

**UNIVERSIDAD DE SONORA
UNIDAD REGIONAL CENTRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES**

Datos de identificación

Nombre de la asignatura: Negocios Internacionales II

Unidad Didáctica: Curso-Taller

Horas clase: 4(2t-2p)

Tipo de materia: Obligatoria

Eje de formación: Profesional

Materia antecedente: Negocios Internacionales I

Materia subsecuente: Ninguna

No. de créditos: 6

Introducción

El desarrollo de la habilidad negociadora con una perspectiva internacional debe ser objetivo permanente en la formación de los licenciados en negocios internacionales de la Universidad de Sonora. Los cursos de negociaciones internacionales deben promover el debate como herramienta de desarrollo del pensamiento. Sobre todo en aspectos tan importantes como los ambientales, económicos, políticos, legales y culturales. El estudio de la geografía política y económica, así como el análisis de la competencia tanto doméstica como internacional son aspectos insoslayables en los negocios internacionales.

Objetivo general

El objetivo del curso de negocios internacionales II es ofrecerles a los estudiantes ideas teóricas y prácticas sobre negocios y oportunidades económicas y financieras internacionales, con el fin de que entiendan mejor el mundo real de los negocios globales .

Este curso se propone brindar a los alumnos un panorama general y completo del mosaico de los negocios internacionales. Se busca que el futuro profesional de los negocios aplique los conocimientos adquiridos y pueda identificar plenamente las oportunidades de negocios. Además, se pretende dotar a los futuros profesionales de los negocios internacionales con elementos que le permitan enfrentarse con éxito al mercado del trabajo al terminar sus estudios.

Contenido temático

I. Negociaciones y diplomacia de los negocios internacionales

- a. El equilibrio de fuerzas entre gobiernos y compañías
- b. Capacidad de negociación
- c. Negociaciones internacionales
- d. Factores culturales en las negociaciones comerciales

- e. Evolución de las negociaciones y la diplomacia en el proceso de internacionalización
- f. Acuerdos bilaterales
- g. Acuerdos y convenios multilaterales

II. Evaluación y selección de países

- a. Selección de sedes de comercialización y producción
- b. Estrategia geográfica general
- c. Análisis de opciones
- d. Estado del medio ambiente
- e. Magnitud del mercado
- f. Disponibilidad de recursos
- g. Análisis de riesgos
- h. Riesgo político
- i. Evaluación de inestabilidad
- j. Instrumentos para la comparación de países
- k. Estrategias de diversificación o concentración
- l. Decisiones de inversión

III. Estrategias de control de operaciones internacionales

- a. La planeación de operaciones
- b. Estructura organizacional
- c. Ubicación de la toma de decisiones
- d. Estrategia transnacional
- e. Control en el proceso de internacionalización
- f. Los administradores y el desempeño de subsidiarias
- g. El control en situaciones especiales
- h. Estructuras legales
- i. La cultura como control

IV. Comercialización

- a. Análisis de la magnitud de un mercado
- b. Política de productos
- c. Comercialización estratégica
- d. Factores económicos y culturales de la comercialización
- e. La comercialización y el ciclo de vida de un producto
- f. La comercialización en el proceso de internacionalización
- g. Políticas de fijación de precios
- h. Diversificación de mercados
- i. Mecanismos de promoción
- j. La publicidad y propaganda
- k. Las marcas comerciales
- l. Selección de los canales de distribución
- m. Segmentación de mercados internacionales
- n. Administración de ventas externas

V. Estrategias de exportación e importación

- a. Características de las compañías exportadoras
- b. Estrategias de exportación
- c. Compañías mercantiles exportadoras
- d. Agencias internacionales de tráfico
- e. Financiamiento de la exportación
- f. Estrategias de importación
- g. El papel de las agencias aduanales
- h. Análisis de la competencia doméstica e internacional

VI. Administración global de operaciones y estrategias de determinación de proveedores.

- a. Estrategias de administración de operaciones
- b. Estrategia de manufactura global en el proceso de internacionalización
- c. Calidad
- d. Relaciones con proveedores
- e. La función de los agentes de compras
- f. Diseño de productos

VII. La contabilidad e impuestos multinacionales

- a. Factores que influyen en el desarrollo de la contabilidad en todo el mundo
- b. Objetivos de la contabilidad
- c. Sistemas de contabilidad
- d. Armonización de diferencias
- e. Transacciones en divisas extranjeras
- f. Conversión de estados financieros en moneda extranjera
- g. Evaluación y control del desempeño en el proceso de internacionalización
- h. Presupuestos
- i. Tributación y crédito fiscal
- j. Prácticas tributarias internacionales
- k. Planeación de la función de los impuestos

VIII. Función de finanzas multinacionales

- a. La función de las finanzas y la tesorería en el proceso de internacionalización
- b. Fuentes externas de fondos
- c. Eurodivisas
- d. Bonos internacionales
- e. Mercado accionario
- f. Centros financieros internacionales
- g. Fuentes internas de fondos
- h. Administración internacional del efectivo
- i. Administración de riesgos financieros y cambiarios
- j. Aspectos financieros de la decisión de inversión

IX. Administración internacional de recursos humanos

- a. Aptitudes y características de los administradores
- b. Transferencia de administradores internacionales

- c. Reclutamiento y selección de administradores
- d. Formación internacional de administradores
- e. Administración de recursos humanos en el proceso de internacionalización
- f. Diferencias del mercado de trabajo
- g. Movilidad de la fuerza laboral
- h. Administración de sueldos y salarios y la remuneración al personal
- i. Relaciones laborales comparadas

Estrategias didácticas

Analizar casos prácticos

Revisar material documental reciente

Consulta de bancos de datos

Discusiones grupales de trabajos

Visitas a organismos vinculados al intercambio de mercancías y servicios a nivel internacional

Implementar ejercicios de simulación de procesos de negociación

Criterios de evaluación y acreditación

La evaluación del curso se implementará en varios momentos, al iniciar el curso a fin de determinar la presencia de antecedentes académicos básicos para el desarrollo de la asignatura; durante el proceso se pulsará el nivel de logro de aprendizajes propuestos y al finalizar el curso se validará el nivel de logro del objetivo general del curso.

Para ello se sugiere utilizar instrumentos diversos de evaluación que permitan generar información pertinente para los estudiantes y docentes, sobre la acreditación es una exigencia el cumplimiento de lo planteado en el objetivo general de la asignatura.

Bibliografía y otros recursos didácticos

Daniels, John D. y Radebaugh, Lee H.,(2000) *NEGOCIOS INTERNACIONALES*, octava edición, Pearson Education, México.

Rugman, Alan M. y Hodgetts, Richard,(1997).*NEGOCIOS INTERNACIONALES, UN ENFOQUE DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*, primera edición, McGraw Hill, México

Perfil recomendable del docente responsable de la asignatura :

Experiencia profesional: Mínima de dos años en funciones relacionadas con la planeación, diseño e implementación de negocios, de preferencia vinculadas con mercados internacionales.

Formación Académica:

Maestría en Negocios, Finanzas, Administración o disciplina o en carrera afín a las ciencias económicas

Experiencia docente:

Experiencia docente : Mínimo dos años

Formación didáctica y pedagógica:

Facilidad en el desempeño de la tareas docentes de enseñanza – aprendizaje.

Facilidad de comunicación grupal e individual con los alumnos.

Capacidad para utilizar tecnologías y técnicas didácticas (computadora, proyectos de imágenes, cañones, acetatos, diapositivas, videos, etc)

Acreditar el proceso de formación docente que la institución indique

Otros: Dominio del idioma inglés(específicamente las cuatro habilidades básicas).