



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y GOBIERNO

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO, COMERCIO Y EMPRESA

1. INFORMACIÓN DEL CURSO

Nombre: Globalización y Negocios.	Clave: I3826	Prerrequisitos: Ninguno
Número de créditos: 6	Tipo: Curso-Taller.	Área de Formación: Optativa Abierta.
Horas teoría: 20 horas	Horas práctica: 40 horas	Horas totales: 80 horas.

2. DESCRIPCIÓN

2.1. Objetivo o competencia general de aprendizaje del curso

El estudiante será capaz de entender los cambios tanto sociales como económicos que se han generado a partir de la globalización, para así formar profesionistas capaces de aplicar las herramientas tanto teóricas como prácticas que requiera con el fin de facilitar el análisis y la toma de decisiones en un ambiente global de negocios.

2.2. Objetivos específicos

- El estudiante examinará los elementos y características principales de la globalización para comprender el entorno actual sobre el cual se desarrollan los negocios.
- Que el alumno asocie la importancia de los fundamentos de la globalización con los elementos económicos y de negocios.
- Contar con una metodología que le permita un orden, estabilidad y control en el trabajo.
- Interpretar información, ideas, problemas y soluciones, que se tiene en la globalización.

2.3. Contenido temático

1.
Unidad 1 La Globalización
Objetivo particular: Que el alumno asocie la importancia de los fundamentos de la globalización con los elementos económicos y de negocios.
Contenido



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y GOBIERNO

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO, COMERCIO Y EMPRESA

1.1 Conceptos generales

- 1.1.1 Globalización y sus orígenes
- 1.1.2 Globalización y antiglobalización
- 1.1.3 Influencia de la Globalización en la Sociedad

1.2 Globalización en Economía y Negocios

- 1.2.1 Transformación de la estructura económica debido a la globalización
- 1.2.2 Influencia de la globalización en la formación de negocios.

1.3 Tipos de Negocio en un entorno Global

- 1.3.1 Empresas transnacionales
- 1.3.2 Empresas Born Global
- 1.3.3 Franquicias
- 1.3.4 E-commerce (e-business)

Unidad 2 Teoría del Comercio Internacional

Objetivo particular: Contar con una metodología que le permita un orden, estabilidad y control en el trabajo

2.1 Fundamentos del Comercio Internacional

- 2.1.1. Conceptualización del Comercio Internacional
- 2.1.2 Inicios del Comercio Internacional

2.2 Productividad del trabajo y ventaja comparativa

- 2.2.1 Concepto productividad y su importancia en el Comercio Internacional
- 2.2.2 Análisis económico de la Ventaja Comparativa

2.3 Instrumentos de Política Comercial

- 2.3.1 Introducción a la Política Comercial
- 2.3.2 Instrumentos de la Política Comercial
 - 2.3.2.1 Barreras arancelarias
 - 2.3.2.2 Barreras no arancelarias
- 2.3.3 Trámites, documentación y procedimientos de exportaciones e importaciones

2.4 Bloques de comercio internacional

- 2.4.1 El TLCAN
- 2.4.2 La Unión Europea
- 2.4.3 El MERCOSUR
- 2.4.4 La ALADI
- 2.4.5 La OPEP
- 2.4.6 La Cuenca del Pacífico
- 2.4.7 La OCDE



Unidad 3 Contexto económico internacional

Objetivo particular: Interpretar información, ideas, problemas y soluciones, que se tiene en la globalización.

La apertura de los mercados de bienes y financieros

3.1.1 Apertura del mercado de bienes

3.1.1.1 Las exportaciones e importaciones

3.1.1.2 Cuentas nacionales con economía externa

3.1.2 Apertura de los mercados financieros

3.1.2.1 Balanza de pagos

3.1.2.2 Tasas de interés, fondos prestables

3.1.2.3 Mercado de divisas

3.2 Efectos de la política económica en una economía abierta

3.2.1 Política fiscal en una economía abierta

3.2.2 Política monetaria en una economía abierta

3.3 Sistema monetario internacional

3.1.1 Composición del Sistema Monetario Internacional

3.1.1.1 Fondo Monetario Internacional

3.1.1.2 Organización Mundial de Comercio

3.1.1.2 Banco Mundial

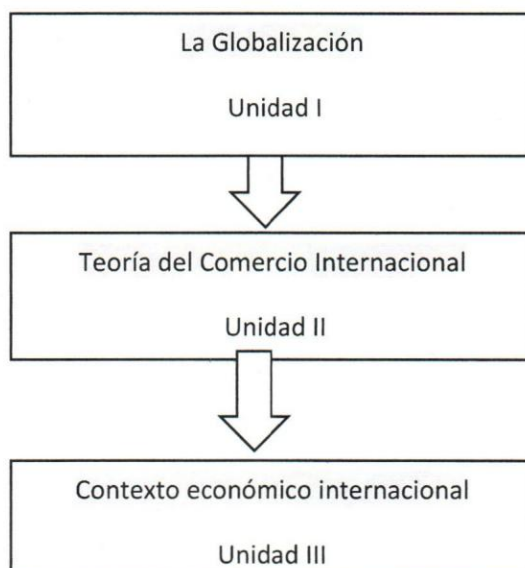
3.1.1.3 Banco Interamericano de Desarrollo

