



**Proceso: Formulación del Currículo
y Plan de Estudios**

Guía de Cátedra

Código:	DOC11-FO-01
Versión:	2
Fecha:	05/07/2017
Hoja:	Página 1 de 5

1. Identificación del Curso/ Módulo

Nombre del Curso/ Módulo: GERENCIA INTERNACIONAL	Línea de conocimiento ADMI	Código materia: 16045	Crédito: 2	Horas totales 96	Horas Clase	24
					Horas Independientes	72

Facultad/ Departamento: **CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Programa que Administra el curso o módulo: **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Niveles de Formación	Técnico Profesional		Especialización	
	Tecnológico Profesional		Maestría	X
	Profesional		Doctorado	

Modalidad: Presencial Dual Virtual

Fecha de actualización de la guía: **DICIEMBRE DE 2018**

2. Restricciones de:

Conocimiento	Orden
Prerrequisito	
Correquisitos	

3. Justificación

- Se busca formar profesionales con valores humanistas, actitud activa, visión y con un sólido conocimiento en los aspectos que predominan en el desarrollo de los negocios internacionales, con capacidad de impulsar organizaciones de talla internacional, generando valor para su entorno y para sus inversionistas.
- Esta asignatura busca motivar a que los participantes desarrollen metodologías y herramientas propias para entender la dinámica y la complejidad del escenario global, que le permitirán formular estrategias exitosas con base en análisis de información y una definición de objetivo, prioridades y metas alcanzables en el marco de su estrategia de internacionalización.
- Aprovechar la coyuntura actual en la cual los procesos de globalización e integración regional ha propiciado una mayor flexibilidad y homogeneidad normativa facilitando al comercio y las operaciones entre naciones, sin olvidar que estos mismos procesos han impulsado la creación de diversos entornos proteccionistas legales y regulatorios internos, que contribuyen muchas veces barreras significativas para los intercambios comerciales que deben ser consideradas minuciosamente por las empresas colombianas en sus procesos de expansión internacional, así mismo es prioritario para los gerentes internacionales entender estos contextos, estimar los riesgos y beneficios para proteger la inversión y la generación de valor.
- Es necesario inculcar al educando, la necesidad de incrementar la competitividad como herramienta primordial para la internacionalización de una empresa, ya que la transición de cambio del mercado doméstico al mercado internacional exige nuevos requerimientos, tecnológicos, logístico, de precio y demás, priorizando en el gran impacto que la cultura posee en las operaciones internacionales.

4. Competencias de formación

Competencia	Resultado de aprendizaje esperado
Conocer a profundidad los conceptos fundamentales de la gerencia internacional	Capacidad de apropiar el conocimiento necesario para fortalecer su visión como gerente internacional e integrarlo a su organización.

Asimilar o emular casos y situaciones de éxito de la gerencia internacional	Motivación a implementar y aprovechar las experiencias de empresas que han realizado su internacionalización de éxito.
Transformar a las empresas actuales en organizaciones sostenibles, rentables y heredables en los mercados futuros y actuales con base en la competitividad	Identificación de cambios estratégicos de manera coherente asegurando la permanencia y relevancia de la organización en el futuro.
Comprender las diferencias de las cadenas de valor para alinear y liderar los esfuerzos estratégicos gerenciales en los procesos, los productos y servicios, modelos de negocio y la arquitectura organizacional, para administrar y optimizar con eficacia de la propuesta de valor como diferencial de éxito.	Habilidad para integrar los distintos elementos que posee la organización y el entorno para maximizar las oportunidades de éxito de su estrategia internacional.

5. Contenido de la actividad académica*

Unidad	Temáticas	Semanas	Evaluación del aprendizaje
Liderazgo en procesos de planeación internacional	<p>1.1 El Gerente como líder transformador.</p> <p>1.2 Tipos de Perspectivas de la gerencia actual Gerencia de la Supervivencia. Gerencia de la Sostenibilidad. Gerencia del Crecimiento. Gerencia de la Innovación.</p> <p>1.3 Valores de orden superior Valores individuales del gerente y prioridades. Valores colectivos de la empresa como valores corporativos. Motivación y Recurso Humano. La ética y el estilo de dirección. Pensamiento, lateralidad y colateralidad. Dilemas de la gerencia y tomas de decisiones.</p>	0.5	Solución de Casos y Argumentación.
Procesos de Internacionalización	<p>2.1 Gestión del cambio de las condiciones económicas, ventajas, obstáculos, riesgos y retos para la internacionalización.</p> <p>2.1.1 Ventajas y Retos Derivados de la producción. Derivados de la comercialización. Derivados de las finanzas. Derivados del nuevo recurso humano.</p> <p>2.1.2. Obstáculos y Riesgos. Derivados de las dificultades financieras. Derivados de las dificultades comerciales.</p>	0.5	Ensayo y argumentación.

