiera, técnica y económica de las empresas.

14.- Objetivos del programa

Objetivo General

Conocer, dominar y aplicar las diferentes herramientas financieras, políticas y sociales, de los diferentes países, considerando la certidumbre e incertidumbre de los negocios.

15.-Contenido

Contenido temático

UNIDAD I.-Análisis del plan de negocio internacional.

UNIDAD II.-Resultados de estudios de factibilidad en la internacionalización de productos y servicios.

UNIDAD III.-Análisis de las estrategias internacionales para desarrollar nuevos productos.

UNIDAD IV.-Operatividad y optimización de los negocios internacionales.

Contenido desarrollado

UNIDAD I –Análisis del plan de negocio internacional.

Objetivo: Conocer los fundamentos y la herramientas financieras y comerciales para la elaboración de un plan de negocios.

8 horas.

1.1. Fundamentos teóricos de un plan de negocios internacionales.

1.2. Evaluación del plan de negocios internacionales.

UNIDAD II –Resultados de estudios de la factibilidad en la internacionalización de productos y servicios.
Objetivo: Conocer, analizar e interpretar los resultados de posibles mercados atractivos para los productos o servicios. 12 horas.

- 2.1. Potencial del mercado internacional del producto o servicio
- 2.2. Proveedores potenciales en el mercado internacional
- 2.3. Logística y canales de distribución internacional

UNIDAD III -Análisis de las estrategias internacionales para desarrollar nuevos mercados.
Objetivo: Conocer los productos ó servicios demandados en el extranjero o en el país, aprovechando los tratados comerciales de México. 12 horas.

- 3.1. Exportaciones e importaciones.
- 3.2. Las Ventajas de los tratados comerciales y términos contractuales
- 3.3. Alianza y joint ventures internacionales

UNIDAD IV –Operatividad y optimización de los negocios internacionales.
Objetivo: Identificar, cuantificar y valorar la situación financiera de las exportaciones o importaciones, considerando los costos y utilidades. 8 Horas.

- 4.1. Análisis financiero del plan de negocio internacional.
- 4.2. Propuestas de importación y/o exportación.

16. Actividades Prácticas

Visitas guiadas, conferencias, seminarios, vinculación empresarial, talleres. Objetivo: Aplicar los conocimientos teóricos en talleres o proyectos finales.

17.- Metodología

Deductivo, inductivo, sintético, descriptivo, analítico, talleres, laboratorio, videoconferencias, formulación de ensayos.

Libros de texto, revistas especializadas, películas.

18.- Evaluación

Exámenes parciales 40%.

Proyecto Final 40%.

Participación en talleres 20%

Total 100%

NOTA: Los exámenes se pueden aplicar en formato electrónico (plataforma), cualquier día y a cualquier hora.
=====

Calendario Ciclo Escolar 2024 A:

Inicio de clases: martes 16 de enero de 2024.

Fin de clases presenciales o virtuales: viernes 17 de mayo de 2024.

Fin de cursos y fecha límite para registro en ORDINARIO Y EXTRAORDINARIO: del 20 al 23 de mayo de 2024 (ordinario) y del 27 al 28 de mayo de 2024 (extraordinario).

VACACIONES DE PRIMAVERA: del domingo 24 de marzo de 2024, al domingo 07 de abril de 2024.

DÍAS NO LABORABLES: lunes 05 de febrero, lunes 18 de marzo, miércoles 01 de mayo y miércoles 15 de mayo de 2024.

PRUEBA DE APTITUD: sábado 18 de mayo de 2024. **Suspensión de clase** viernes 17 de mayo a partir de las 15:00 horas.

NEGOMARKET: del lunes 06 al sábado 11 de mayo de 2024.

19.- Bibliografía

Libros / Revistas

Libro: The AMA Guide to the Globe: Managing the international Marketing Research Process, 1st Edition
Edmunds, Holly (2006) Cengage Learning No. Ed

ISBN:

Libro: Global Strategy, creating and sustaining advantages across borders
Inkpen, Andrew y Ramaswamy, Ka (2006) Oxford, University Press No. Ed

ISBN:

Libro: Negociación Internacional
Olegario Llamazares G (2015) Global Marketing No. Ed 1ª

ISBN: 978-84-94-3909-1-3

Libro: Technology, Innovation, Finance and CRM: Repercusión on Competitiveness
José Sánchez G. Tannia Gonz♦ (2017) Fondo Editorial Universit No. Ed 1ª

ISBN: 978-84-17075-56-9

Libro: Plan del Negocios Internacional
Centera Ulecia Jesús (2010) ESIC No. Ed 1º

ISBN: 978-847-3566659-9

Libro: Negocios Internacionales
Cue Agustín (2015) Patria No. Ed 1º

ISBN: 978-607744-1076

Libro: Comercio Internacional
Maubert Viveros Claudio (2020) Trillas No. Ed 1º

ISBN: 978-6071-74058-8

Otros materiales

REVISTA: Brazilian Political Science Review, 10 (3), 1-4.

