

Licenciatura en **Relaciones Internacionales**

**PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA
NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

Asignatura	Negocios Internacionales	Periodo lectivo	2019-II
Nombre del asesor	Manuel Javier Hernández Pacheco	Semestre	Octavo

DATOS DE CONTACTO Y HORARIOS

Teléfonos SUAYED	553237 8979	Teléfono particular (opcional)	
Correo electrónico	Manuel.hernandez@apolo.acatlan.unam.mx		
Periodicidad con la que se revisará el correo electrónico	<input type="checkbox"/> Diario, excepto sábado y domingo <input type="checkbox"/> Cada tercer día <input checked="" type="checkbox"/> Dos veces a la semana <input type="checkbox"/> Una vez a la semana <input type="checkbox"/> Otro:		
Asesoría en salón	Horario: martes de 19:00 a 21:00 hrs.		
Asesoría en cubículo	<input checked="" type="checkbox"/> Presencialmente Horario: Sábados de 14 a 16 <input checked="" type="checkbox"/> Por el SAE.		
NO ESCRIBA EN ESTE RECUADRO			

INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

Objetivo general	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.		
Área	Economía Internacional	Seriada con	

Licenciatura en **Relaciones Internacionales**

ACREDITACION DE LA ASIGNATURA

La calificación final se integrará de la siguiente manera:

- Evaluaciones parciales: 40 puntos
- Examen final (1ª ó 2ª vuelta): 60 puntos

EVALUACIÓN PARCIAL

Unidad(es)	Tipo de evaluación ¹	Puntos	Fecha de aplicación o entrega	Fecha de retroalimentación	Indicaciones
I Introducción a los negocios internacionales	Mapa mental de evolución de las olas de transformación Análisis y actualización de casos prácticos “Pixar” y “Blockbuster”.	15 puntos	Fecha <u>límite</u> de entrega: Martes 12 de febrero de 2017 a las 23:59 hrs. Por SAE	19 Febrero	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un mapa mental que considere las olas de cambio y evolución de los mercados desde la lógica de Toffler, que sirva como marco referencial para la comprensión de la evolución de los negocios internacionales 1era, 2da y tercera ola con sus respectivos códigos de transformación
2 El sector empresarial frente a la dinámica actual de los negocios internacionales.	Se realizaran diversas estrategias de aprendizaje como mapas mentales y ensayos para la adquisición de los conceptos clave, posteriormente se desarrollaran ejercicios. Ver la película. The Founder y Social Network	15 puntos.	Límite de entrega: 5 Marzo Foro de discusión de la Película el club, 2 octubre. Por SAE	12 de Marzo	<p>Identificar la planeación estratégica de las compañías a revisar: Mc Donalds y Facebook, teniendo como base las películas. Se debe realizar una investigación documental de ambas compañías para precisar los detalles de planeación que las películas no expresen en términos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeación estratégica • Estrategias de expansión • Alianzas estratégicas • Consideración de integración de empresas locales dentro de la estrategia expansiva

¹ Monografías, cuestionarios, ensayos, control de lectura, examen, participación en foro, etc.

Licenciatura en **Relaciones Internacionales**

3 Experiencias empresariales en el ámbito de los negocios internacionales	<p>Investigación y exposiciones en equipo acerca de los modelos de distintas empresas y países</p> <p>Exposición de empresas en expansión provenientes de: Japón, Corea, Alemania, Italia, España, Estados Unidos, América Latina y México</p>	<p>5 puntos.</p> <p>15 puntos</p>	<p>Fecha <u>límite</u> de entrega:</p> <p>26 de marzo</p> <p>Reporte de la investigación</p>	<p>2 de Abril</p>	<p>A los alumnos que no se presenten para la exposición, deberán presentar una investigación que contenga a empresas en expansión provenientes de los siguientes países: Japon, Corea, Alemania, Italia, España, Estados Unidos, América Latina y México. Valor 4 puntos</p>
4 Mercadotecnia internacional y desarrollo de estrategias de comercialización externa	<p>Ensayo de Comercio Internacional, logística y mercadotecnia considerando empresas como Amazon, mercado Libre, Alí babá y Mad Bid</p>	<p>10 puntos.</p>	<p>Entrega el 30 de abril</p>	<p>7 mayo</p>	<p>Determinar las conclusiones derivadas de la mercadotecnia y la logística para el funcionamiento de este tipo de negocios internacionales. Investigar, esquematizar y concluir acerca de la viabilidad, complejidad y transversalidad de operaciones y mercadotecnia</p>
5 Mercados financieros y negocios internacionales	<p>Trabajo de investigación Mercados Financieros Internacionales: Créditos, inversiones y comercio</p>	<p>10 puntos</p>	<p>Entrega 14 de mayo</p>	<p>21 mayo</p>	<p>Esquematizar la estructura y tasas de crecimiento de las empresas que han desarrollado créditos como forma de solventar un negocio principal y comparar con otras cuyo negocio principal es el crédito, para poder comprender mejor la naturaleza de las finanzas corporativas dentro del marco de los negocios internacionales</p>

