

BA0D3. ÉTICA PROFESIONAL

DESCRIPCIÓN:

Todavía existe un lugar en nuestro conocimiento y nuestra acción para la razón práctica, Es decir, para la ética.

No actúa ni discurre “a la baja”, plegándose a las necesidades de la naturaleza o a los intereses más dominantes en la cultura. Confía en la facultad del hombre para pensar por su cuenta y justificar por si mismo los principios según lo que piensa.

Ante el relativismo normativo imperante, consecutivo a la progresiva aceptación del pluralismo cultural (y también del politeísmo moral), una ética de la razón ofrece los principios mínimos para fomentar la corresponsabilidad en los asuntos que concierne a la situación humana.

La ética es, en sentido académico, “la filosofía moral” o disciplina filosófica que estudia las reglas morales y su fundamentación. En sentido más laxo indica, usada como sustantivo, aquella conducta moral de la que es capaz de dar cuenta o razonar uno mismo.

Mientras la moral tiende a ser particular, por la concreción de sus objetos, la ética tiende a ser universal, por la abstracción de sus principios.

Al fin y al cabo no se nos juzga “buenos “o” malos por nuestra forma de argumentar o por nuestras emociones, sino en exclusiva por nuestras actividades: por lo que hacemos deliberadamente con nuestras vidas.

La ética no pone su objeto, como la matemática, ni lo describe sobre un hecho, como la física, ni siquiera puede ser demostrativa de sus teoremas. De hecho, sus objetos presentan múltiples diferencias y desviaciones, como dice Aristóteles y es por eso que solo puede limitarse a re-flexionar sobre ellos, contentándose con su argumentativa no demostrativa.

La ética no tiene por misión fijar un conjunto de objetivos prácticos, considera su realizabilidad o prevé resultados de una asignación de fines prácticos.

La ética se limita a deliberar sobre lo que solo puede ser materia de reflexión.

En síntesis, la ética se propone el estudiar de un cierto tipo de acción humana formativa a la que llegamos acción moral y al objeto de averiguar la validez de sus proyectos y principios.

OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el curso el estudiante habrá adquirido conceptualizaciones sobre ética, valores, principios, hábitos, virtudes, aptitudes, actitudes y recibido información sobre los códigos

de valor que rigen a nuestra sociedad. Se habrá formado además una posición personal frente a su conducta social y a los valores que maneja en el ejercicio de su profesión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Informar a los estudiantes sobre las condiciones que requieren para su desempeño profesional.
- Conocer los esquemas de Ética que manejan las diferentes profesiones.
- Establecer semejanzas, diferencias y juicios de valor sobre este aspecto.
- Construir desde nuestras tradiciones, desde nuestros conocimientos políticos y económicos, desde nuestra praxis y nuestra reflexión, los rasgos de una moral para la ciudad secular.
- Intercambiar información sobre la situación actual del país y su incidencia en el ejercicio profesional.
- Tener una visión global del mundo frente a los problemas de pobreza, desempleo, corrupción, hambre, miseria, y como afectan al ser humano.
- Brindarles una formación humanística para que les permita ser mejores cada día.

CONTENIDO

UNIDAD I. CONCEPTOS BÁSICOS (5 HORAS)

Concepto filosófico. Concepto sociológico. Concepto psicológico. Concepto histórico. Concepto teológico. Concepto político. Concepto técnico. Concepto médico. Concepto del derecho.

UNIDAD II. VALORES (12 HORAS)

Qué son los valores. Variaciones de los valores. Polaridad de los valores. Clasificación y jerarquía de los valores. Los valores morales. Los valores al servicio de la vida.

UNIDAD III. CONCEPTUALIZACIONES SOBRE LA ÉTICA (10 HORAS)

Ética de virtudes. Epicureismo. Estoicismo. Neoplatonismo. Ética Kantiana o del deber. Utilitarismo. Ética del superhombre. Ética marxista. Ética cristiana.

UNIDAD IV. INTEGRALIDAD DEL SER (20 HORAS)

El enfoque holístico. El ser humano como unidad. El universo del ser. El cuerpo mental. El cuerpo físico. El cuerpo emocional. El cuerpo ecosocial. El cuerpo espiritual. La interacción universo individual- colectivo.