	<p>Derivados de las dificultades logísticas. Derivados de las dificultades culturales. Derivados de las dificultades de la dirección de la empresa. Restricciones legales impuestas por los gobiernos. Obstáculos en la inversión directa impuestos por los gobiernos.</p> <p>2.2. Etapas del proceso de internacionalización y Gestión de la Internacionalización. 2.2.1. Exportación ocasional, esporádica o pasiva. 2.2.2. Exportación regular directa o indirecta. 2.2.3. Establecimiento de filiales de venta en el extranjero. 2.2.4. Establecimiento de subsidiarias de producción en el extranjero. 2.2.5. Establecimiento o traslado de la casa matriz al extranjero.</p> <p>2.3. Criterio tributarios y cambiarios, de comercio internacional, seguridad en operaciones de comercio exterior.</p>		
Estrategia Internacional	<p>3.1. Pensamiento Holístico. 3.1.1 Análisis de la dinámica internacional. Criterios para elegir la información de interés. Fuentes de Información. Métodos de análisis de información.</p> <p>3.1.2 Diagnóstico del entorno Análisis componente externo (Amenazas – Oportunidades) Análisis componente interno (Debilidades – Fortalezas)</p> <p>3.1.3 Análisis situacional. Competitividad con base en las 5 fuerzas de Porter Productos Análisis BCG (reestructuración del portafolio) Análisis Vester para priorizar problemas (Causas y efectos). Análisis del recurso humano.</p> <p>3.2. Formulación de los objetivos.</p>	1	Argumentación y solución de casos

	<p>3.3 Formulación de estrategias.</p> <p>3.4. Formulación de los planes.</p> <p>3.5. Seguimiento, control y gestión del cambio.</p>		
Plan de Negocios	<p>4.1. ¿El “por qué”? del plan de negocios internacionales.</p> <p>4.2. Características diferenciales de los planes de negocios internacionales.</p> <p>4.3. Entorno y Contorno Empresarial. Globalización. Integración Económica. Multinacionales. Tendencias y Modas.</p> <p>4.4. Comprensión del Mercado Estudio de Industria y Sector Factores Económicos, sociales y demográficos.</p> <p>4.5. Estrategias de Mercadeo Procesos Logísticos Requisitos aduaneros y operacionales en divisas extranjeras.</p> <p>4.6. Plan Financiero. Evaluación de costos Evaluación de riesgos.</p>	1	Ensayo y solución de casos.
<p>Recursos: Proyector de video, Tablero y Lecturas.</p>			
6. Estrategias Pedagógicas			
<ul style="list-style-type: none"> • Revisión casos. • Talleres. • Mesa redondas • Lecturas 			
Otra:			
7. Evaluación y Registro de resultados			
<p>Evaluar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Despliegue actividades y manejo argumentos desde lo sistémico • Análisis de argumentos acordes a metodología y fuentes • Ensayo Individual • Taller Plan estratégico internacional • Examen final • Participación y casos 			

Calificar:

- Ensayo Individual: 30%
- Taller Plan estratégico internacional: 30%
- Examen final: 20%
- Participación y casos: 20%

Registro:

El docente registrará en el sistema la nota final de los estudiantes en las fechas definidas en el calendario académico. Cuando los docentes incurran en errores de computo o de digitación en el registro de notas en el sistema en cualquiera de los momentos definidos por el calendario académico, el estudiante tendrá derecho a solicitar por escrito al Director del Programa de Posgrado la revisión de la nota registrada acompañada de las pruebas que tenga dentro de los dos (2) días siguientes a la fecha establecida en el calendario académico para el registro de calificaciones, inmediatamente se dará traslado de la petición al docente, quien informará por escrito al Director del Programa de Posgrado el día siguiente a la fecha de recibo de la solicitud si se ratifica en el registro inicial de la calificación o si la corrige. Las notas no registradas por el docente tendrán un valor equivalente a cero (0.0). Si el estudiante no hiciera reclamo en el término señalado en el inciso anterior, las notas inicialmente registradas quedarán en firme. (Reglamento de Posgrados UNAB)

8. Referencias Bibliográficas

Bibliografía UNAB	Notación topográfica
Gerber, David J.. Competencia global: derecho, mercados y globalización. U. Javeriana Peng, Mike W.. Negocios globales. Cengage learning Bruce, Andy. Innovación. Ed. Trillas Krugman, Paul R. Economía internacional: teoría y política. Pearson	

Bibliografía Complementaria

CZINKOTA, M.R. y RONKAINEN, I.A. (2004): Marketing International (7a Edición) Ed. Internacional Thomson Editores Latin America.

GARCÍA CRUZ, R. (2002): Marketing Internacional. Ed. ESIC. Madrid.

JAIN S.C. (2002): Marketing International Ed. Thomson Paraninfo.

LEE, H S. (2009). Marketing International. Teoría y 50 casos prácticos. Ed CENGAGE Learning.

NIETO, A. y LLAMAZARES, O. (1998) Marketing Internacional. Ed. Pirámide. Madrid.

Girad, Rene. Clausewitz en los exterminos: Política, guerra y apocalipsis: Conversaciones con Benoit Chantre. Kastz Ed.

Limas Suarez, Sonia Janneth. Marketing empresarial, dirección como estrategia competitiva. Ed. La U

Johnson, Gerry. Dirección Estratégica. Pearson.

Rodrik, Dani. La paradoja de la globalización: la democracia y el futuro de la economía mundial. Ed. Antoni Bosch.

9. Observaciones

--