

ESTRUCTURA CURRICULAR POR MÓDULO Y ASIGNATURA

Módulo I: Naturaleza de los Negocios Internacionales	Módulo II: Principales fuerzas de los Negocios Internacionales	Módulo III Formas para gerenciar las Fuerzas del Entorno
Introducción a los Negocios Internacionales	Logística Internacional CEMK08	Entorno Internacional de los Negocios CEGP10
Marco Legal de los Negocios Internacionales CEEJ43	Gerencia Estratégica Internacional	Finanzas Internacionales CEFN03
Comercio Exterior CEMK03	Seminario de Negocios Internacionales	Mercadeo Internacional CEMK09
		Seminario de Trabajo de Grado CEDA 33

COMENTARIO SINÓPTICO DE LAS ASIGNATURAS

Introducción a los Negocios Internacionales: Los Negocios Internacionales dentro de la economía mundial. La importancia de los Negocios Internacionales. Conceptos sobre Competitividad. Competitividad a nivel Micro y Macro. La teoría de las Ventajas Competitivas. Relaciones entre Recurso, Capacidades y Ventajas Competitivas. El tamaño como factor de eficiencia. El tamaño como fuente de poder de negociación. Las economías de Escala. Las economías de Experiencia. Conceptos sobre Globalización y su proceso de evolución. Los Tratados de Integración o las llamadas “Aldeas Globalizadas”. Los organismos Multilaterales: delineamiento, funciones y objetivos. Las fuerzas que componen el Entorno Internacional. Los negocios en el siglo XXI. Criterios que deben tener las empresas cuando salen al exterior. Fusiones, adquisiciones en las alianzas empresariales. Técnicas gerenciales en los tiempos modernos. Las negociaciones comerciales. Las negociaciones intraorganizacionales. La ética en los negocios internacionales.

Marco Legal de los Negocios Internacionales: Aspectos Legales como política de Estado: El Estado en la vida económica, el Estado como productor y regulador, la promoción y protección de la competencia dentro del sistema venezolano, la organización jurídica y el régimen jurídico, la actividad de servicio público y el régimen de la competencia, el derecho comparado y la integración comercial, las relaciones externas. Aspectos legales fiscales: programa de liberación comercial, protección de las inversiones, tratados para evitar la doble tributación, diversificación internacional del riesgo, principios generales de la tributación. Aspectos legales laborales: lineamientos fundamentales de leyes laborales Aspectos legales de protección intelectual: fundamentos de leyes de propiedad intelectual e industrial, acuerdos de integración y liberación de restricciones financieras. Aspectos legales de contratos y licencias: posibilidades de asociación, tipos de contratación, permisología, el velo corporativo, arbitraje. Aspectos legales ambientales: responsabilidades penales, administrativas y civiles eventualmente derivadas de la ejecución de actividades susceptibles de degradar el ambiente.

Comercio Exterior: El comercio exterior dentro de la economía internacional. Análisis de las fuentes del mercado internacional. Teorías modernas y las tendencias actuales del comercio internacional. Neoproteccionismo, neoliberalismo y comercio exterior. Geopolítica de las relaciones económicas. Inversión extranjera: directa y en cartera. Formas de llevar adelante el comercio exterior. Medios de Transporte. Las operaciones aduaneras en el comercio exterior. Los regímenes aduaneros. Certificados sanitarios, fitosanitarios, registros de calidad y certificaciones de orígenes y los últimos cambios en la materia. Desarrollo de Modelos Informativos a nivel mundial. El comercio por Internet. Desafíos que debe enfrentar el comercio internacional: el comercio y el medio ambiente, la competencia desleal (actos de confusión, apoderamiento y engaño, los actos de denigración, los actos que afectan la estructura de costos de las empresas como el Dumping, los subsidios no permitidos y la subfacturación, medios para combatir la competencia desleal) y el contrabando. Créditos a la exportación. Seguros de Riesgo político. Seguros de riesgos comerciales. Drawback. Instrumentos básicos del comercio exterior.