UNIDAD V. ÉTICA EMPRESARIAL (8 HORAS)

La sabiduría de la visión del líder. Las actividades esenciales. Las relaciones humanas. Unidad de equipo. La adaptabilidad y la gestión del cambio. La eficacia personal. El auto liderazgo. La creatividad y la innovación.

UNIDAD VI. GLOBALIZACIÓN Y ÉTICA (6 HORAS)

Concepto de globalización. Efectos de la globalización. Problemática mundial. Corrientes mundiales. Incidencia en la vida del hombre.

UNIDAD VII. RESOLUCIÓN 1863 de 1980 (3 HORAS)

METODOLOGÍA

Actividad académica teórico-práctica, que se debe complementar con las siguientes estrategias pedagógicas

- Explicaciones teóricas introductorias por parte del profesor.
- Presentaciones de temas a cargo de los alumnos.
- Asignación de lecturas previas y discusiones en clase.
- Ejercicios de reflexión: dinámicas, juegos, lecturas comentadas, debates.
- Presentación de invitados.
- Trabajos escritos de carácter grupal y sustentación de los mismos.
- Asignación de lecturas de obras clásicas afines a las diferentes temáticas a abordar.
- Análisis de casos,

EVALUACIÓN.

- Asistencia a las sesiones de trabajo (clase)..... 20%
- Elaboración de ensayos escritos..... 10%
- Manejo de sesiones con ejercicios..... 20%
- Elaboración de dos trabajos colectivos..... 40%
- Presentación de invitados..... 10%.

RECURSOS

Aula aireada, iluminada adecuada, con capacidad para movilizar grupos pequeños y trabajar en plenaria en forma circular. Equipos de proyección audiovisual. Tablero. Material documental impreso. Noticias de actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

- ALARCON, Rafael. Estrés y desarrollo humano .Fondo Editorial del Risaralda.
- ARANGUREN, José Luis. Ética. Madrid. Revista de Occidente.
- ARISTOTELES. Ética a Nicomaco. Varias Editoriales.
- FROMM, Erich. Ética y psicoanálisis. Mexico. Fondo de Cultura Económica
- FRONDIZI ,Risuri,. Que son los valores'?. Mexico .Fondo de cultura económica.
- GRACIA ,Maynez. Ética. Varias Editoriales.
- INGENIEROS, José. El hombre mediocre. Buenos Aires. Tor
- SHARMA, Robin .S. Las 8 claves del liderazgo. Plaza y JANÉS. Editores.

PUNTOS VIRTUALES DE INTERÉS

- www.anticorrupcion.gov.co
- ww.congreso.gov.co.
- www.contraloriagen.gov.co
- www.gobirnoenlinea.gov.co

DÉCIMO SEMESTRE – Página WEB

- www.presidencia.gov.co
- www.ramajudicial.gov.co

II093. GESTIÓN TECNOLÓGICA

DESCRIPCIÓN:

Los términos gestión y tecnología cargan el peso de muchos significados diferentes. La combinación de las dos palabras ofrece complejidades adicionales. Para muchos la gestión tecnológica significa la gestión de la ingeniería. Para otros, significa gestión de la información, gestión de la investigación, gestión de las operaciones de manufactura, gestión de las actividades de los ingenieros y científicos, o gestión de las actividades funcionales, sin preocupación alguna por el espectro global de las actividades que abarcan el concepto de los negocios, con respecto al proceso de comercialización. Estas actividades interrelacionadas, deben integrarse en un sistema de gestión tecnológica.

OBJETIVO GENERAL

Aplicar el conocimiento gerencial para planear, estructurar, dirigir y evaluar la incorporación de la tecnología en la empresa, y la búsqueda permanente de nuevos productos, procesos, materias primas y esquemas organizacionales a través de la gestión tecnológica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Estudiar el impacto de la ciencia y la tecnología moderna en el desarrollo económico y social de las sociedades capitalistas.
2. Presentar una metodología del plan estratégico de la empresa con énfasis en los aspectos de desarrollo e innovación tecnológica.
3. Establecer una estructura conceptual de previsión y proyección tecnológica.
4. Presentar y discutir los principales conceptos y técnicas relacionadas con el proceso de innovación en la empresa y su administración.
5. Analizar las estructuras organizacionales existentes desde el punto de vista de las funciones que cumplen con el fin de sugerir nuevas formas para la innovación tecnológica.
6. Capacitar al estudiante en los conceptos y las técnicas de trabajo de grupos de investigación y desarrollo.

CONTENIDO

UNIDAD I. CIENCIA, TECNOLOGÍA, Y DESARROLLO (8 HORAS)

Ciencia, tecnología y desarrollo. Innovación y tecnología en la era del capitalismo transnacional. Innovación y concertación económica. Tecnología y empleo. Los macro-ciclos e impactos en el planeamiento de ciencia y tecnología.

UNIDAD II. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO (8 HORAS)

La función del planeamiento estratégico en las empresas innovadoras. Aplicación simulada de la metodología de planeamiento estratégico. Estrategia tecnológica de la empresa.

UNIDAD III. PREVISIÓN TECNOLÓGICA (10 HORAS)

Previsión tecnológica: métodos y aplicaciones. Escenarios: cómo desarrollarlos y cómo usarlos. Análisis prospectivo de políticas nacionales de desarrollo tecnológico.

UNIDAD IV. INNOVACIÓN Y DESARROLLO (10 HORAS)

El proceso de innovación tecnológica a nivel de la empresa. Importancia y papel de la función I y D en la empresa. Relación entre I y D y los objetivos empresariales. Evaluación y selección de proyectos tecnológicos. Estructuración de una unidad de I y D. Papel, responsabilidad, estilos y comportamiento del líder o gerente de I y D. Evaluación de I y D en las empresas.

UNIDAD V. ESTRUCTURA DE PROYECTOS (8 HORAS)

Estructura de proyectos. Interacción de la organización con las fuentes de tecnología. El desarrollo de la actitud para la I y D. Delegación de autoridad y actividad.

UNIDAD VI. GRUPOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (4 HORAS)

Formación y desarrollo de grupos de I y D. Requisitos de trabajos en grupos multidisciplinares. Coordinación y manejo de grupos de I y D.

METODOLOGÍA

Clase magistral, exposiciones, video, conferencias.

PRÁCTICA DE CAMPO

Visitas técnicas a las empresas regionales, trabajos de aplicación en las empresas.

INVESTIGACIÓN

Aplicación de los conocimientos en proyectos de investigación de innovación tecnológica para empresas de producción o servicio.

EVALUACIÓN

Exposición en grupos, 20%

Ensayos, 20%

Trabajo final, 60%

RECURSOS

Videos, acetatos, retroproyector de acetatos, video bean, VHS y T.V

BIBLIOGRAFÍA

A) TEXTO GUIA

- GAYNOR, Gerard. Manual de gestión tecnológica. Tomos I y II .MacGrawHill. Colombia 1999

B) BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- AMARU MAXIMIANO, Antonio César. Módulo: Formación y manejo de grupos multidisciplinares de investigación y desarrollo. Brasil: Universidad de Sao Paulo, 1989.
- BARBER, Johnson Bruce. Módulo: Previsión tecnológica empresarial. Brasil: Universidad de Sao Paulo, 1989.
- DOS SANTOS, Silvio. Creación de empresas de alta tecnología. Sao Paulo: Livraria Pioneira, 1987.
- Módulo: Tecnologías avanzadas y creación de nuevas empresas. Brasil: Universidad Sao Paulo, 1989.
- FISHER, Roger y URY, William. Sí, de acuerdo, cómo negociar sin ceder. Bogotá: Norma, 1985.
- HOFER, Charles W. y SCHENDEL, Dan. Planeación estratégica: conceptos analíticos. Bogotá: Norma, 1985.
- MARCOVITCH, Jacques. Módulo: Planificación estratégica para el desarrollo tecnológico de organizaciones públicas y privadas. Brasil: Universidad de Sao Paulo, 1989.
- PINCHOT III, Gifford. Intrapeneuring. Bogotá: Norma, 1985.
- RATTNER, Enrique. Módulo: Política científica, innovación tecnológica y sociedad. Brasil: Universidad de Sao Paulo, 1989.
- SBRAGIA, Roberto. Módulo: Gestión tecnológica empresarial. Brasil: Universidad de Sao Paulo, 1989.
- VASCONCELLOS, Eduardo. Módulo: Alternativas de estructuras organizacionales para la innovación tecnológica en el sector productivo. Brasil: Universidad de Sao Paulo, 1989.

PUNTOS VIRTUALES DE INTERÉS

www.kanban.com
www.justintime.com
www.google.com

II023 SEMINARIO I

Asignatura	SEMINARIO I OPTIMIZACION FINANCIERA
Código	II023
Area	ECONOMICO – FINANCIERA
Semestre	10
Intensidad	Semanalmente: 5 horas Prácticas

DESCRIPCION

Se describe como el curso que enseña al estudiante a manejar las cifras financieras y de los mercados públicos de valores para la toma de decisiones en la inversión en activos financieros. Puntualmente conocer el manejo de la rentabilidad y riesgo.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar a los estudiantes las herramientas básicas necesarias para participar en la planeación y el desarrollo de las diferentes actividades requeridas para la ejecución y puesta en marcha de las decisiones de Inversión y/o financiación que la empresa necesita dentro del Área Financiera.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Analizar las alternativas de inversión en los mercados financieros en títulos de renta fija
2. Analizar las relaciones de rentabilidad y riesgo en la inversión en acciones (renta variable).
3. Conformar portafolios de inversión para obtener la rentabilidad máxima asumiendo un riesgo mínimo.
4. Estructurar el manejo de tesorería en divisas como política de globalización de los negocios.
5. Manejar las variables financieras para lograr una proyección de la empresa en su desarrollo futuro a través de los diferentes escenarios.

ASPECTOS ACADEMICOS

El plan de estudios comprende:

- Interpretar la información en los mercados financieros
- Desarrollo de herramientas en Microsoft Excel complemento de solver.

CONTENIDO TEMÁTICO

1. UNIDAD I GENERALIDADES

- 1.1 Objetivo básico financiero
- 1.2 Estructura Area financiera
- 1.3 Instrumentos y mercados financieros
 - 1.3.1 Mercado monetario
 - 1.3.2 Mercado de capitales
 - 1.3.3 Mercado de divisas
 - 1.3.4 Mercado de derivados

1.3.5 Indicadores del mercado

2. UNIDAD II MERCADO DE RENTA FIJA

- 2.1 Rentabilidad y precios de los activos de renta fija
- 2.2 Juego de inversiones de títulos de renta fija
- 2.3 Portafolio de inversiones en renta fija –Manual
- 2.4 Portafolio de inversiones de renta fija en Excel
 - 2.4.1 Mercado primario
 - 2.4.2 Mercado secundario
 - 2.4.3 Permutas financieras

3. UNIDAD III MERCADO DE RENTA VARIABLE (ACCIONES)

- 3.1 Análisis Fundamental
- 3.2 Indicadores financieros bursátiles
- 3.3 Proceso para seleccionar acciones
- 3.4 Portafolio con dos acciones
- 3.5 Frontera eficiente, Análisis de rentabilidad versus riesgo
- 3.6 Portafolio con tres o más acciones
- 3.7 Maximizar la rentabilidad
- 3.8 Minimizar el riesgo
- 3.9 Conjunto eficiente del portafolio de inversiones
- 3.10 Análisis de resultados obtenidos

4. UNIDAD IV ANALISIS TECNICO (CHARTISMO) DE ACCIONES

- 4.1 Interpretación de la información bursátil de las acciones en la bolsa de Nueva York
- 4.2 Indicadores bursátiles
- 4.3 Análisis de tendencias primarias, secundarias y terciarias
- 4.4 Análisis de promedios móviles, atenuación exponencial y promedio móvil exponencial
- 4.5 Análisis de osciladores
 - 4.5.1 Osciladores acotados
 - 4.5.2 Osciladores no acotados
 - 4.5.3 Osciladores simples
 - 4.5.4 Osciladores compuestos
- 4.6 Análisis técnico mercado bursátil Colombiano

5. UNIDAD V MODELO DE VALORACIÓN DE ACTIVOS DE CAPITAL

- 5.1 Inversión en bonos (Precios, rentabilidad y riesgos)
- 5.2 Riesgo sistemático y no sistemático
- 5.3 Área eficiente de Inversión

- 5.4 Análisis de las betas del mercado
- 5.5 Optimización de portafolios Mixtos
 - 5.5.1 Máxima rentabilidad
 - 5.5.2 Minimo Riesgo

6. UNIDAD VI PORTAFOLIOS DE DIVISAS

- 6.1 Precios Directos
- 6.2 Precios Inversos
- 6.3 Precios Cruzados
- 6.4 Portafolios óptimos de divisas empresas globalizadas

7. UNIDAD VII NEGOCIACIÓN DE COMMODITIES BOLSA AGROPECUARIA

- 7.1 Especulación de precios de productos agrícolas
- 7.2 Cadenas de abastecimientos óptimas
- 7.3 Proveedor – Bodegas - cliente

HERRAMIENTAS PARA EL CURSO

Computador (Software : excel,)
Acceso a Internet

PRACTICAS A DESARROLLAR:

Inversión óptima para activos de renta fija a corto plazo, Inversión de renta variable, Inversión óptima de renta variable (Markowitz), Inversión óptima mixta Máxima rentabilidad Mínimo riesgo (Sharpe) ,Análisis de sensibilidad (frontera eficiente), portafolio de divisas

EVALUACIÓN DEL CURSO

La calificación depende de los resultados obtenidos en los juegos de los portafolios modelados, la nota más alta es para el mejor resultado y así sucesivamente. Se trabajaran con los títulos registrados en la supervalores de Colombia y la bolsa de Nueva Cork. También, se realizaran evaluaciones parciales.

BIBLIOGRAFÍA

ROSS : Finanzas corporativas, 5ª Ed., McGraw Hill

KOHL: Inversiones 2004

Internet: www.superbancaria.gov.co, www.banrep.gov.co, www.supervalores.gov.co

BOLSA DE VALORES DE COLOMBIA: www.bvc.gov.co

Bolsa de Valores de Nueva Cork : <http://finance.yahoo.com>

Diarios: La república, Portafolio

Brealey, Myers, Principios de Finanzas Corporativas, 4ª Ed., McGraw Hill, España, 1994.

Weston, Fred, Copeland, Thomas: Manual de Administración Financiera, McGraw Hill, 3 Tomos

IIOE3 SEMINARIO II NEGOCIOS INTERNACIONALES

1- JUSTIFICACION:

Ya iniciando el siglo XXI, el profesional en Ingeniería Industrial debe estar en constante proceso de investigación para hacer frente a los retos de una economía globalizada, es así como este seminario dota al profesional de importantes elementos de juicio para el análisis de la política comercial, las ventajas del intercambio comercial, los aspectos monetarios del Comercio Internacional, el funcionamiento de los Acuerdos de Integración, y la evolución de las Entidades Multilaterales que regulan el Comercio Mundial.

Es de primordial importancia formar potenciales empresarios con el propósito de dar respuesta a las exigentes transformaciones del mundo contemporáneo y cumplir como agentes dinamizadores del proceso de apertura y globalización de la economía Colombiana. Dado el dinamismo de la economía mundial y la continua expansión de los mercados internacionales, es necesario generar una actitud crítica en el alumno con el propósito de relacionar el actual proceso de globalización mundial con la Gerencia moderna y la Negociación internacional.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL:

Brindar las herramientas necesarias que le permitan al futuro profesional, adelantar negociaciones exitosas en el ámbito internacional ya sea negociando individualmente (con un país) o al interior de los bloques económicos (con más de dos países).

Suministrar al alumno la información básica para identificar las estrategias de entrada en mercados externos que le permitan moverse rápidamente en el mundo de los negocios internacionales.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer las funciones y el alcance de las Entidades de orden Multilateral que regulan Comercial y financieramente el comercio mundial así como los mecanismos para acceder a ellas.
- Conocer las etapas a desarrollar al interior de los procesos de Integración Económica e identificar las políticas comerciales que caracterizan los Procesos de Globalización y Regionalización en el desarrollo de los Acuerdos de Integración
- Conocer la composición de la balanza de pagos y efectuar registros con operaciones del comercio Internacional identificando los ingresos y salidas de divisas y sus efectos para la economía colombiana.
- Conocer y aplicar los Términos de Negociación que regulan el comercio mundial identificando costos y responsabilidades de las partes involucradas.
- Analizar el alcance y las perspectivas actuales de los negocios internacionales.
- Identificar las etapas necesarias para penetrar y posicionar los productos y/o servicios en los mercados externos.

3. DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

3.1 UNIDAD I. INTRODUCCIÓN A LA TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 3.1.1 Clasificación de la Economía Internacional
- 3.1.2 Sujetos del comercio Internacional
- 3.1.3 Supuestos del comercio : La especialización y el excedente
- 3.1.4 Ventajas absolutas- ventajas comparativas-ventajas competitivas
- 3.1.5 Proteccionismo vs. Apertura Económica vs. Internacionalización vs. Globalización

BIBLIOGRAFÍA:

ECONOMIA INTERNACIONAL - PAUL R. KRUGMAN /MAURICE-OBSTFELD CAP. 1

ECONOMIA INTERNACIONAL - DOMINIQUE SALVATORE – CAP. 1

ECONOMIA INTERNACIONAL - MILTIADES CHACHOLIADES CAP.1

3.2 UNIDAD II. MERCADEO INTERNACIONAL

- 3.2.1. Preseleccionar Países
- 3.2.2. Seleccionar el país
- 3.2.3. Información sobre el mercado seleccionado
- 3.2.4. Programa de exportación.

BIBLIOGRAFÍA:

L-1 MARKETING GLOBAL- KOTABLE HELSEN LIMUSA WILEY CAP. 6

*L-3 NEGOCIOS INTERNACIONALES – ALAN M. RUGMAN/ RICHARD M. HODGETTS
CAP. 11*

L-5 MARKETING INTERNACIONAL - PHILIP R. CATEORA CAP. 10-11-14-18-19

*L-7 GESTION LOGISTICA DE LA DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL
-ALBERTO RUIBAL HANDABAKA*

3.3. UNIDAD III. INSTITUCIONES DEL COMERCIO MUNDIAL

- 3.3.1. Fondo Monetario Internacional
- 3.3.2. Banco Mundial
- 3.3.2. Organización Mundial del Comercio (OMC) vs GATT
- 3.3.3. Organización de las Naciones Unidas
- 3.3.4. Banco Interamericano de Desarrollo

BIBLIOGRAFÍA:

ECONOMIA INTERNACIONAL –ROBERT J. CARBAUGH- CAP. 7

3.4. UNIDAD IV. MECANISMOS DE POLITICA COMERCIAL

- 3.4.1. Los aranceles aduaneros
- 3.4.2. Barreras no arancelarias
- 3.4.3. Barreras cuantitativas
- 3.4.4. Barreras administrativas
- 3.4.5. Prácticas de comercio desleal
- 3.4.6. Asuntos de aduana

BIBLIOGRAFÍA:

*ECONOMIA INTERNACIONAL - PAUL R. KRUGMAN /MAURICE-OBSTFELD
CAP. 9-10-11*

ECONOMIA INTERNACIONAL - DOMINIKE SALVATORE – CAP. 8-9

ECONOMIA INTERNACIONAL –ROBERT J. CARBAUGH- CAP. 5-6-8

ECONOMIA INTERNACIONAL - MILTIADES CHACHOLIADES CAP.9

**3.5 UNIDAD V. INTEGRACIÓN ECONOMICA/ GLOBALIZACIÓN/
REGIONALIZACION**

3.5.1 Objetivo de la Integración Económica

3.5.2 Ventajas y Desventajas de la integración

3.5.3 Grados de integración

3.5.4 Ubicación de los Acuerdos Comerciales dentro de los grados de
integración

BIBLIOGRAFÍA:

*ECONOMIA INTERNACIONAL - PAUL R. KRUGMAN /MAURICE-
OBSTFELD CAP.*

ECONOMIA INTERNACIONAL - DOMINIKE SALVATORE – CAP. 10

2 MARKETING GLOBAL - KOTABE HELSEN-

REGIMEN DE INTEGRACIÓN – LEGIS-

3.6 UNIDAD VI. TERMINOS DE NEGOCIACION INTERNACIONAL
(INCOTERMS)

- 3.6.1 Definición
- 3.6.2 Clasificación
- 3.6.3 Definición de la cadena de distribución Física Internacional-costos y riesgos-

BIBLIOGRAFÍA

- *PUBLICACIÓN INCOTERMS VERSIÓN 2000. CAMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL.*

3.7 UNIDAD VII. FACTORES CULTURALES EN LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

Objetivo : Conocer el entorno social, cultural, legal y reglamentario en el cual se desarrollan los negocios en algunos países.

- 3.7.1 Cómo hacer Negocios con la Unión Europea
- 3.7.2 Negocios con los Japoneses
- 3.7.3 Negocios con los Estados Unidos
- 3.7.4 Negocios dentro de los Procesos de Integración de América
- 3.7.5 Negocios con países en Desarrollo
- 3.7.6 Otros Negocios

Actividades: Investigación sobre culturas de negociación y lectura de Documentos facilitados por el docente.

