



TEC | Tecnológico
de Costa Rica

Programa del curso AE-3312
Negocios Internacionales

Escuela de Administración de Empresas
Carrera/programa de Bachillerato en Administración de Empresas

I parte: Aspectos relativos al plan de estudios

1. Datos

generales

Nombre del curso:	Negocios Internacionales
Código:	AE – 3312
Tipo del curso:	Teórico - práctico
Nº de créditos:	3
Nº hrs. de clase por semana:	4
Nº hrs. extraclase por semana:	5
Requisitos:	Macroeconomía
Correquisitos:	No hay
Asistencia:	Obligatorio
Ubicación en el plan de estudios:	Curso del 5to. semestre del programa

**Posibilidad de
reconocimiento:**

Sí

Fecha de la última revisión:

Enero 2013

- | | |
|----------------------------------|---|
| 2. Descripción general del curso | <p>La internacionalización de las economías así como el proceso de globalización han ido ocasionando cambios en el orden mundial desde la perspectiva del mercado. Las empresas tienen el reto de acceder a un mercado más amplio: el de un mundo global.</p> <p>Los administradores de empresa se ven cada vez más enfrentados a la toma de decisiones en ámbitos internacionales bajo las presiones de la competitividad. Por lo tanto, deben conocer los elementos que componen el marco de los negocios internacionales, siendo capaces de generar estrategias válidas para desarrollar operaciones comerciales y financieras en el mercado internacional.</p> |
| 3. Objetivos generales | <p>El estudiante podrá conocer y comprender los conceptos básicos de los negocios internacionales y el contexto en que éstos se desarrollan. Igualmente, aplicar dichos conocimientos en la formulación de estrategias válidas para desarrollar operaciones comerciales y financieras en el mercado internacional.</p> |
| 4. Contenidos | <p>UNIDAD I – INTRODUCCION AL CONTEXTO EN QUE SE DESARROLLAN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES</p> <p>Objetivos Específicos: Que el estudiante sea capaz de:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Identificar los aspectos relevantes de la globalización y sus impactos para los negocios2. Definir los negocios internacionales y los diferencie de los negocios domésticos3. Explicar las razones que llevan a las empresas a participar en los negocios internacionales4. Describir los factores que afectan las operaciones en los negocios internacionales <p>Temas</p> <ol style="list-style-type: none">a) Costa Rica en el contexto del comercio internacionalb) Panorama económico mundialc) Globalización y Negocios internacionalesd) Impulsores de la globalización y los factores que influyen en su desarrolloe) Globalización de los mercados y globalización de la producciónf) Oportunidades y amenazas de la globalizacióng) Concepto de negocios internacionales |

- h) Diferencias entre negocios internacionales y negocios domésticos
- i) Razones para participar en los negocios internacionales
- j) Factores que afectan las operaciones en los negocios internacionales
- k) Modos de realizar los negocios internacionales
- l) Marco institucional del comercio mundial

Recursos Bibliográficos de la Unidad I:

Obligatoria:

Capítulo I (completo)

Complementario:

COMEX, 2012. Inserción de Costa Rica en la Economía Mundial: los primeros 20 años en el Sistema Multilateral de Comercio (documento pdf)

UNIDAD II: DIFERENCIAS NACIONALES Y COMPETITIVIDAD: CULTURALES, ECONOMICAS, LEGALES Y POLITICAS

Objetivos Específicos: Que el estudiante esté en capacidad de:

1. Comprender la importancia de las diferencias culturales a la hora de definir estrategias de negocios internacionales
2. Analizar los diferentes componentes de la competitividad de un país, según índices internacionalmente utilizadas para este fin
3. Entender el papel de la economía política en los procesos de ajuste de las economías para ser mas competitivas

Temas:

- a) Posible impacto de las diferencias culturales en los negocios internacionales
- b) Impacto de las diferencias económicas, legales y políticas en la competitividad de los negocios
- c) Cambios en la economía política y la competitividad: Beneficios, Costos, Riesgos

Recursos Bibliográficos de la Unidad II:

Obligatoria

- Capítulo III: páginas 86-89; 104-109
- Global Competitive Report: Índices y posición de CR
- Doing Business

Complementarios:

Todo el capítulo de la 90 en adelante

UNIDAD III – ETICA Y RESPONSABILIDAD EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Objetivos Específicos: Que el estudiante pueda:

1. Dimensionar la influencia de la ética en las empresas internacionales
2. Conocer los fundamentos del comportamiento ético de la empresa internacional y sus implicaciones para los negocios y la sociedad donde se desenvuelve
3. Diferenciar los principales enfoques de la Responsabilidad Social Empresarial y sus impactos en los negocios internacionales

Temas

- a) Problemas éticos de los negocios internacionales
- b) Dilemas éticos
- c) Los diferentes enfoques Responsabilidad Social Empresarial

Referencias bibliográficas de la Unidad III:

Obligatoria:

Capítulo IV: páginas 118 a 129.