Logística Internacional: Importancia de la logística en función de la competitividad, Diferencias entre la logística local y global. Vías para organizar internacionalmente la producción y distribución incluyendo los Joint Ventures, alianzas estratégicas y corporaciones multinacionales. Zonas Francas Industriales. Las Maquiladoras. La estrategia de la logística global. Alternativas estratégicas para lograr competitividad en los mercados globales. Ventajas de la manufactura en el exterior. Las economías de escala. Planeamiento de la logística global. Políticas para captar oportunidades. Elementos para medir como las políticas gubernamentales, económicas, sociales, así como otras variables, del entorno local pueden tener impacto en la logística global. . Desarrollo de estrategias innovativas para lograr mejorar la competitividad de las empresas. Relaciones entre compradores y vendedores. La gerencia de la logística global. Beneficios de la presencia local y el servicio inmediato a los consumidores. Evaluación de colocación de plantas pequeñas en diferentes mercados. La empresa multinacional, evaluación de facilidades y coordinación de las actividades de su manufactura. La evaluación del rendimiento. La

importancia de la calidad como factor de competitividad. Necesidad de garantizar la calidad del producto a nivel internacional. Técnicas gerenciales: calidad total, Benchmarking, justo a tiempo. Las estadísticas aplicadas a la calidad. Estándares internacionales de la calidad. Las certificaciones internacionales de la Calidad. Las normas ISO:

Gerencia Estratégica Internacional: Concepto de Estrategia. El papel de la estrategia en el éxito. El desarrollo de la estrategia empresarial. El proceso estratégico: estrategia deliberada y emergente, la estrategia como arte, los múltiples papeles de la estrategia. La formulación estratégica. La estrategia como búsqueda de beneficios. Distinción entre estrategia corporativa y estrategia empresarial. Las ventajas competitivas. La importancia de las ventajas competitivas en el contexto internacional. Del análisis del entorno al análisis sectorial. El análisis de la competencia en el sector: el modelo del Profesor Porter de las cinco fuerzas competitivas. Oportunidades para obtener ventajas competitivas. El papel de los recursos y las capacidades en la formulación de la estrategia. Planificación del Desarrollo.

Seminario de negocios Internacionales: Como su nombre lo indica, se trata de un seminario de negociación en que se promueve la revisión de: Por una parte, mapas, paradigmas, conceptos como ética, autoestima, liderazgo, calidad total, servicio, que inciden en el proceso de ser persona o ejercer el liderazgo empresarial y que coadyuvan en la conformación de profesionales o empresas con calidad total. Y por otra parte se revisan las técnicas, tácticas y estrategias de negociación y se ejercita la implementación de pasos que su implementación requiere. Se busca el trabajo común entre el docente y los alumnos. Se adiestra en la investigación, discusión y presentación de temas actuales relacionados con los Negocios Internacionales. Se pretende en este seminario contar con cierta libertad de escogencia de temas actuales y las variaciones que exige un mundo globalizado.

El Entorno Internacional de los Negocios: se entiende por el entorno las fuerzas que rodean e influyen en la vida y desarrollo de las empresas. De manera que se encuentran fuerzas controlables: como los factores de producción (capital, materias primas y mano de obra) y las actividades de las organizaciones (personal, finanzas, producción y ventas), y fuerzas no controlables: como las competitivas, distributivas, económicas, socioeconómicas, financieras, legales, físicas, políticas, socioculturales, cambios en la mano de obra (habilidades y actitudes hacia el trabajo) y tecnológicas. Los organismos Multilaterales y el rol en el mundo de los negocios.

Finanzas Internacionales: La importancia de las finanzas en el contexto global. Cambios presentados en las finanzas mundiales como consecuencia de la internacionalización. Las dimensiones internacionales de la gerencia financiera. El mercado de cambio internacional. Incertidumbre de cambio y las decisiones financieras. El riesgo del tipo de cambio. El sistema financiero global. Sistemas de pago internacional. Estrategia financiera global y la estructura de capitales. Movilización global de los recursos financieros. Decisiones para inversión internacional. Regulaciones financieras

internacionales. Determinación del ingreso y análisis financiero. Las finanzas de las empresas multinacionales. La contabilidad en los negocios internacionales: planeación, costo, control y organización. La contabilidad y los cambios de precios. Auditoría internacional. Los estándares de auditoría.

Mercadeo Internacional: la importancia del Mercadeo Internacional. El desarrollo del Mercadeo Internacional. Dimensiones Estratégicas del Mercadeo Internacional. Investigación del Mercadeo Internacional: consumidores y mercados foráneos. Políticas sobre el producto: introducción en los mercados, modificaciones del producto, desarrollo de nuevos productos, eliminación de productos, empaque, marca, servicio y comercio. La distribución internacional: canales de distribución, exportaciones directas, exportaciones indirectas, alianzas empresariales, Joint Ventures, licencias, franquicias, cooperación industrial, contratos de manufactura, contratos de gerencia, Dimensiones Internacionales de los precios del producto. Dimensiones internacionales de las promociones: la publicidad en los mercados internacionales, personal de ventas, relaciones públicas, agencias de venta, otro tipo de promociones. El mercadeo e Internet.