Total: 70 puntos

FORMA GENERAL DE TRABAJO

- **Entrega de trabajos y/o aplicación de exámenes:** Todos los trabajos deberán ser colocados en SAE en tiempo y forma marcados en el mismo sistema.
- **Penalización por entrega tardía:** No existen, bajo ninguna circunstancia, entregas extemporáneas de trabajos y/o ejercicios, esto porque desde que inicia el semestre están abiertas todas las actividades del semestre y existen los tiempos suficientes para su entrega, favor de revisar SAE de manera oportuna. **No se aceptaran trabajos extemporáneos, la entrega es por SAE y el sistema se cierra de manera automática y las fechas marcadas son límites.**
- **Comunicación con alumnos:** Estaremos en contacto mediante el mensajero de SAE que será revisado dos veces a la semana, y el número celular que se encuentra en este mismo plan de trabajo, no llamar después de las 9:30 de la noche. Favor de tomar sus tiempos para poder ser atendidos y solucionar problemas. Cualquier tipo de duda será atendida vía telefónica en horarios de SUA, y vía SAE. . En caso de ser muy “urgente” tiene el celular del asesor para enviar mensajes de texto. Para comunicados generales es importante que el asesor cuente con tu correo electrónico para que pueda enviarte la información pertinente, y este correo solo lo podrá proporcionar el alumno de manera personal al asesor, por eso es recomendable que por lo menos dos veces al semestre se vea al asesor.
- **Política contra el plagio:** Todo trabajo escrito debe ser consecuencia de una lectura cuidadosa del material provisto, de una investigación complementaria y debe ser original.
A este respecto, deben notar que el plagio es una ofensa académica grave y los estudiantes que lo cometan serán sancionados dependiendo de la extensión de la falta. El plagio es una forma de deshonestidad que ocurre cuando una persona pasa como propio el trabajo de alguien más. Esto varía desde no citar a un autor (persona o institución) cuyas ideas se incorporaron al trabajo, o bien copiar y pegar párrafos sacados de libros, artículos o páginas diversas en la Web, hasta la descarga o copia de escritos enteros. Las sanciones pueden variar desde la calificación de cero en la actividad en la que fue sorprendido el plagio hasta reprobado el curso completo e incluso el alumno que cometa esta falta podría ser sujeto de proceso en la oficina de Asuntos Jurídicos de Acatlán.
- **Redondeo de calificaciones finales:** Para la calificación final las decimas terminadas en 5 o menos se redondeara hacia el número inferior anterior, si las decimas son de 6 o mayores se redondeara a la calificación superior siguiente.

ORIENTACIONES BÁSICAS PARA EL ESTUDIO INDEPENDIENTE

Unidad temática	Fuentes de consulta básica-obligatoria	Temas que se abordan en la lectura	Orientaciones para el estudio
	<ul style="list-style-type: none"> • J. Daniels y L. Radebaugh. Negocios Internacionales. Ed. Pearson. 8° edición. Págs. 3-37 	Conceptos básicos y ejercicios.	Lectura comprensión y ejercicios relacionados a los temas para aterrizar conceptos.

Licenciatura en Relaciones Internacionales

I Introducción a los negocios internacionales.	Hill, Charles negocios internacionales, competencia en el mercado global, Edit Mc Graw Hill 2007	Elementos necesarios para los negocios internacionales	Lectura comprensión y ejercicios relacionados a los temas para aterrizar conceptos
	La tercera Ola. Notas de Stephany Pereyra	Códigos de transformación de la humanidad	Identificación de los códigos, velocidad e implantación internacional de la visión de Toffler
	Capodagli, B Innovar al estilo Pixar, Mc Graw Hill Ed 2011, Colombia	Reflexiones de negocios internacionales desde la perspectiva de la innovación y la creatividad	