BIBLIOGRAFÍA:

- *NEGOCIOS INTERNACIONALES- ALAN M. RUGMAN /RICHARD M. HODGETTS CAP.5-13-15-16-17-18-19.*

- *MARKETING INTERNACIONAL- WARREN J. KEEGAN CAP. 4-5*

- *COMO HACER NEGOCIOS CON EUROPA /ASOCIACION IBEROAMERICANA DE CAMARAS DE COMERCIO*

3.8 UNIDAD VIII CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Objetivo : Dar a conocer las cláusulas de contratación internacional y la

importancia de las mismas en el desarrollo de un negocio internacional.

- 3.8.1 Definición
- 3.8.2 Importancia
- 3.8.3 Cláusulas de contratación internacional

4- METODOLOGIA:

Clase magistral con lecturas previas a la clase. Desarrollo de trabajos y talleres de investigación durante el semestre sobre temas de actualidad económica internacional. Elaboración de talleres prácticos sobre términos de negociación internacional aplicada a las importaciones y exportaciones.

5- EVALUACIÓN

Dentro de las estrategias a desarrollar se destaca que siempre será una constante en el desarrollo del seminario la aplicación de lo expuesto en clase a temas de actualidad económica de allí que las lecturas, trabajos y talleres a desarrollar se orientaran al cumplimiento de los objetivos propuestos. Como trabajo principal a desarrollar durante el semestre se adelantara una investigación de mercado internacional siendo este sustentado como nota de examen final.

6. FUENTES DE INFORMACION:

- L-1 PAUL R. KRUGMAN / MAURICE OBSTFELD / EDIT. MC GRAW HILL
ECONOMÍA INTERNACIONAL Pág. 962
- L-2 MILTIADES CHACHOLIADES / EDIT. MC GRAW HILL
ECONOMIA INTERNACIONAL
- L-3 DOMINIQUE SALVATORE- / EDIT. MC GRAW HILL Pág. 815
ECONOMIA INTERNACIONAL
- L-4 TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL – RICARDO TORRES
GAITAN-
- L-5 ROBERT J. CARBAUGH / Thomson- editores
ECONOMIA INTERNACIONAL

L-6 KOTABE HELSEN – LIMUSA WILEY
MARKETING GLOBAL

Pág. 825

L-7 *NEGOCIOS INTERNACIONALES- ALAN M. RUGMAN /RICHARD M.
HODGETTS CAP. 4-13*

L-8 *MARKETING INTERNACIONAL- WARREN J. KEEGAN CAP. 10*

L- 9 *MARKETING INTERNACIONAL - PHILIP R. CATEORA CAP. 10*

L- 10 INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES- CARLOS F.
HIDALGO

L-11 RELACIONES INTERNACIONALES - SITUACIÓN GLOBAL EN EL SIGLO XXI- CUARTA
EDICIÓN. FREDERIC S. PEARSON / J. MARTIN ROCHESTER CAP 2 PAG. 58,CAP. 3

** -- REGIMEN DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES - LEGIS-

** -- REGIMEN DE INTEGRACIÓN ECONOMICA -LEGIS-

** --FINANZAS Y DESARROLLO

Fondo Monetario Internacional

Washington D.C. 20431

ESTADOS UNIDOS

www.imf.org/fandd

** -- FORUM DE COMERCIO INTERNACIONAL

Centro de Comercio Internacional UNCTAD – OMC

Palais des Nations, 1211 Ginebra 10, Suiza.

Sede 54-56, rue de Montbrillant, Ginebra

<http://www.iccwbo.org/>

**** -- COMERCIO EXTERIOR**

Banco Nacional de Comercio Exterior

Cerrado de Malintzin 28, Colonia del Carmen, Coyoacán A.P. 21258,

04100-México-6880688

Seminario III - Logística

Intensidad horaria semanal: 5 horas

2. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

2.1 JUSTIFICACIÓN

El programa desarrolla las habilidades necesarias para que los estudiantes de Ingeniería Industrial puedan acceder a puestos dentro de la unidad de logística con responsabilidad directiva y ejecutiva. También permite reforzar la posición profesional dentro de la organización. El programa incrementa los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para hacer frente a los retos cada vez más complejos y cambiantes del mundo de la empresa. Fortalece las capacidades de gestión y visión global e integradora.

