

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de la Ciénega



Programa de asignatura o unidad de aprendizaje

Nivel en que se ubica la unidad de aprendizaje

Nombre del profesor que elaboró el programa	Fecha de elaboración del programa / Última actualización "Calendario"
Ana Ma. del Pilar Loera Partida	03 de marzo 2016 / Calendario Escolar 2016 "A"

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

1. Nombre de la Materia		2. Clave de la Materia	
Negocios internacionales y diferencias culturales		I5319	
3. Prerrequisitos	4. Tipo de Asignatura	5. Carga Horaria Semanal	6. Créditos
Ninguno	Curso-Taller	Teoría: Práctica: Total:	8
		40 40 80	
7. Área de Formación	8. División	9. Departamento	10. Academia
Especializante Obligatoria	Ciencias Económico Administrativas	Estudios Económicos e Internacionales	Estudios Internacionales

11. Presentación

Desarrollar en el alumno la capacidad de análisis de las variables más importantes, especialmente de la cultura en las negociaciones internacionales. Comprender por qué las personas se comportan en la forma que lo hacen, para poder identificar sus necesidades, para así poder satisfacerlas. Conocer las diferencias y similitudes culturales para ser aplicado el conocimiento en las negociaciones interpersonales, empresariales, internacionales o de cualquier otra forma ligada a la gestión empresarial, sea lucrativa o no.

12. Conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y competencias

[Firma]

[Firma]

[Firma]

Competencias:

Resuelve conflictos mediante el uso de estrategias de comunicación, negociación y liderazgo, con base en una postura ética, y con un rigor analítico y sistemático que le permite obtener resultados favorables para los involucrados. Organiza procesos de cambio e innovación con una visión integral y socialmente responsable, para promover una mejor calidad de vida laboral en empresas de orden internacional. Identifica con base en los diagnósticos organizacionales, los talentos de las personas y su aportación a la empresa empleadora para beneficio y crecimiento de la sociedad. Promueve que el personal a su cargo se adapte a la cultura de las empresas transnacionales con base en el conocimiento de sus formas de trabajo, para optimizar la productividad.

Habilidades:

Creatividad e innovación. Empatía multicultural. Concretar negocios internacionales en diferentes ámbitos políticos, económicos, sociales y culturales; respetando la diversidad y la libertad de pensamiento, ejerciendo influencia y resolviendo conflictos interculturales en las negociaciones. Promover el desarrollo del comercio exterior del país, comprender y aprovechar las estructuras regionales y sectoriales de diversos países en el mundo para integrar y generar nuevos negocios. Desarrollar e implementar estrategias de negocio con base en las Cadenas Productivas Mundiales, no sólo para el intercambio de mercancías, sino también para los negocios de servicios internacionales.

Capacidades:

Observador, facilidad para comunicarse, escucha activa, creativo, persuasivo y es capaz de establecer relaciones interpersonales. Asesora en proyectos de inversión extranjera. Investiga y desarrolla nuevos mercados. Promociona productos y servicios a nivel internacional. Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización en empresas y organizaciones dentro del ámbito internacional. Resuelve conflictos mediante el uso de estrategias de comunicación, negociación y liderazgo. Capacidad para desarrollar relaciones con personas de otras culturas. Escuchar y valorar la información transmitida en los procesos de negociación.

Saberes y conocimientos prácticos:

Conoce y sabe usar los elementos normativos y de política, creativo y analítico con capacidad e imaginación, para diseñar, desarrollar y emprender proyectos y planes de negocios internacionales; hábil para encontrar oportunidades para cerrar negocios; con capacidad crítica, abierto, competente para la investigación de nuevos mercados internacionales; que lo hagan exitoso en los resultados y con significativas utilidades; capaz de interactuar y adaptarse a los cambios, avances e innovaciones tecnológicas en los escenarios internacionales.

Saberes y conocimientos teóricos:

Estudio de los negocios Internacionales y los ámbitos: Culturales, político, legal y económico de las empresas.
Comercio internacional y la inversión extranjera directa.
Patrones de Comunicación.
Proceso intercultural de negocios.

Actitudes y aptitudes:

Entusiasmo, firmeza, flexibilidad, responsabilidad, persuasión, tolerancia, perseverancia, honestidad, sociabilidad, respetuoso, liderazgo y trabajo colaborativo.

Valores:

Honestidad, responsabilidad, equidad, transparencia, integridad, confianza, lealtad, veracidad, honradez, respeto.

13. Objetivos**Generales:**

Conocer teorías y visión global de los negocios internacionales. Factores e influencia de aspectos culturales entre los países, su desarrollo económico, sistemas políticos y sistemas sociales relacionados con los negocios internacionales.

Los objetivos principales son el tener presente las diferencias que se dan en la comunicación intercultural y facilitar el conocimiento y las habilidades que permitan tener éxito al interactuar con personas de culturas diferentes.

Condiciones de comercio nacional y mundial, así como las organizaciones nacionales e internacionales en que se sustenta para adquirir la aptitud de desarrollar proyectos de exportación acorde a las capacidades nacionales y que correspondan a las demandas y a las condiciones del entorno internacional.

