

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MÓDULO	Financiamiento al comercio exterior		
Clave:			
Horas y créditos:	Teóricas: 32	Prácticas: 32	Estudio Independiente: 32
	Total de horas: 96		Créditos: 6
Tipo de módulo:	Teórico	Teórico-práctico X	Práctico
Competencia(s) del perfil de egreso que desarrolla o a las que aporta.	El alumno desarrollara la capacidad para gestionar, de manera ética y socialmente responsable, los procesos de comercialización internacional de bienes y servicios en sus aspectos de abastecimiento, negociación, ventas, logística, tráfico, operación aduanera, administración de inventarios, importación y exportación, y las opciones de financiamiento para dichas operaciones incluidas las formas de pago internacionales.		
Responsables de elaborar y/o actualizar el programa:	DR. OSCAR ELÍ VELARDE MORENO		
Fecha de	Elaboración: 13/06/2018	Actualización: 20/02/2020	

2. PROPÓSITO

Propiciar un ambiente de aprendizaje donde el alumno pueda desarrollar sus capacidades de análisis crítico y formular estrategias que permitan resolver los problemas relacionados con el comercio exterior, así como identificar cual es la mejor estrategia de financiamiento es la más adecuada para ingresar a un país de destino en términos de intercambio comercial.

3. SABERES

Teóricos:	<p>Conoce los aspectos más importantes respecto a la globalización y sus implicaciones en el comercio internacional.</p> <p>Entiende la estrategia y estructura de los mercados internacionales, así como las formas de operación del comercio internacional.</p>
Prácticos:	Cuenta con una sólida formación para la toma de decisiones estratégicas respecto a la comercialización de un bien o servicio a otros países.
Actitudinales:	Interpreta las diferencias culturales entre los países y el grado que esta influye en las estrategias de comercio internacional.

4. CONTENIDOS

1. Globalización
 - ¿Qué es la globalización?
 - Globalización de los mercados.
 - Globalización de la producción.
 - Surgimiento de instituciones mundiales.
 - Impulsores de la globalización.
 - Cambios demográficos de la economía mundial.
 - El debate de la globalización.
 - La administración en el mercado globalizado.
2. Diferencias nacionales en economía política.
 - Introducción.

- Sistemas políticos.
 - Sistemas económicos.
 - Sistemas legales.
 - Determinantes del desarrollo económico.
 - Estados en transición.
 - La naturaleza de la transformación económica.
 - Implicaciones en los cambios en la economía política.
3. Diferencias culturales.
- ¿Qué es cultura?
 - Estructura Social.
 - Sistemas religiosos y éticos.
 - Idioma, educación, cultura en el trabajo, cambio cultural.
4. Ética en los negocios internacionales.
- Problemas éticos de los negocios internacionales.
 - Dilemas éticos.
 - Raíces del comportamiento anti ético.
 - Enfoques filosóficos para la ética.
5. Estrategia en los negocios internacionales.
- Estrategia y empresa
 - Expansión global, rentabilidad y crecimiento.
 - Presiones para reducir costos y mostrar sensibilidad local.
6. Organización de los negocios internacionales.
- Arquitectura organizacional.
 - Estructura organizacional.
 - Sistemas de control e incentivos.
 - Procesos, cultura organizacional.
 - Síntesis, estrategia y estructura.
 - Cambio organizacional.
7. Estrategia de entrada y alianzas estratégicas.
- Decisiones básicas de entrada.
 - Formas de ingreso.
 - Selección de la forma de entrada.
 - ¿Empresa greenfield o adquisición?
 - Alianzas estratégicas.
8. Exportación, Importación e intercambio compensado.
- Las promesas y los riesgos de la exportación.
 - Mejorar el desempeño de la exportación.
 - Financiamiento de la exportación y de la importación.
 - Asistencia en la exportación.
 - Intercambio compensado.
9. Producción global, subcontratación y administración de materiales.
- Estrategia, fabricación y logística.
 - Lugares idóneos para producir.

- El papel estratégico de las plantas en el extranjero.
 - Subcontratación de la producción.
 - Administración de la cadena global de suministro.
10. Marketing mundial e investigación y desarrollo.
- La globalización de los mercados y las marcas.
 - Segmentación del mercado.
 - Atributos del producto.
 - Estrategia de distribución y comunicación.
 - Estrategias para determinar el precio, mezcla del marketing y desarrollo de nuevos productos.
11. Administración global de recursos humanos.
- Función estratégica de la administración de recursos humanos.
 - Políticas de contratación.
 - Capacitación y desarrollo administrativo.
 - Evaluación del desempeño.
 - Compensación.
 - Relaciones laborales internacionales.
12. Contabilidad en los negocios internacionales.
- Diferencias nacionales entre las normas de contabilidad.
 - Normas nacionales e internacionales.
 - Las consecuencias de las diferentes normas contables.
 - Consolidación multinacional y conversión de divisas.
 - Aspectos contables de los sistemas de control.
13. Administración financiera en los negocios internacionales.
- Decisiones de inversión.
 - Decisiones de financiamiento.
 - Administración global del dinero.
 - Movimiento de dinero entre fronteras.
 - Técnicas de la administración global del dinero.

5. ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR LAS COMPETENCIAS

Actividades del docente:

Presenta el programa de estudios y la planeación didáctica a los estudiantes.

Establecer las normas de conducta durante la clase.

Exponer los contenidos teóricos fundamentales de los temas.

Utilizar material audiovisual como apoyo a la docencia y para incentivar la participación.

Preparar material e implementar estrategias que permitan alcanzar los propósitos del curso.

Asesor a los alumnos durante el proceso de aprendizaje y del desarrollo sus trabajos.

Propiciar la exposición de temas individuales o en equipo.

Actividades del estudiante:

Asistir puntualmente a todas las clases programadas.

Cumplir en tiempo y forma con las actividades encomendadas.

Solucionar problemas para la integración del aprendizaje de las matemáticas.

Participar activa y críticamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Demostrar su nivel de captación de conocimientos.

6. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS		
6.1. Evidencias de aprendizaje	6.2. Criterios de desempeño	6.3. Calificación y acreditación
Tareas y trabajos	Resolver los problemas asignados y entregar los trabajos en medios electrónicos en la fecha señalada. Calidad, limpieza, orden en la solución de ejercicios sobre problemas tratados.	20%
Exámenes parciales	Confirmar a través de este, el nivel de conocimientos obtenidos. Calidad, limpieza, orden en la solución de ejercicios sobre problemas tratados.	30% Se aplicarán 3 exámenes parciales, los cuales serán promediados.
Examen final.	Confirmar a través de este, el nivel de conocimientos obtenidos. Calidad, limpieza, orden en la solución de ejercicios sobre problemas tratados.	50%
Participaciones		También se tomará en cuenta la asistencia, participación y el comportamiento en clase.
Asistencia.	Asistir puntualmente a todas las clases programadas, la cual será tomada al inicio de la clase. Retardo , Se permitirá entrar al aula una vez iniciada la clase hasta con un margen de 10 minutos.	El alumno deberá contar con al menos el 80% de las asistencia para acreditar la materia y/o tener derecho a examen ordinario.
6.4. Medios de registro y medición de las evaluaciones		
Lista de asistencia, registro de calificaciones, lista de cotejo, carpeta docente.		
7. FUENTES DE INFORMACIÓN		
Bibliografía básica		
Hill, C. W. (2011). International Business, competing in the global marketplace. US: Mc Graw-Hill.		
Bibliografía complementaria		
Chaney, L., & Martin, J. (2010). Intercultural Business Communication . EUA: Prentice Hall .		
Fatehi, K. (2007). Anaging Internationally: Succeeding in a Culturally Diverse World . US: Sage Publications.		
Ferraro, G. (2009). The Cultural Dimension of International Business . US: Prentice Hall		
8. PERFIL DEL PROFESOR		
<ul style="list-style-type: none"> • Con nivel mínimo de maestría • Habilidades en Dirección y administración. • Experiencia en comercio internacional. • Experiencia en marketing internacional. 		