



Universidad del Valle
Facultad de Ciencias de la Administración
Departamento de administración y Organizaciones

GERENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Código:801223M

Créditos: 3

Tipo de Asignatura: AP

Componente:

Prerrequisito: EXPORTACIONES

Habilitable: Si No

Validable: Si No

JUSTIFICACION

La gerencia de negocios internacionales requiere para su exitoso desempeño, que sus protagonistas dominen los conceptos técnicos e instrumentales más recientes en materia de gestión, para la exitosa elaboración y desarrollo de sus planes de negocios. Las características actuales del mundo globalizado, hacen que se presenten retos y situaciones nuevas que los actores deben enfrentar, además el cambio climático con todo lo que ello implica, presiona al mundo a tomar decisiones fundamentales de manera seria, que directamente influyen en los productos, servicios, procesos y formas de los negocios internacionales

Objetivo General

Presentar las dimensiones estratégicas, y operativas de la importancia y gestión de los negocios internacionales.

Objetivos Específicos

- Analizar puntualmente nuevos retos y posibilidades de negocios.
- Conocer algunos de los riesgos más importantes que se presentan según las circunstancias de los negocios internacionales.
- Contextualizar la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el fortalecimiento de los negocios nacionales e internacionales de un país.
- Conocer en detalle el proceso de un plan de negocio.
- Plan de negocio.

Método Pedagógico

- Conferencias magistrales a cargo del docente
- Exposiciones temáticas de parte de los estudiantes.
- Trabajo independiente del estudiante

Quices

Evaluación

- Exposición 20%
- Primer parcial 20%
- Parcial Final 20%
- Trabajo Final 20%
- Quices 20%

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

Sesión 1: PRESENTACIÓN DEL CURSOS

Sesión 2

Países con estrategias, Malasia 2020 – China Nuevo Imperio – Corea, (se escoge uno de los países anteriormente mencionados, para la clase de la semana dos)

Sesión 3: FACTORES CLAVES PARA INGRESAR AL MERCADO CHINO

- Los chinos definieron que parte de su estrategia exitosa, era impactar los mercados más fuertes tecnológica y económicamente, este ejemplo nos sirve como pretexto para que los colombianos forjemos estrategias similares o parecidas.

Sesión 4: SIETE TENDENCIAS QUE AFECTARAN AL SECTOR EMPRESARIAL

- El crecimiento de los mercados emergentes, la tecnología, el tema ecológico y los efectos que dejó la reciente crisis financiera global son algunas de las que hay que tener en cuenta en el corto plazo

Sesión 5: TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA PARA LA COMPETENCIA

- Concepto de competitividad, factores, condiciones y niveles
- Transformación productiva de países, regiones, sectores y empresas.

Sesión 6: PRIMER PARCIAL

Sesión 7 A 9: PLAN DE NEGOCIOS (FOMENTO PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL)

Las micro, pequeñas y medianas empresas fueron y son protagonistas fundamentales en la construcción y desarrollo de las economías de todos los países del mundo, por ellas se han construido imperios que hoy son grandes conglomerados con presencia en muchos mercados, conocerlas y aprender a construirlas es nuestro objetivo.

Sesión 10 A 13: PLAN DE NEGOCIOS

Sesión 14: EXAMEN FINAL