Descripción: Mitchell, C. (2016). Brazilian Engagement in Africa. (Stolte, Christina. Brazil's Africa strategy: role conception and the drive for international status. New York: Palgrave Mcmillan, 2015

REVISTA: International Journal of Innovation, 5 (2), 184-19

Descripción: Alencar Pereira, B., & Caetano, M. (2017). BUSINESS MODEL INNOVATION IN AIRLINES

REVISTA: RAI - Revista de Administração e Inovação, 13

Descripción: Armando, E., & Azevedo, A., & Fischmann, A., & Costa Pereira, C. (2016). BUSINESS STRATEGY AND UPGRADING IN GLOBAL VALUE CHAINS: A MULTIPLE CASE STUDY IN INFORMATION TECHNOLOGY FIRMS OF BRAZILIAN ORIG

REVISTA: Journal of Regional Research, (32), 115-132.

Descripción: Hervás Oliver, J. (2015). How do multinational enterprises co-locate in industrial districts? An introduction to the integration of alternative explanations from international business and economic g

REVISTA: Revista Colombiana de Estadística, 30 (1), 1-11.

Descripción: Bovas, A. (2007). Implementation of Statistics in Business and Industry

REVISTA: European Research on Management and Business Econo

Descripción: Cano-Rubio, M., & Fuentes-Lombardo, G., & Vallejo-Martos, M. (2017). Influence of the lack of a standard definition of "family business" on research into their international strategies

REVISTA: Ibérica, Revista de la Asociación Europea de Len

Descripción: Ruiz-Garrido, M. (2013). Intercultural Interactions in Business and Management.

REVISTA: Journal of Globalization, Competitiveness & Govern

Descripción: Cuervo-Cazurra, Á., & Liberman, L. (2010). International Business Research and Latin America. Journal of Globalization,

REVISTA: International Journal of Innovation, 5 (1), 32-45.

Descripción: Tsaplin, E., & Pozdeeva, Y. (2017). INTERNATIONAL STRATEGIES OF BUSINESS INCUBATION: THE USA, GERMANY AND RUSSIA.

REVISTA: Dyna, 76 (160), 17-26.

Descripción: GARZÓN, P., & PELLICER, E. (2009). ORGANIZATIONAL EFFICIENCY OF CONSULTING ENGINEERING FIRMS: PROPOSAL OF A PERFORMANCE INDICATOR.

REVISTA: Revista de Administração - RAUSP, 50 (1), 9-25.

Descripción: Simões Molta, R., & Silva, C., & Carvalho Andrade, E. (2015). Permanent demand excess as business strategy: an analysis of the Brazilian higher-education market.

REVISTA: Revista de Administração Mackenzie, 17 (4), 130-

Descripción: RODRIGUES DA SILVA, E., & GONÇALVES, C. (2016). PRACTICE GENEALOGY AND ITS IMPLICATIONS FOR STRATEGY AS PRACTICE.

REVISTA: Nova Scientia, 9 (18), 394-436.

Descripción: Mejía-Trejo, J. (2017). The determinant factors of open business model.

REVISTA: Cuadernos Latinoamericanos de Administración, XII

Descripción: Nel Valbuena Hernández, P., & Montenegro Jaramillo, Y. (2017). Trends in International business research (2012- 2016).

REVISTA: Universia Business Review, (54), 18-43.

Descripción: Pla-Barber, J., & Villar, C., & Botella, A. (2017). Why has Caixa Ontinyent survived? An analysis of its business model and strategy.

20.- Perfil del profesor

Estudios de Maestría en ciencias económico administrativas Amplia experiencia en la importación o exportación de productos. Amplio conocimiento de los tratados comerciales de México. Experiencia en logística internacional.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

Código:

Código:

Arellano Rodriguez Juan Bernardino
Código: 2944725

Bucio Rayas Esaú Gabriel
Código: 9611096

Colmenares De la Torre Javier
Código: 2945029

Sandoval López Pablo
Código: 9222502

Suástegui Ochoa Alberto Alejandro
Código: 2127679

Velázquez González Fernando
Código: 2314185

Zapari Romero Gloria Yaneth
Código: 2531704

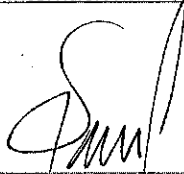
Zazueta Russell Jesús Francisco
Código: 9915877

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco, 12 de enero de 2024

23.- Instancias que aprobaron el programa
Aprobado por Colegio Departamental el 12 de enero de 2024
Academia de Estrategia y Consultoría de Mercados

24.- Archivo (Documento Firmado)
Estrategia y Consultoria Internacional de Negocios .pdf



Presidente de la Academia



Jefe del Departamento



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



Perifoneo: 799 A un costado de Itectoria, Núcleo Universitario los Belenes 45160
Zapopan Jalisco, México
Tel: 31 70 33 00 ext. 25445
www.cueaa.udg.mx