Complementario

Video de Zara

UNIDAD IV – EL COMERCIO INTERNACIONAL Y EL ENTORNO DE LAS INVERSIONES

Objetivos Específicos

1. Describir las principales teorías que explican el comercio internacional
2. Discernir entre los instrumentos de política económica que ejercen los gobiernos para intervenir en el comercio internacional
3. Explicar la IED y diferenciar las principales teorías que explican la IED horizontal y vertical
4. Identificar las principales características de las organizaciones mundiales: GATT, OMC, FMI, BM, ONU y su impacto para los negocios internacionales
5. Identificar los diferentes niveles de integración económica
6. Comparar alianzas comerciales regionales: Unión Europea, TLCAN, MERCOSUR, ASEAN

Temas

- a. Teorías que explican el comercio internacional
- b. Instrumentos de política económica del comercio internacional
- c. Las teorías que explican la IED
- d. Impactos de la IED para los países de origen y destino
- e. Las instituciones globales GATT, OMC, FMI, BM, ONU Integración económica: grados de integración, impacto para las empresas y principales grupos regionales de comercio: Unión Europea, TLCAN, MERCOSUR, ASEAN

Recursos Bibliográficos:

Obligatorios:

Capítulos V, VI y VII

UNIDAD V – LA ESTRATEGIA, ESTRUCTURA E IMPLEMENTACIÓN DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Objetivos Específicos: Que el estudiante esté en posibilidad de:

1. Comprender los conceptos de estrategia empresarial y creación de valor
2. Caracterizar los tipos de estrategias que las empresas usan en los negocios internacionales
3. Conocer las variables asociadas a los riesgos y oportunidades de una empresa cuando se internacionaliza
4. Identificar los elementos y estrategias de importación y sea capaz de razonar la función del comercio compensatorio en los negocios internacionales
5. Conocer y aplique las alianzas estratégicas para el desarrollo exitoso de los negocios internacionales.
6. Comprender y describir los elementos relacionados con la organización de los negocios internacionales

Temas

- a. La empresa como cadena de valor
- b. Tipos de estrategia que siguen las empresas cuando compiten internacionalmente y los factores que influyen en su elección
- c. Evaluación y selección de países
- d. Estrategia de entrada y alianzas estratégicas
- e. Proceso de Exportación
- f. Principales tipos de acuerdos o alianzas de colaboración, factores de éxito y de fracaso
- g. Cadenas Globales de Valor



Tecnológico de Costa Rica

Referencias Bibliográficas de la Unidad IV:

Obligatorias:

Capítulos XII, XIV y XVI

Complementarias:

Sitio Web de Comex

II parte: Aspectos operativos

5. Metodología de enseñanza y aprendizaje Clases magistrales con trabajo práctico.

6. Evaluación.

Nota Final

Rubros de evaluación y su respectivo valor porcentual:

I Parcial	20 %		
II Parcial	20 %		
III Parcial	20 %		
Noticias sobre temas del curso	15%		
Estudio Caso (*)	25 %	TOTAL	100 % (**)

(*) El estudiante utilizará la Guía de estudio de Caso

(**) Si el estudiante obtiene una nota final menor a 70 y mayor a 60, tendrá derecho a hacer examen de reposición, en la fecha que se defina para tal efecto.

7. Bibliografía **REQUERIDA**

- Hill Charles (2010) Negocios Internacionales. Octava Edición. McGraw-Hill.

COMPLEMENTARIA

- Daniels, J.; Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010). Capítulo 1, 5 al 8, 11 al 17 y 20
- Porter, Michael E.; Kramer, Mark R (2006). Estrategia y Sociedad: El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social empresarial, Harvard Business Review, diciembre, pp. 42-57.
- Araneda Ximena (2010). Ponencia presentada en el I Congreso Internacional de Estrategias Empresariales 2010: Enfoques de la Responsabilidad social Empresarial, material inédito



Tecnológico de Costa Rica

.8. Profesor

Nombre: Ronald Mora Esquivel

Teléfono: Correo electrónico: rmora@itcr.ac.cr

Atención de atención a estudiantes: Lunes 7:30 am a 12 md

Horario de lecciones del curso: Jueves 7:30 am a 11:20 am,