

Administración de los negocios internacionales

		UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial Programa de Estudios de la asignatura			
Administración de los negocios internacionales					
Clave	Semestre	Créditos	Campo de conocimiento:		
	5°	8	Asuntos internacionales		
			Eje de formación:		
			Integración		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab ()		Tipo	T (X) P () T/P ()	
	Seminario () Otros (especificar)				
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas: 64		
	Obligatorio E () Optativo E ()				
Duración (Número de semanas)	16		Semana	Semestre	
			Teóricas: 4	Teóricas: 64	
			Prácticas: 0	Prácticas: 0	
			Total 4	Total 64	

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Administración: un enfoque de complejidad internacional, Geopolítica internacional aplicada a los negocios internacionales, Globalización y empleo, Gobierno, gestión de energía y recursos naturales, Logística internacional, Logística y responsabilidad ambiental, Migración y desarrollo.
Objetivo general:	
Al finalizar el curso, el alumnado comprenderá el rol que juegan la globalización, el entorno y el comercio internacional en el desarrollo de las estrategias y funciones básicas de las organizaciones internacionales, para que pueda contribuir a la mejor administración de éstas, con un enfoque estratégico, tecnológico, incluyente, sostenible, ético y de responsabilidad social.	

Objetivos particulares:

Al finalizar la unidad, el alumnado:

1. Reconocerá el desarrollo de la globalización, sus oportunidades y desafíos y la forma en que ésta puede impactar a la administración de las organizaciones.
2. Reconocerá la forma en que afectan a la administración de organizaciones internacionales las variantes de los diversos elementos del entorno internacional.
3. Conocerá los fundamentos del comercio internacional y los instrumentos que permiten implementar políticas para su operación, reconociendo el impacto que tienen en las organizaciones.
4. Reconocerá los elementos que influyen en la elección de una estrategia competitiva y su aplicación en la selección de las estrategias para competir en el ambiente internacional.
5. Distinguirá la utilidad del diseño organizacional en la coordinación y control de las actividades de las organizaciones internacionales.
6. Reconocerá la importancia de la mercadotecnia y los elementos que influyen en la configuración de una adecuada mezcla de mercadotecnia internacional.
7. Reconocerá los factores que influyen en las decisiones estratégicas de localización, operaciones y logística de una organización global
8. Reconocerá las características especiales que deben tener las funciones de administración de Recursos humanos en organizaciones globales.
9. Identificará los factores que influyen en el desarrollo de las prácticas contables y financieras de una organización internacional.

Índice temático			
Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	La Administración en entornos globales	6	0
2	El impacto del entorno internacional en la administración de negocios globales	4	0
3	El comercio internacional	12	0
4	Estrategias organizacionales para competir en los mercados globales y las forma introducirse a éstos	6	0
5	Diseño o "arquitectura" organizacional para dirigir los negocios internacionales	8	0
6	Operaciones y logística internacional	8	0
7	Mercadotecnia internacional	8	0
8	La función estratégica de Recursos humanos en la administración de organizaciones globales	6	0
9	Contabilidad y finanzas en las organizaciones globales	6	0
Total		64	

Contenidos temáticos
Subtemas

Temas	1. La Administración en entornos globales
1	1.1 La globalización, su naturaleza y proceso 1.2 Oportunidades y desafíos de la globalización 1.3 La globalización de los mercados y la producción 1.4 Administración de las organizaciones en la globalización 1.5 La responsabilidad social de las organizaciones globales
	2. El impacto del entorno internacional en la administración de negocios globales
2	2.1 Entornos económicos 2.2 Entornos políticos 2.3 Entornos jurídicos 2.4 Entornos culturales 2.5 Entornos financieros 2.6 Entornos de sostenibilidad
	3. El comercio internacional
3	3.1 Descripción y origen del comercio internacional 3.2 Fundamentos teóricos de las ventajas absoluta y comparativa y de la importancia del costo de oportunidad en el intercambio internacional. 3.3 Configuración del comercio internacional por regiones 3.4 Organismos nacionales e internacionales relacionadas con el comercio internacional 3.5 Principales instrumentos de las políticas comerciales 3.6 Documentos comerciales en las operaciones internacionales
	4. Estrategias organizacionales para competir en los mercados globales y las forma introducirse a éstos
4	4.1 Principios básicos de una estrategia y su elección 4.2 Las cuatro estrategias básicas para competir en el ambiente internacional 4.2.1 Internacional 4.2.2 Multinacional 4.2.3 Transnacional 4.2.4 Global 4.3 Las formas básicas para incursionar en los mercados internacionales, sus características y elementos de selección
	5. Diseño o “arquitectura” organizacional para dirigir los negocios internacionales
5	5.1 Estructura organizacional 5.2 Estandarización de tareas y procesos 5.3 Cultura organizacional 5.4 Redes informales de integración