Unidad temática	Fuentes de consulta básica-obligatoria	Temas que se abordan en la lectura	Orientaciones para el estudio
2 El sector empresarial frente a la dinámica actual de los negocios internacionales	Robert M. Grant. Dirección estratégica. Ed. Civitas. Madrid 2002. Capítulo 1, págs. 27-55	Definición de estrategia y formas de desarrollar estrategias internacionales.	Lectura comprensión y ejercicios relacionados a los temas para aterrizar conceptos
	Constantinos Markides. En la estrategia está el éxito. Ed. NORMA. Colombia 2000. Cap 1	Conocimiento interno de la empresa para desarrollar un plan de NI exitoso.	Lectura comprensión y ejercicios relacionados a los temas para aterrizar conceptos
	Planeación Estratégica aplicada, Goodstein. Ed Mc Graw Hill	Comprender las estrategias de planeación	

Unidad temática	Fuentes de consulta básica-obligatoria	Temas que se abordan en la lectura	Orientaciones para el estudio
3 Experiencias empresariales en el ámbito de los negocios internacionales	William Duggan. Intuición estratégica. Ed. NORMA. Colombia 2009. Capítulo 5 y 6 págs. 87-122	Desarrollo de habilidades mentales para el desarrollo del plan de NI.	Lectura comprensión y ejercicios relacionados a los temas para aterrizar conceptos
	W.Chan Kim, Renée Mauborgne. La estrategia del océano azul. Ed NORMA. Colombia 2005. Págs. 136-141. Pioneros, emigrantes y colonos.	Tipos de consumidores y productos.	Lectura comprensión y ejercicios relacionados a los temas para aterrizar conceptos

Licenciatura en **Relaciones Internacionales**

	Bowersox, D. Administración u logística en la cadena de suministros	Diseño de la logística de la cadena de suministro	Comprender la lógica de integración de negocios internacionales

Unidad temática	Fuentes de consulta básica-obligatoria	Temas que se abordan en la lectura	Orientaciones para el estudio
4 Mercadotecnia internacional y desarrollo de estrategias de comercialización externa	W. Zikmund, M. D'Amico. Mercadotecnia. Marketing universitario. Ed. CECSA. México 1998. Capítulo 3. Págs. 59-84	Conceptos de mercadotecnia internacional y su aplicación al plan de NI.	Lectura comprensión y ejercicios relacionados a los temas para aterrizar conceptos
	José Antonio París. Segmentación significativa. Ediciones HABER, ciencias económicas. Buenos Aires 2014. Capítulo 1 y 2.	Definición y bases para la segmentación de mercado así como las nuevas formas de segmentarlo.	Definición de segmento, nicho, células de mercado. Segmentos globales, tendencias del mercado y la segmentación actual. Usos y aplicaciones. Bases para segmentar los mercados.
	José Antonio París . La Marca y sus significados. Ediciones HABER, ciencias económicas. Argentina 2012. Capítulos 1, 2 y 3.	Definición de marca y como se construye la misma en el mercado. Branding.	Impacto de la marca. Aspectos formales de la marca. Su significado.
	Marketing Internacional. Keegan & Green. Ed Prentice hall	Definición y bases para la segmentación de mercado así como las nuevas formas de segmentarlo.	Definición de segmento, nicho, células de mercado. Segmentos globales, tendencias del mercado y la segmentación actual. Usos y aplicaciones. Bases para segmentar los mercados.
5 Mercados financieros y negocios internacionales	“El próximo escenario Global” de Kenichi Ohmae, editorial Norma.	Logística, cadenas de abastecimiento, e-business, e-commerce. Nuevas formas de hacer NI.	Ver detalles en SAE.
	La revolución de la riqueza, Alvin Toffler	Condiciones de la nueva sociedad global	Comprender el escenario financiero, político global de los negocios

FUENTES DE CONSULTA COMPLEMENTARIAS

Unidad temática	Fuentes de consulta Complementarias-opcionales	Temas que se abordan en la lectura
-----------------	--	------------------------------------

Licenciatura en **Relaciones Internacionales**

1 Introducción a los negocios internacionales.	Charles W. L. Hill. Negocios Internacionales. Ed. Mc Graw Hill. Mexico 2001.	Definiciones y entorno de los Negocios internacionales.
	The demon-haunted world. Sagan, 1997	Errores del razonamiento

Unidad temática	Fuentes de consulta Complementarias-opcionales	Temas que se abordan en la lectura
2 El sector empresarial frente a la dinámica actual de los negocios internacionales	Jason Jennings y Laurence Haughton. No son los grandes los que se comen a los pequeños...son los veloces los que se comen a los lentos. Ed. Norma. Colombia 2008.	Aspectos para desarrollar la competitividad.

