



CARÁTULA DE ASIGNATURA

PLAN SUJ



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Carátula

Programa de Diseño
Curricular y Evaluación

ASIGNATURA			H/S/S	CRÉDITOS
SEMINARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES		TEÓRICA	4	8
CLAVE	SIGLA	PRÁCTICA	0	0
21353	AE095	TOTAL	4	8

COORDINACIÓN

NEGOCIOS INTERNACIONALES (120)

PRERREQUISITOS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES:

COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

OBJETIVOS GENERALES

1. Incorporar al proceso de la planeación estratégica los factores de influencia del entorno internacional de la empresa.
2. Utilizar estrategias del mercado, a partir de la contextualización de la empresa en el ámbito internacional.
3. Interpretar las variables culturales que inciden en los resultados de las empresas internacionales.
4. Desarrollar estrategias de dirección de empresas internacionales que anticipen las oportunidades de los mercados globales.
5. Detallar estrategias de entrada a los mercados internacionales.

TEMARIO

1. Elementos del análisis del entorno internacional para la planeación estratégica.
2. La estrategia y organización de los negocios internacionales.
3. Estrategia de penetración en los mercados internacionales y alianzas estratégicas: exportación, concesión, franquicias, etc.
4. Desafíos de la empresa internacional: eficiencia, cambio y liderazgo.
5. Globalización, cultura y destino de las empresas internacionales.
6. Pautas cambiantes en administración internacional: cultura y calidad.
7. Uso de tecnologías de información y telecomunicación para el control internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Weiss, Kenneth . *Building and Import/Export Business*. New York: John Wiley & Sons. 2007

Lynch, Robert . *Guía de las alianzas en los negocios: el arma secreta de la competitividad*. México: CECSA. 2002

Enmerich, Gustavo. *La transnacionalización: enfoques teóricos y empíricos*. México: UAM, Unidad Iztapalapa. 2011

Bartlett, Christopher , Sumantra Ghoshal y Julian Birkinshaw. *Transnational Management: Text and Cases*. New York: Irwin McGraw-Hill. 2011