3.1.1.4 Banca de desarrollo nacional

3.4 Países desarrollados y en desarrollo

3.5 Casos prácticos en un contexto global

2.3 Organizador gráfico de las unidades aprendizaje:





2.4. Estrategias didácticas

- Esta unidad de aprendizaje está estructurada de manera híbrida, ya que se hace uso de plataformas tecnológicas para el trabajo de manera presencial y en línea.
- Se realizará mediante la metodología de aula invertida utilizando diversos entornos para facilitar el aprendizaje de los estudiantes.
- Se hará uso de plataformas, quiz, y diversas herramientas tecnológicas que contribuirán a promover entre los estudiantes el aprendizaje activo.
- Los módulos que integran esta UA se trabajarán a lo largo de las próximas 15 semanas en donde utilizaremos la plataforma Classroom; ahí encontrarán el material con el que estaremos trabajando las sesiones presenciales.
- Exposición docente a partir de conocimientos teóricos y casos de estudio que permitan el debate y reflexión académica de los estudiantes
- Realización de actividades para el desarrollo del pensamiento crítico y analítico.
- Implementación de actividades de clase (trabajo en equipo, actividades colaborativas, debates, dinámicas).
- Desarrollo de competencias transversales como la disciplina, el respeto, la tolerancia, la responsabilidad, el trabajo en equipo y multidisciplinario, la colaboración, la creatividad, la investigación, la ética profesional, el pensamiento crítico y analítico, la comunicación oral y escrita, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Realización de actividades prácticas para la evaluación de los aprendizajes a partir de la experiencia en la implementación del conocimiento.

Estrategias de aprendizaje didácticas:

Aprendizaje basado en problemas
Estudios de caso
Investigación por equipo
Aprendizaje cooperativo
Mapas conceptuales
Presentaciones
Investigación documental
Análisis crítico

2.5. Estrategias e instrumentos de evaluación y factores de ponderación

3. La evaluación será continua, tomando en cuenta las actividades realizadas de manera presencial y en línea.
4. Los ejercicios que a continuación se describen deberán presentarse dentro de la fecha establecida, además de apegarse a las instrucciones de cada una de las actividades.
5. Se tomará en cuenta la originalidad del trabajo (no plagio).



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y GOBIERNO

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO, COMERCIO Y EMPRESA

Productos de aprendizaj e sugeridos	Criterios o indicadores de evaluación:	Instrumentos de evaluación:
Evaluación Diagnóstico	N/A	Examen opción múltiple
Cuadro comparativo	Portada • Identificación adecuadamente a comparar • Incluye características de cada elemento • Menciona las semejanzas y diferencias más relevantes • se encuentra la información Organizada • Limpieza y ortografía • Cita, Apa 6° edición • Conclusión	• Lista de Cotejo • Cuaderno de trabajo: mediante entregables por escrito o en línea mediante plataformas (Moodle o Classroom)

Productos de aprendizaje sugeridos	Criterios o indicadores de evaluación:	Instrumentos de evaluación:
Presentación en equipo	Utiliza recursos de apoyo en su exposición: 1. Libros 2. Documentales 3. Videos • Demuestra preparación para la exposición • Claridad y organización en la información de la presentación • Resuelve dudas de sus compañeros • Realizan retroalimentación a sus compañeros 1. Ejercicios 2. Examen de autoevaluación	• Lista de Cotejo • Cuaderno de trabajo: mediante entregables por escrito o en línea mediante plataformas (Moodle o Classroom)
Infografía	• Contenido • Exposición de ideas centrales • Organización de la información • Diseño • Presentación visual • Redacción • Referencias	• Lista de Cotejo • Cuaderno de trabajo: mediante entregables por escrito o en línea mediante plataformas (Moodle o Classroom)
Línea del tiempo	• Incluye eventos relevantes. • Contiene al menos 8 a 10 eventos relacionados con el tema.	• Lista de Cotejo • Cuaderno de trabajo: mediante entregables



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y GOBIERNO

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO, COMERCIO Y EMPRESA

	• Los eventos son colocados en el lugar adecuado. • Se incluyen las fechas en todos los casos. • La línea del tiempo está hecha con limpieza. • Respeta las reglas de elaboración de una línea del tiempo. • Expresa creatividad. • La línea del tiempo fue recibida en la fecha especificada. • Incluye colores e imágenes de manera adecuada. • La explicación de la línea del tiempo es adecuada.	por escrito o en línea mediante plataformas (Moodle o Classroom)
--	--	--

