

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE TECNOLOGÍA
ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Nombre:	Economía y Negocios Internacionales
Área:	Económica
Código:	53913
Intensidad Horaria Semanal:	3 horas T2 – P1
Horas Crédito:	3

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Presentar las herramientas teóricas que permitan comprender la naturaleza y alcance de la economía internacional y de los negocios internacionales, mostrando el papel que juegan en el mismo tanto las empresas multinacionales e internacionales como también las “pequeñas y medianas empresas” de los países subdesarrollados (el caso Colombiano).

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar los aspectos doctrinarios de la Economía Internacional.
- Analizar las tendencias geopolíticas y la forma cómo éstas afectan a la economía colombiana.
- Analizar los procesos de integración que se están dando en el mundo y el papel que juega Colombia en los mismos.
- Discutir el papel que cumplen los organismos internacionales de comercio en el flujo internacional de bienes y servicios.
- Describir la naturaleza y alcance de los negocios internacionales.
- Analizar los entornos en los que se realizan los negocios internacionales.
- Presentar información que permita comprender el dinámico crecimiento y la magnitud tanto del comercio internacional de la inversión extranjera, así como también del flujo tecnológico internacional entre los diferentes países del modo concreto el flujo hacia Colombia.
- Analizar el papel que juegan las empresas multinacionales e internacionales en los negocios internacionales.
- Analizar el papel que juega las “pequeñas y medianas empresas” de los países subdesarrollados (En el caso colombiano) en los negocios internacionales.
- Discutir las principales estrategias de los negocios internacionales y el papel del administrador (Gestor) en los mismos.
- Analizar las perspectivas actuales de los negocios internacionales.

3. DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

3.1 ASPECTOS DOCTRINARIOS DE LA ECONOMIA Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

- El mundo de la post-guerra y la búsqueda del nuevo orden económico Internacional
- La corriente monetaria, el neoliberalismo y el neo estructuralismo.
- Dumping y antidumping. Mecanismos para-arancelarios

3.2 TENDENCIA GEOPOLITICAS

- Proceso de integración económica zonas de libre comercio, uniones aduaneras, mercado común, unión económica principales sistemas de integración en el mundo Colombia en los procesos de integración.
- Globalización y política de bloques.
- Desarrollo de la cuenca del pacifico.
- Tras nacionalización de la economía.
- Colombia ante la economía mundial.

3.3 ASPECTOS MONETARIOS Y CONTABLES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- Exportaciones.
- importaciones
- Reservas Internacionales (el mercado de divisas)
- La devaluación como política de promoción de exportaciones
- Devaluación y competitividad.
- Balanza de pagos y balanza de tecnología en Colombia.

3.4 ORGANISMOS INTERNACIONALES DE COMERCIO

- Del G.A.T.T. a la O.M.C.
- O.N.U.D.I. Políticas de zonas francas y puertos libres

3.5 LA NATURALEZA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONAL

- Introducción a los negocios internacionales
- Terminología de negocios internacionales.
- Fuerzas tecnológicas (El nuevo paradigma tecno económico)
- Fuerzas competitivas y distributivas (La ventaja competitiva de las naciones.

3.6 SISTEMAS DE DISTRIBUCION INTERNACIONAL

- Estructura de canales de distribución
- Modelos de distribución.
- Alternativas de elección sobre el intermediario.
- Factores que afectan la elección de canales.
- Localización, selección y motivación de los miembros del canal.

3.7 NEGOCIACION Y CONTRATACIÓN DE TECNOLOGIA

- La negociación y el entorno
- Contratos de cooperación empresarial, industrial y tecnológica: joint ventures, Franquicias, llave en mano, licencias (de uso, de marca y de tecnología), B.O.T)

4. METODOLOGIA

La materia se desarrollará fundamentalmente a través de la clase magistral, a la vez que se buscará la participación de los estudiantes mediante exposiciones de algunos temas relacionados con el programa. de igual manera se elaborarán algunos talleres para desarrollar en clase y que irán a permitir el desarrollo de

5. EVALUACION

Se realizaran previas, talleres, ensayos y un examen final. El porcentaje de las evaluaciones variara cada semestre y según el profesor que este a cargo de las asignatura

6. BIBLIOGRAFIA

CATEORA. Philip R. “ Marketing Internacional “. 8a edición: Mc Graw-Hill, 1977.

SALVATORE, DOMINICK, “ Economía Internacional “. Mc Graw Hill, 1997

HIDALGO, Carlos “ Introducción a los Negocios Internacionales”, Editorial Limusa 1997.

KRUGMA, Paul R. y OBSTFED, Maurice, Economía Internacional, 3^{ra} Edición, Editorial Mc. Graw-Hill, 1996.

RUGMAN, Alan M. y HODGETTS, Richard M., Negocios Internacionales, Mc Graw-Hill, 1997.

MOLINA PENAGOS, Ramiro, Economía y comercio internacional, Unidad de postgrados, U.T.P. 1.999

Programa presentado por: Omar Montoya en Marzo de 2.000
Actualizado en: Jhon Jairo Sanchez y Omar Montoya Marzo de 2.002
Revisado por:
Aprobado por Comité Curricular: acta No: Fecha: