

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

NEGOCIOS INTERNACIONALES

CÓDIGO EF233
INTENSIDAD HORARIA 30 HORAS

COMPETENCIA GENERAL

Relacionar los conocimientos y herramientas necesarias para internacionalizar la empresa, de acuerdo con el contexto institucional del comercio exterior colombiano, teniendo en cuenta los principales mercados mundiales y en particular los acuerdos de libre comercio.

CONTENIDO

UNIDAD 1. INTRODUCCION

1. Globalización de los Mercados
2. Tendencias de los mercados mundial
3. El sistema mundial de los negocios Internacionales y la Organización Mundial del Comercio O.M.C.
4. Colombia ante los mercados internacionales y la Integración económica.

UNIDAD 2. ESTRATEGIAS

1. Elaboración de una estrategia Internacional para la PYME Colombiana
2. La competitividad y la empresa Colombiana de hoy
3. Organización de la empresa exportadora y el sistema ISO.
4. DECISIONES PARA EXPORTAR

UNIDAD 3. MODALIDADES DE INGRESO

1. Modalidades de ingreso a los mercados Internacionales (pasiva y activa).
2. Con inversión
3. Sin inversión

UNIDAD 4. PLAN INTERNACIONAL

1. Análisis del Mercado
2. Análisis de la Competencia
3. Análisis de la Distribución
4. Análisis del producto y la Tecnología
5. Formulación del Plan de Mercadeo
6. Publicidad y Promoción de Ventas

UNIDAD 5. FUNCIONES DE LA GERENCIA INTERNACIONAL

1. Función de Investigación
2. Función de Promoción y Publicidad
3. Función de Viajes

4. Función de Lobby
5. Función de Competencia
6. Función de Distribución
7. Función Jurídica y Consultoría
8. Función Financiera y pagos
9. Función de Coordinación Internacional.

UNIDAD 6. ALIANZAS EMPRESARIALES

1. Filosofía
2. Intercambio de servicios
3. Exportación Canguro
4. Consorcios de Exportación.
5. Modelo de las dos estrategias
6. Joint Venture
7. Franquicias
8. Licencias

UNIDAD 7. DISTRIBUCIÓN

1. Tipos de Canales
2. Análisis de Alternativas
3. Negociación y Contratos

UNIDAD 8. PRECIOS Y COSTOS

1. Estrategias de rentabilidad a través de exportaciones precios y costos.

UNIDAD 9. PRODUCTO

2. Estrategias Gerenciales de productos para el Mercado Internacional.
3. Globalización / Adaptación.

METODOLOGÍA

Clase magistral participativa, discusión de casos prácticos internacionales.

Lecturas: Se entregaran artículos, documentos y notas del profesor.

EVALUACIÓN

Trabajos en grupos, exposiciones, Informe, ensayos

BIBLIOGRAFÍA

JARAMILLO, José Carlos. Más allá de la Exportación. Jon Martínez Echezarraga Editorial Mc Graw Hill 1991 Madrid España ISBN 84-7615-672-3

COLAIACOVO, Juan Luis. Canales de Comercialización Internacional. OEA – CICOM Ediciones Macchi 950-537-165-9

GITMAN. McDANIEL. El futuro de los negocios. Thomson, Edición del milenio, México, 2001

LEVI, Maurice D. Finanzas Internacionales. McGRAW-HILL, tercera edición, Colombia 1998

BALL, Donald A. y McCULLOCH, Jr. Wendell H. Negocios Internacionales. Mcagraw-Hill, quinta edición. España 1997