

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLÁN**

LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES

PROGRAMA DE ASIGNATURA

CLAVE					8° SEMESTRE
NEGOCIOS INTERNACIONALES					
MODALIDAD (CURSO, TALLER, LABORATORIO, ETC.)	CARÁCTER	HORAS SEMESTRE	HORA / SEMANA TEORÍA PRÁCTICA		CRÉDITOS
Curso	Obligatorio	64	04	00	08

OBJETIVO: EL ALUMNO EXPLICARÁ LAS DIFERENTES ALTERNATIVAS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES A FIN DE DETERMINAR LAS OPORTUNIDADES COMERCIALES Y DE INVERSIÓN EXISTENTES PARA LAS EMPRESAS MEXICANAS EN EL MARCO DE LA APERTURA ECONÓMICA DE NUESTRO PAÍS Y LA GLOBALIZACIÓN ECONÓMICA MUNDIAL.

Número de horas	Unidad 1 Introducción a los negocios internacionales
12	<p><i>Objetivo:</i> El alumno explicará los negocios internacionales en el entorno actual y las principales modalidades de los negocios internacionales, su funcionamiento y costos-beneficios.</p> <p>1.1. Naturaleza de los negocios internacionales 1.2. Diferencias entre negocio local y negocios internacionales 1.3. El entorno de los negocios internacionales 1.4. Modalidades de negocios internacionales 1.5. Modelos teóricos de los negocios internacionales</p>

Número de horas	Unidad 2 El sector empresarial frente a la dinámica actual de los negocios internacionales
14	<p><i>Objetivo:</i> El alumno analizará el sector empresarial y las formas de estructuración, organización y funcionamiento de una empresa enfocada a los negocios internacionales.</p> <p>2.1. Planeación estratégica aplicada a los negocios internacionales 2.2. Estrategias desarrolladas por empresas transnacionales 2.3. Formas de integración empresarial 2.4. Papel de las pequeñas y medianas empresas 2.5. Asociacionismo empresarial y alianzas estratégicas</p>

Número de horas	Unidad 3 Experiencias empresariales en el ámbito de los negocios internacionales
12	<p><i>Objetivo:</i> El alumno explicará la experiencia empresarial en los negocios internacionales, identificando las oportunidades de negocios internacionales de las empresas mexicanas en el plano comercial y financiero.</p> <p>3.1. Modelo Asiático: Japón y Corea 3.2. Modelo Europeo: Alemania, Italia y España 3.3. Internacionalización de empresas estadounidenses 3.4. Experiencias latinoamericanas 3.5. Experiencias mexicanas</p>
Número de horas	Unidad 4 Mercadotecnia internacional y desarrollo de estrategias de comercialización externa
10	<p><i>Objetivo:</i> El alumno analizará la aplicación de la mercadotecnia internacional en el desarrollo de proyectos de comercio exterior y los elementos que conforman una estrategia de comercialización externa.</p> <p>4.1. Marketing internacional e investigación de mercados externos 4.2. Estrategias de promoción internacional 4.3. Formulación de proyectos de exportación 4.4. Estrategias de negociación internacional 4.5. Tráfico internacional y distribución física de mercancías 4.6. Control de calidad y gestión de inventarios 4.7. Crédito y cobranzas internacionales</p>
Número de horas	Unidad 5 Mercados financieros y negocios internacionales
16	<p><i>Objetivo:</i> El alumno analizará los mercados financieros internacionales y los principios de administración de riesgo empleados en el desarrollo de proyectos de inversión en el ámbito de los negocios internacionales.</p> <p>5.1. Internacionalización de mercados financieros 5.2. Principios de administración financiera internacional 5.3. Evaluación de costos y riesgos financieros 5.4. Alternativas de financiamiento e inversión a nivel internacional 5.5. Innovaciones financieras y negocios internacionales 5.6. Principios básicos para la evaluación de proyectos de inversión en el ámbito de negocios internacionales</p>