La globalización de las economías ha generado una dinámica en las empresas de tal forma que han tenido que rediseñar la manera tradicional de hacer negocios. Dentro de esto, la Logística emerge como herramienta de apoyo fundamental creando la necesidad de mejorar la capacitación empresarial en toda la cadena de suministro.

2.2 OBJETIVO GENERAL

El programa se ha diseñado con el propósito de proporcionar herramientas esenciales a nivel gerencial sobre el manejo de la Logística para contribuir al mejoramiento de la rentabilidad de los negocios y proporcionar elementos para el diseño de estrategias que generen ventajas competitivas sostenibles.

2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Proporcionar a los estudiantes de Ingeniería Industrial herramientas que les permita enfrentar el reto de mejorar el desempeño logístico dentro de la organización, en donde el principal enfoque es el manejo del cambio y desarrollar habilidades para poder utilizar la logística como una herramienta gerencial en la organización.

Mostrar la interrelación de las diferentes actividades que componen la Logística para lograr los objetivos empresariales.

Conocer la importancia que tiene el almacenamiento y la distribución en la cadena de suministro y cual es el cambio radical que deben dar las organizaciones para convertirlo en elemento estratégico de decisión.

Dar a conocer las mejores prácticas con el objetivo de aplicarlas logrando hacer más eficiente la cadena de abastecimiento

Aprender a diseñar indicadores estratégicos de la gestión logística que nos permitan la medición de la cadena de abastecimiento.

3. DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

MÓDULO 1: LOGÍSTICA Y ESTRATEGIA

1. Introducción a la Logística
2. Pensamiento Sistémico Aplicado a la Logística
3. Logística y SCM
4. La lógica de la logística y su contexto
5. Servicio al Cliente Aplicado a la Logística

MÓDULO 2: MEJORES PRÁCTICAS

1. Código de Barras
2. Paletización
3. Outsourcing
4. Indicadores de Gestión
5. Benchmarking
6. E.C.R.
7. C.P.F.R.
8. Logística Inversa
9. Cross Docking
10. Cadena de Valor
11. Entregas Certificadas
12. Radiofrecuencia

MÓDULO 3: SISTEMA DE INFORMACIÓN LOGÍSTICA (SIL)

1. Actividades Internas del SIL
2. Aplicaciones Logísticas

3 MÓDULO 4: GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE

1. Manejo de Centros de Distribución
2. Canales de Distribución
3. Costo del Transporte
4. Operadores Logísticos

MÓDULO 5: GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO

1. Gestión de Compras y Suministros
2. Administración Logística de Materiales
3. Costos y Presupuestos Logísticos

MÓDULO 6: MEDICIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

1. Indicadores de Gestión Logística
2. Auditoría del Servicio

MÓDULO 7: SUSTENTACIÓN PRÁCTICA FINAL

1. Oportunidades presentes en la Investigación del Trabajo de Campo

1. METODOLOGIA.

- Exposición de la teoría por parte del profesor y solución de problemas tipo.
- Solución de casos por parte de los estudiantes con la asesoría del profesor.
- Rondas empresariales o acompañamiento del profesor a los estudiantes en la empresa donde se realiza el trabajo.

5. EVALUACION

El curso se evaluará con dos parciales, quices, talleres, presentaciones e investigaciones. La elaboración y sustentación de un trabajo final práctico en una empresa. Los porcentajes de evaluación son los siguientes:

- 30 % primera nota
- 30 % segunda nota
- 40 % trabajo final de la práctica de campo sustentada

6. BIBLIOGRAFIA.

- CHRISTOPHER, Martin. “ LOGISTICA, ASPECTOS ESTRATÉGICOS “; Editorial Limusa,2.000. Mexico.
- Logística Comercial y Empresarial, Ignacio Soret Los Santos, Editorial ESIC, Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing. Madrid 1997
- Logística Administración de la Cadena de Suministro, quinta Edición. Ronald H. Ballou
- Logística Comercial, Rodrigo López Fernández. Editorial Thomson/Paraninfo
- Diario La República. Administración de la Cadena. Publicación mensual último lunes de cada mes.
- Revistas: Mecalux
Zona Logística

DÉCIMO SEMESTRE – Página WEB

- www.altavista.com/logística
- www.logisticamerica.com
- www.gslco.org
- www.famliainstitucional.com