

FACULTAD/ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE MERCADEO, EMPRENDIMIENTO E
INTERNACIONALIZACIÓN

Información de la asignatura

Nombre de la asignatura	Introducción a los negocios internacionales
Código de la asignatura	03213 - MER
Periodo Académico	202320
Nrc	11297
Grupo	005
Programas/Semestres	ADD 01, ENI 01, MIP 02
Intensidad horaria	3
Intensidad Semanal	3
Créditos	2
Docente(s)	Leidy Vanessa Zuluaga Gomez

Introducción o presentación general del curso

En el mundo de hoy, los negocios trascienden las fronteras geográficas. En este escenario, es crucial comprender las dinámicas de los negocios internacionales para navegar con éxito en el mundo globalizado. Este curso proporcionará a los estudiantes una comprensión profunda de los conceptos fundamentales de los negocios internacionales y los preparará para enfrentar y aprovechar las oportunidades y desafíos que presenta la globalización.

Este curso se divide en tres unidades principales. La primera unidad se centra en la comprensión de la globalización y su impacto en los negocios internacionales, subrayando la importancia de las diferencias culturales, políticas, económicas, legales y ambientales. La segunda unidad profundiza en la dinámica de la integración económica y las barreras comerciales, y cómo influyen en los negocios internacionales. Finalmente, la tercera unidad aborda los desafíos de la internacionalización empresarial, con un énfasis particular en las transacciones internacionales, como las importaciones, exportaciones e inversión extranjera directa, además de cuestiones de ética y responsabilidad corporativa.

A través de este curso, los estudiantes adquirirán las habilidades necesarias para examinar las tendencias y políticas internacionales, desarrollar estrategias efectivas para la internacionalización empresarial, y enfrentar de manera responsable los dilemas éticos que surgen en este proceso.

Formación en competencias

Como parte central de nuestro proceso de aseguramiento del aprendizaje, en este curso se introduce la siguiente competencia:

(PG) Perspectiva Global:

Objetivo de aprendizaje

- Los egresados comprenderán el entorno global de los negocios y la forma como éste influye en la estrategia organizacional, así mismo, tendrán una interacción efectiva en contextos culturalmente diversos.

Objetivos específicos

- PG1: Analizar el impacto de las tendencias globales y los cambios económicos, políticos y sociales sobre las organizaciones en términos de oportunidades y amenazas que influyen sobre la estrategia.
- PG2: Identificar las diferencias culturales y tener la motivación, el conocimiento y las habilidades para interactuar de forma efectiva en contextos con diversidad cultural.

Objetivo general de aprendizaje

Al finalizar el semestre y dada una situación real o hipotética, el estudiante estará en capacidad de:

- A1: Entender y Analizar la Globalización
- A2: Examinar las Dinámicas de la Integración Económica y las Barreras Comerciales
- A3: Abordar y Resolver Desafíos de Internacionalización Empresarial
- A4: Desarrollar estrategias efectivas y responsables para llevar a las empresas al escenario internacional

Objetivos terminales - Resultados de aprendizajes

Resultado de aprendizaje del curso o asignatura	Competencia en formación	Resultado de aprendizaje de la competencia de egreso al que se contribuye
A1	PG	PG1, PG2
A2	PG	PG1, PG2
A3	PG	PG1, PG2
A4	PG	PG1, PG2

Unidades de aprendizaje

Unidad 1: la globalización y sus efectos en los negocios internacionales

- Definir la globalización y sus drivers.
- Analizar el impacto de la globalización en el contexto de pandemia y postpandemia.
- Examinar cómo las diferencias nacionales en economía política y las diferencias culturales impactan en los negocios internacionales.
- Identificar los riesgos asociados al entorno político global y cómo pueden afectar a las estrategias de negocios internacionales.
- Aplicar este conocimiento para analizar y discutir cómo una organización real ha respondido a los desafíos y oportunidades de la globalización.

Unidad 2: dinámicas de la integración económica y barreras comerciales

- Entender el entorno dinámico del comercio internacional y clasificar diferentes tipos de barreras comerciales.
- Analizar el papel e influencia de las organizaciones globales en la facilitación o restricción del comercio internacional, con especial énfasis en el análisis de un caso relacionado con la OMC u otra organización relevante.
- Evaluar el impacto de diferentes niveles de integración económica en el comercio y las oportunidades de negocio internacionales.
- Comparar y contrastar casos de integración económica y barreras comerciales en diferentes regiones del mundo, presentando sus hallazgos en informes y socializaciones.
- Aplicar estos conocimientos para desarrollar un informe de análisis sobre una organización global y su influencia en el comercio internacional.