Unidad temática	Fuentes de consulta Complementarias-opcionales	Temas que se abordan en la lectura
3 Experiencias empresariales en el ámbito de los negocios internacionales	C.K. Prahalad. La oportunidad de negocio en la base de la pirámide. Ed. Norma. Colombia 2005.	Casos de negocios exitosos.
	IDB, From multinacionales to Global Latinas: The new latin American multinationals, (Compliation of case studies)	Casos de éxito y estudio en América Latina
	i	

Unidad temática	Fuentes de consulta Complementarias-opcionales	Temas que se abordan en la lectura
4 Mercadotecnia internacional y desarrollo de estrategias de comercialización externa	Terpstra & Russow. Introducción a la Mercadotecnia internacional. Ed. Thomson editores. Mexico 2000.	Conceptos clave de la mercadotecnia internacional.
	Morales Troncoso Carlos. Plan de exportación. Ed. Pearson educación. México 2000.	

Unidad temática	Fuentes de consulta Complementarias-opcionales	Temas que se abordan en la lectura
------------------------	---	---

Licenciatura en **Relaciones Internacionales**

5 Mercados financieros y negocios internacionales	<p>Eiteman. Stonehill. Moffett. Las finanzas en las empresas multinacionales. Ed. Prentice hall. (HG4027.5/E51718) Parte 5. Decisiones de Inversiones Extranjeras. Pág. 505-537.</p> <p>IDB, From multinaltinas to Global Latinas: The new latin American multinationals, (Compliation of case studies)</p>	<p>Crecimiento financiero y determinación de estrategias expansivas financieras en los negocios internacionales</p>
--	---	---

CALENDARIO

Sesión/ Semana	Semana (fecha)	Unidad	Indicaciones para la asesoría (temas, lecturas y/o actividades)
1	29 enero 2019	1	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del programa y temas. Identificación de los conceptos base para todo el semestre, organización de las actividades. Definición de Negocios Internacionales
2	5 febrero 2019	1	<ul style="list-style-type: none"> J. Daniels y L. Radebaugh. Negocios Internacionales. Ed. Pearson. 8° edición. Págs. 3-37 Teoría de olas de Toffler, Caso práctico Blockbuster. Modalidades de los negocios internacionales.
3	12 febrero 2019	1	<ul style="list-style-type: none"> Fred R. David. <i>Conceptos de administración estratégica</i>. Ed. Pearson. 9° edición. Págs.5-29, 56-73
4	19 febrero 2019	2	<ul style="list-style-type: none"> Robert M. Grant. <i>Dirección estratégica</i>. Ed. Civitas. Madrid 2002. Capítulo 1, págs. 27-55
5	26 febrero 2019	2	<ul style="list-style-type: none"> Constantinos Markides. <i>En la estrategia está el éxito</i>. Ed. NORMA. Colombia 2000. Cap 1
6	5 marzo 2019	2	<ul style="list-style-type: none"> William Duggan. <i>Intuición estratégica</i>. Ed. NORMA. Colombia 2009. Capítulo 5 y 6 págs. 87-122.
7	12 marzo 2019	3	<ul style="list-style-type: none"> Constantinos Markides. <i>En la estrategia está el éxito</i>. Ed. NORMA. Colombia 2000. Cap 2 y 3 Discusión de The Founder y the smartest guys in the room
8	19 marzo 2019	3	<ul style="list-style-type: none"> Exposiciones de investigación por países W.Chan Kim, Renée Mauborgne. <i>La estrategia del océano azul</i>. Ed NORMA. Colombia 2005. Págs. 136-141. Pioneros, emigrantes y colonos. Capítulo 5. Ir más allá de la demanda existente. Págs. 143-164
9	26 marzo 2019	3	<ul style="list-style-type: none"> Exposiciones de investigación por países
10	2 abril 2019	4	<ul style="list-style-type: none"> Exposiciones de investigación por países
11	9 abril	4	<ul style="list-style-type: none"> Constantinos Markides. <i>En la estrategia está el éxito</i>. Ed. NORMA. Colombia 2000. Segunda parte, cap 8
12	23 abril 2019	4	<ul style="list-style-type: none"> W. Zikmund, M. D´amico. <i>Mercadotecnia. Marketing universitario</i>. Ed. CECSA. México 1998. Capítulo 3. Págs. 59-84. Capítulo 21. Págs.719-750
13	30 abril 2019	4	<ul style="list-style-type: none"> Introducción a los mercados financieros

Licenciatura en **Relaciones Internacionales**

14	7 mayo 2019	5	<ul style="list-style-type: none"> • José Antonio Paris. Segmentación significativa. Ediciones HABER. Argentina 2014. Cap 1, 2 y 3.
15	14 mayo 2019	5	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega del ensayo de investigación de mercados financieros
16	21 mayo 2019	5	<ul style="list-style-type: none"> • Fin de clases, revisión completa del temario