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ACERENZA, MIGUEL ÁNGEL, *Marketing Internacional*, México, Trillas, 1990.
- BALL, DONALD Y WENDELL, *Negocios Internacionales*, México, Ed. Mc Graw Hill, 1997.
- BERNAL, SAHAGÚN VÍCTOR MANUEL ET. AL., *Las Empresas Transnacionales en México y América Latina*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1982.
- CANALS, JORDI, *La internacionalización de la Empresa*, España, Mc Graw Hill, 1994.
- DUDLEY, JAMES W., *Exporting*, Great Britain, Pitman & Nat West, 1991.
- EITMAN Y STONEHILL, *Las Finanzas de las Empresas Multinacionales*, , U.S.A., Addison-Wesley Iberoamericana 1992.
- EYSSAUTIER, DE LA MORA MAURICE, *Elementos Básicos de Mercadotecnia*, México, Trillas, 1987.
- FRATALOCCHI, ALDO, *Incoterms Contratos y Comercio Exterior*, Buenos Aires–Argentina, Macchi, 1994.
- GOLDSMITH, HOWARD: *Import – Export: A guide to growth, Profits and Market Share*, Prentice Hall Ptr., 1989.
- GONZÁLEZ, CALVILLO ENRIQUE, *La Experiencia de las Franquicias*, México, Mc Graw Hill, 1993.
- HIDALGO, CARLOS F., *Introducción a los Negocios Internacionales*, México, Limusa, 1993.
- L. A. MA. DEL CARMEN Y BESIL JACOBO, *La Mercadotecnia y sus Estrategias*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Fac. de Contaduría y Administración, 1990.
- MANSELL CARTENS, CATHERINE: *Las Nuevas Finanzas en México*, México, Ed. Milenio/ITAM, 1992.
- MARTÍNEZ, CEREZO ANTONIO, *La Compraventa en el Comercio Internacional*, España, Libros Económicos Empresariales.
- MONTAVON, RÉMY, ET AL., *La Implantación de dos Empresas Multinacionales en México*, México, La Red de Jonas, 1980.
- MORENO, JOSÉ MARÍA, *Marketing Internacional*, Argentina, Macchi, 1991.
- SECOFI, *Tratado de Libre Comercio en América del Norte. Servicios. Monografía 9*, México, 1991.
- TAGGART Y MCDERMOTT: *La Esencia de los Negocios Internacionales*, México, Ed. Prentice Hall, 1996.
- VERZARIU, POMPILIU, *Comercio recíproco, Trueque y Compensaciones*, Colombia, Norma, 1985.
- WEISS, KENNETH: *Building an Import/Export Business*, New York, John Wiley & Sons, Inc. 1991.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ACADEMIA DE ARBITRAJE Y COMERCIO INTERNACIONAL: *Panorama del Arbitraje Comercial Internacional*, Universidad Nacional Autónoma de México, 1983.
- BAUGHN, WILLIAM H. Y DONALD R. MANDICH, *The Internacional Banking Handbood*, México, Down Jones Irwin, 1985.
- BESCÓS, MODESTO, *Factoring y Franschising*, Madrid, Pirámide, 1990.
- CORTINA, ORTEGA GONZALO, *Prontuario Bursátil y Financiero*, México, Trillas, 1988.
- FIDEICOMISO DEL PREMIO NACIONAL DE EXPORTACIÓN, *La Educación Técnica y Superior en la Cultura Exportadora de México*, México, Milenio, 1994.
- GRANELL, FRANCISCO, *La Exportación y los Mercados Internacionales*, México, Ed. Hispano Europea, 1983.
- GROSS, HEBERT Y WALTHER SKAUPY, *Un Secreto Comercial: El “Boom” de los Sistemas de Franquicia*, España, Libros Económicos Empresariales.
- HAAR, JERRY Y MARTA ORTÍZ-BUONAFINA, *Cómo Exportar a los Estados Unidos*, México, Limusa, 1994.
- HARTER, JOHN J., *El Lenguaje del Comercio, Servicio Informativo y Cultural de los Estados Unidos*.
- MAYDÓN, GARZA MARTÍN, *La Banca de Fomento en México*, Nacional Financiera , México, Fondo de Cultura Económica, 1994.
- PEÑALOZA, WEBB MIGUEL, *La Conformación de una Nueva Banca*, México, Mc Graw Hill, 1994.
- PIÑERO, IÑIGUEZ CARLOS Y FERNANDO L. Ras, *Intercambio Compensado*, España, Mc Graw Hill, 1993.
- RAAB, STEVEN S. Y GREGORY MATUSKY, *Franquicias. Cómo Multiplicar su Negocio*, México, Limusa, 1993.
- REYES DÍAZ-LEAL EDUARDO, *La Mentalidad Exportadora*, México, Del Verbo Emprender, 1992.