	6. Operaciones y logística internacional
6	<p>6.1 Factores que influyen en la determinación de la localización y producción de bienes y servicios</p> <p>6.1.1 Aspectos generales del transporte internacional</p> <p>6.1.2 Cadenas globales de valor</p> <p>6.2 Factores para considerar en la determinación de una cadena global de suministros</p> <p>6.3 Estrategias de operaciones en un entorno global</p> <p>6.4 Condiciones de entrega de mercancía en las operaciones de compraventa internacional. INCOTERMS</p>
	7. Mercadotecnia internacional
7	<p>7.1 La mercadotecnia y la estrategia internacional</p> <p>7.2 Características entre países que influyen en determinación de la mezcla de mercadotecnia en una organización internacional. Configuración de una adecuada mezcla de mercadotecnia internacional</p>
	8. La función estratégica de recursos humanos en la administración de las organizaciones globales
8	<p>8.1 Alineación de las políticas de operación de RRHH con la estrategia competitiva internacional</p> <p>8.2 Enfoques en la determinación de políticas de contratación</p> <p>8.3 Programas de desarrollo acordes a la estrategia</p> <p>8.4 Prácticas de remuneración global</p> <p>8.5 Relaciones laborales internacionales</p>
	9. Contabilidad y finanzas en las organizaciones globales
9	<p>9.1 Función de las normas internacionales de información financiera</p> <p>9.2 Variaciones en los tipos de cambio y sistemas de control contable</p> <p>9.2.1 Precios de transferencia</p> <p>9.2.2 Mercado de divisas</p> <p>9.3 Administración financiera global</p>

Estrategias didácticas

- Exposiciones.
- Trabajos de investigación.
- Análisis de lecturas.
- Estudio de casos.
- Elaboración de mapas mentales y conceptuales.
- Aprendizaje colaborativo.
- Conformación de wikis.

Evaluación del aprendizaje

- Exámenes.
- Ensayos.
- Resolución de casos y ejercicios.
- Trabajos y tareas
- Participación en clase.

Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Administración, Negocios Internacionales o áreas afines. Maestría en Administración, Negocios Internacionales o experiencia equivalente.
Experiencia docente	Mínima de 2 años a nivel licenciatura en administración de organizaciones internacionales de los sectores pública, privada o social.
Otras características	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México. Manejo del idioma inglés Para profesores(as) de nuevo ingreso: Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración. Para profesores(as) que ya imparten clases en la Facultad: Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.

Bibliografía básica
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Cue, A. (2015) <i>Negocios internacionales en un mundo globalizado</i>. México: Editorial Patria ◦ Daniels J, Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). <i>Negocios Internacionales, ambientes y operaciones</i>. México: Pearson Educación ◦ Hill, C. (2015). <i>Negocios Internacionales</i>. México: Mc Graw-Hill/ Interamericana ◦ Lombana, J. (Ed) (2016). <i>Negocios internacionales: fundamentos y estrategias</i>. Barranquilla: Universidad del Norte ◦ Peng, M. (2012). <i>Negocios globales</i>. México: Cengage Learning
Mesografía (referencias electrónicas)
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Organización Mundial del Comercio. (s/a). Temas comerciales de la OMC. abril 14, 2021, de OMC Sitio web: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tratop_s.htm

Bibliografía complementaria
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Beck, U. (2008): <i>¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización</i>. Buenos Aires: Paidós. ◦ David, P. <i>Logística Internacional, Administración de Operaciones de Comercio Internacional</i>, Cengage Learning. ◦ Ferrel, O.C. (2010). <i>Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante</i>. México: Mc Graw-Hill ◦ International Accounting Standards Board (IASB). (Vigente). <i>Normas Internacionales de Información Financiera</i> (NIIF). México: IMCP. ◦ KPMG. (Vigente). <i>NIIF comentadas: guía práctica de KPMG para comprender las normas internacionales de la información financiera</i> (4ª ed.). España: Aranzandi. ◦ Reyes, E (2012) <i>Introducción a la Logística Internacional</i>. México: Bufete Internacional de Intercambio ◦ Vergara, N. (2012). <i>Marketing y Comercialización Internacional</i>. México: Ediciones ECOE.
Mesografía (referencias electrónicas)
<ul style="list-style-type: none"> ◦ Business Week y Cervantes, Y. (2009). <i>Casos de éxito de negocios globales: cómo los líderes de empresas internacionales alcanzan la cima</i>. Recuperado de: ebookcentral.proquest.com