Unidad 3: desafíos de la internacionalización empresarial, transacciones internacionales y Responsabilidad Corporativa

- Identificar y analizar los desafíos que presenta la internacionalización empresarial, particularmente en el contexto de las empresas latinoamericanas.
- Comprender y explicar la importancia y el funcionamiento de las transacciones internacionales, incluyendo las importaciones, exportaciones e inversión extranjera directa.
- Discernir y debatir sobre dilemas éticos comunes en los negocios internacionales, y proponer soluciones éticas y responsables.
- Preparar y presentar en inglés un análisis detallado del proceso de internacionalización de una empresa colombiana o latinoamericana, identificando desafíos y proponiendo estrategias para superarlos de manera ética y responsable.

Metodologías de aprendizajes

El estudiante debe llegar a clase con el tema que se tratará en la misma debidamente estudiado. Esto implica mucho más que una lectura previa a la clase. En clase se discutirán y aplicarán los conceptos estudiados a casos propuestos por el profesor, o por los mismos estudiantes. Se desarrollarán trabajos en grupo, en los cuales los estudiantes aplicarán todos los conocimientos adquiridos en la materia. La asignación de los estudiantes a los grupos de trabajo se hará de forma aleatoria.

Para lograr los objetivos de aprendizaje que se proponen, es necesario que cada estudiante realice las actividades que se presentan a continuación, en los momentos que se mencionan.

Antes de la clase:

Cada tema de clase deberá ser estudiado previamente por el estudiante. El objetivo de cada actividad de estudio previo es la exploración, comprensión y aprendizaje de cada uno de los conceptos clave de la unidad.

Como resultado de cada actividad de estudios el estudiante deberá realizar una actividad de elaboración conceptual, representada en un mapa o una aplicación conceptuales, mediante la solución de un caso o ejercicio. El resultado de esta actividad de elaboración debe ser presentado en un trabajo escrito o mediante una presentación oral, antes del inicio de cada clase.

Durante la clase:

Cada tema será revisado en clase mediante el modelo socrático (preguntas elaboradas por el profesor o el estudiante). Normalmente el profesor presentará a los estudiantes la guía de preguntas para el desarrollo de la clase. El objetivo de esta revisión es asegurar que el estudiante ha aprendido los conceptos clave de cada unidad.

Luego de la revisión conceptual, se realizarán casos y ejercicios de aplicación de los conceptos como base para el logro de los objetivos de aprendizaje y el desarrollo de las capacidades de análisis y solución de problemas.

Después de la clase:

El estudiante deberá trabajar con los casos y ejercicios complementarios propuestos por el profesor para reforzar el aprendizaje y consolidar el desarrollo de las actividades propuestas.

Evaluación de aprendizajes

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
E. FINAL	E. FINAL	20	A1, A2, A3, A4	PG1, PG2
Parcial 1	Parcial 1	20	A1, A2, A3, A4	PG1, PG2
Parcial 2	Parcial 2	20	A1, A2, A3, A4	PG1, PG2
RETO	RETO	20	A1, A2, A3, A4	PG1, PG2
Talleres	Talleres	20	A1, A2, A3, A4	PG1, PG2

Recursos de apoyo

Textos

- Concha V., J. R. (Comp.). (2016). Negocios Internacionales. McGrawHill. E-book.
- Hill, C. (2015). Negocios Internacionales. (10a ed.). McGrawHill.
- Daniels, J.D., Radebaugh, L.H., & Sullivan, D.P. (2018). International Business: Environments and Operations. Pearson Education.

Cibergrafía

- World Trade Organization (WTO): <https://www.wto.org/>
- International Chamber of Commerce (ICC): <https://iccwbo.org/>
- International Monetary Fund (IMF): <https://www.imf.org/>
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD): <https://www.oecd.org/>
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD): <https://unctad.org/>
- Export.gov: <https://www.export.gov/>
- Investopedia: <https://www.investopedia.com/>

- Harvard Business Review: <https://hbr.org/>
- LegisComex: <https://www.legiscomex.com/>
- Forbes: <https://www.forbes.com/global/>
- The Economist: <https://www.economist.com/>
- ProColombia: <https://procolombia.co/>
- Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/>
- Banco de la República: <https://www.banrep.gov.co/>
- Superintendencia de Industria y Comercio: <https://www.sic.gov.co/>
- Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex): <https://www.analdex.org/>