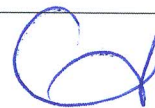
Particulares:

- 1.- Definir el campo de acción de los negocios y cuál es su entorno biológico, económico y político nacional e internacional a partir de conceptos como sistema productivo, mercadeo y sistema alimentario.
- 2.- Retos actuales del comercio.
- 3.- Análisis de las estructuras mexicanas, de las nuevas propuestas y del impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).
- 4.- Conocer el nicho de mercado de las empresas de exportación.
- 5.- Entender y aplicar cada una de las normas del comercio internacional y las instituciones nacionales e internacionales que lo regulan.
- 6.- Presentación de modelos de proyectos de exportadores.

14. Contenido temático**Unidad 1**

Negocios Internacionales y los ámbitos: Culturales, político, legal y económico de las empresas.

- 1.1 Globalización en los Negocios.
- 1.2 Cómo entender las instituciones informales: política, leyes y economía.
- 1.3 Énfasis en las instituciones informales: cultura, ética y normas.
- 1.4. Apalancamiento de recursos y capacidades.



Unidad 2

Razón de ser del comercio internacional y la inversión extranjera directa.

- 2.1. Comercio internacional.
- 2.2. Inversión directa e indirecta en el extranjero.
- 2.3. Negociación con divisas.
- 2.4. Alianzas, fusiones, franquicias y adquisiciones.
- 2.5. Competencia en negocios y mercados internacionales.
- 2.6. Administración global de la responsabilidad social corporativa.

Unidad 3

Patrones de Comunicación.

- 3.1. Patrones Verbales y no Verbales.
- 3.2. Patrones de comunicación escrita.
- 3.3. Costumbres y protocolo en comunicaciones orales y escritas.

Unidad 4

Proceso intercultural de negocios.

- 4.1. Pasos en el proceso de negociación.
- 4.2. Modelos de negociación intercultural.
- 4.3. Estrategias de negociación.
- 4.4. Estilos de negociación.

Unidad 5

Componentes interculturales de negociación.

- 5.1. Segmentación internacional.
- 5.2. Estrategias para la penetración y expansión en los mercados internacionales.
- 5.3. Posicionamiento en los mercados internacionales

15. Bibliografía

Bibliografía Básica:



Negocios internacionales: cómo competir en el mercado global
Charles W. L.
México: McGraw-Hill
658.18 HIL 2015

Negocios globales
Mike W. Peng
México: Cengage Learning Editores
382 PEN 2012

Tratados de libre comercio: retos y oportunidades
Van Den Berghe Romero, Edgar
Bogotá: Ecoe Ediciones
382.9861 VAN 2014

Tácticas para la negociación internacional: las diferencias culturales
Ávila Marcué Felipe
México: Trillas
658.4052 AVI 2008

16. Campo de aplicación profesional

Analizará las diferencias culturales prevalecientes entre los países y sugerirá y propondrá acciones a seguir para realizar actividades comerciales exitosas con dichos países.

17. Modalidades del proceso enseñanza-aprendizaje

Inductivo, explicativo, explorativo, internet, estudios de casos, lectura previa, discusión de temas, trabajos de investigación, exposición del maestro, exposición de alumnos, computación, diapositivas, películas, audiovisuales, libros de texto, lectura de publicaciones especiales.

18. Evaluación del curso

Quien cumpla con el 100 al 80 % mínimo de asistencia durante el curso, tiene derecho a examen ordinario, quien asista mínimo al 70 a 60% durante el curso tiene derecho a examen extraordinario, la acreditación del mismo será a través de un examen escrito de suficiencia que comprenda todo lo revisado durante el curso. No contabilizan para ello ninguna de las actividades pasadas. La calificación obtenida en el examen será la que aparezca en el reporte de calificaciones y no podrá ser mayor a 80.

La calificación ordinaria del alumno será el resultado de la sumatoria de los puntos que obtenga a través de la siguiente tabla:

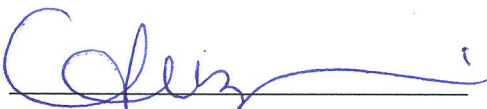
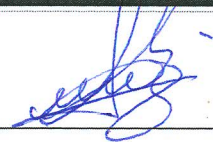
Un examen departamental	20%
Dos exámenes parciales	20% c/u
Tareas	20%
Actividades	20%
Total	100%

19. Mapa curricular y plan de estudios de la carrera

Disponible en www.guiadecarreras.udg.mx

20. Actualización

Fecha de Actualización: 03 de marzo de 2016

Vo- Bo. Jefe de Departamento (Vigencia)	Vo. Bo. Presidente de Academia (Revisión)	Profesor(es) participante(s): Nombre y firma
 Mtra. Adriana Guzmán Castañeda Departamento de Estudios Económicos e Internacionales.	 Mtra. Araceli Sánchez González Academia de Estudios Internacionales	 Mtra. Ana Ma. del Pilar Loera Partida