Productos de aprendizaj e sugeridos	Criterios o indicadores de evaluación:	Instrumentos de evaluación:
Resúmenes	Portada Introducción Desarrollo (dominio del tema) Conclusión (claridad en la información y originalidad) Citas Apa	• Lista de Cotejo • Cuaderno de trabajo: mediante entregables por escrito o en línea mediante plataformas (Moodle o Classroom)
Solución de Casos Prácticos	Presentación del caso (introducción del caso) Ortografía Argumentación de cada pregunta Conclusión o punto de citas de vista propia	• Lista de Cotejo • Cuaderno de trabajo: mediante entregables por escrito o en línea mediante plataformas (Moodle o Classroom)
Organigra mas	Nombre de la empresa Descripción de tipo de organigramas Establece líneas jerárquicas Se distingue por color las jerarquías	• Lista de Cotejo • Cuaderno de trabajo: mediante entregables por escrito o en línea mediante plataformas (Moodle o Classroom)



2 Exámenes Parciales 50%

Tareas 20%

Trabajo Final 30%

100% TOTAL

5.1. Conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y Valores
1. El estudiante examinará los elementos y características principales de la globalización para comprender el entorno actual sobre el cual se desarrollan los negocios. 2. El estudiante conocerá los elementos más importantes del comercio internacional con el fin de analizar de mejor forma los fenómenos relacionados con esta disciplina en el ámbito de los negocios. 3. El estudiante será capaz de analizar y entender el contexto macroeconómico internacional para tener una visión más amplia de las condiciones sobre las cuales se desarrollan los negocios en la actualidad a nivel mundial.	1. Realización de actividades para el desarrollo del pensamiento crítico y analítico. 2. Desarrollo de competencias transversales como la disciplina, el respeto, la tolerancia, la responsabilidad, el trabajo en equipo y multidisciplinario, la colaboración, la creatividad, la investigación, la ética profesional, el pensamiento crítico y analítico, la comunicación oral y escrita, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación	Realizar visitas a empresas que permitan la vinculación de los estudiantes con la práctica profesional en la que se desarrollan técnicas de gestión, producción y resultados. Asistir a eventos académicos institucionales, congresos o seminarios que faciliten la vinculación con la experiencia de los sectores productivos. Desarrollo de productos de investigación, aplicación de técnicas de observación para el diagnóstico organizacional y solución de problemas organizacionales o de mercado.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y GOBIERNO

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO, COMERCIO Y EMPRESA

5.2. Campo de aplicación profesional del conocimiento

Esta materia es de las más importantes ya que el alumno conocerá y aprenderá la globalización y el negocio del mercado, desde este punto puede conocer las bases de la administración, mercadotecnia y el proceso administrativo con el cual se van conformando las organizaciones o empresas, de igual manera conocerá las dimensiones, de la forma de Planear, Organizar, Dirigir y Controlar todas las actividades de las organizaciones dentro y fuera de ella. Sobre todo, conocer los procesos administrativos y la importancia de ellos dentro de una organización.

3. RECURSOS Y MATERIALES EDUCATIVOS

3.1. Bibliografía Básica

Hitt, Michael A. Administración estratégica: competitividad y globalización: conceptos y casos México: Cengage Learning,
Krugman, P. (1999) Economía Internacional: teoría y política McGraw-Hill
Blanchard, O (2006) Macroeconomía, 4ta Edición, Prentice Hall
Parkin, M; Esquivel, G (2009) Macroeconomía México Addison Wesley. México.
Samuelson, P; Nordhaus, D (2003) Macroeconomía con Aplicaciones a México. Mc. Graw Hill Interamericana de España. México.
Méndez M.; Silvestre, J (2002) Problemas Económicos de México. Mc Graw Hill Interamericana, 5ª. Edición, México.

3.2. Bibliografía Complementaria

Sánchez, J., La competitividad y los factores determinantes en la globalización
Fischer, L; Espejo J. (2004) Mercadotecnia. Mc Graw Hill
Dorhbusch, R; Fischer, S; Startz, R (2004) Macroeconomía Mc Graw Hill Interamericana.
Colombia Parkin, M; Esquivel, G (2009) Macroeconomía México Addison Wesley. México.
Samuelson, P; Nordhaus, D (2003) Macroeconomía con Aplicaciones a México. Mc. Graw Hill Interamericana de España. México.
Méndez M.; Silvestre, J (2002) Problemas Económicos de México. Mc Graw Hill Interamericana, 5ª. Edición, México.

3.3. Enlaces

<https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch32.htm>

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64615176009.pdf>



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y GOBIERNO

DEPARTAMENTO DE EMPRENDIMIENTO, COMERCIO Y EMPRESA

Lugar y fecha de Actualización: Tonalá, Jalisco a 10 de junio de 2022

Participantes en la actualización del programa

Nombre

MTRO. FABIÁN ISRAEL GUTIÉRREZ RAMÍREZ

Firma

VoBo. Presidente de la Academia:

MTRA. ARIANA CAROLINA ULLOA ALZATE

VoBo. Jefa del Departamento:

DRA. AIMEE PEREZ ESPARZA