

Programa de asignatura Negocios Internacionales

1. Identificación

Nombre Escuela:	Administración
Nombre Departamento:	Negocios Internacionales
Nombre Programa:	Negocios Internacionales
Nombre Programa Académico:	Negocios Internacionales
Nombre Programa Académico (En inglés):	International Business
Materia Prerrequisito:	
Semestre de Ubicación:	1
Código:	NI0104
Intensidad Horaria Semanal:	3 horas
Intensidad Horaria Semestral:	48 horas
Créditos:	3
Características:	Suficientable

2. Justificación

La globalización, los desarrollos en las nuevas tecnologías de la comunicación y el transporte, junto con el desarrollo económico mundial, han motivado a diversas instituciones a participar en el mundo de los negocios internacionales. La complejidad y diversidad de ambientes culturales, legales, políticos, económicos y de competencia, a la que se enfrentan las instituciones en estas operaciones internacionales, lo diferencia de las actividades organizacionales que se realizan al interior de un país. Por ello, es necesario conocer los conceptos, consideraciones y variables que posibilitan y afectan los negocios internacionales, junto con su multi e interdisciplinariedad, sus beneficios, y posibles riesgos.

El curso de Negocios Internacionales es un curso introductorio al programa de Negocios Internacionales donde se desarrollan conocimientos sobre los principales conceptos y ambientes que influyen los negocios Internacionales. De esta forma, además, se busca que el estudiante conozca con mayor precisión de que se tratan los negocios internacionales, y cuáles son las áreas de conocimiento que los envuelven, ayudándole a conocer mejor su profesión.

Este curso desarrolla la fundamentación necesaria para conocer las diversas áreas que afectan los negocios internacionales y sus componentes, permitiéndole a quien lo curse, una introducción a los diversos conceptos que hacen parte del análisis de los contextos globales, el reconocimiento de las diferencias, y de las consideraciones mínimas que se deben tener en cuenta al momento de involucrarse en el mundo de los negocios internacionales y sus procesos.

De esta forma, este curso familiariza a los estudiantes no sólo con su objeto de estudio, sino que los prepara para apropiarse con mayor conciencia y certidumbre de sus estudios profesionales.

Adicionalmente, el curso promueve el multilingüismo del programa, al ser dictado enteramente en el idioma inglés.

3. Propósito u objetivo general del curso

Comprender y aplicar los principales conceptos utilizados en los negocios internacionales. Así mismo, conocer y reconocer los componentes y diversas consideraciones que los negocios internacionales conllevan, la diversidad de entornos que involucra, su interdisciplinariedad y sus principales diferencias con los negocios domésticos.

3.1 Competencias genéricas

- Comunicación multilingüe
- Adaptación a diferentes culturas
- Análisis estratégico
- Pensamiento crítico
- Integridad

3.2 Resultados de Aprendizaje

Competencia específica: Analiza críticamente contextos internacionales desde perspectivas económicas, políticas, legales, sociales, tecnológicas, ambientales, geográficas y culturales, con el objetivo de identificar oportunidades y amenazas para los procesos de internacionalización

Descriptor: Reconoce, clasifica y contrasta las principales fuentes de información

Resultado de aprendizaje: Conoce las diferentes fuentes de información en su lengua materna y en inglés mínimamente (Nivel inicial)

Descriptor: Identifica actores, intereses, causas y consecuencias de situaciones en el entorno analizado

Resultado de aprendizaje: Distingue los diferentes actores que participan en un entorno (Nivel inicial)

Descriptor: Analiza realidades y problemáticas teniendo en cuenta sus factores y causas, utilizando diferentes metodologías

Resultado de aprendizaje: Identifica un problema a resolver en una situación dada (Nivel inicial)

Descriptor: Interpreta entornos internacionales desde diferentes perspectivas para identificar en él oportunidades y amenazas

Resultado de aprendizaje: Identifica y relaciona las diferentes variables o aspectos que componen un entorno internacional (Nivel inicial)

Descriptor: Propone cursos de acción basados en el análisis crítico del entorno

Resultado de aprendizaje: Reconoce las opciones de cursos de acción existentes para un mejor desempeño de la organización en un entorno internacional (Nivel inicial)

Descriptor: Evalúa los potenciales efectos de sus decisiones en el entorno analizado

Resultado de aprendizaje: Identifica las potenciales consecuencias positivas y negativas de una decisión (Nivel inicial)

4. Contenidos

UNIDAD 1: La globalización y los diversos entornos nacionales

- ✓ Definiciones y conceptos de globalización y su relación con los negocios internacionales
- ✓ Los entornos nacionales y sus diversos componentes:
 - Sistemas económicos, políticos y legales
 - Desarrollo económico
 - Entorno cultural y sus componentes
 - La responsabilidad social, la ética y la sostenibilidad en los negocios internacionales

UNIDAD 2: La economía política de los negocios internacionales

- ✓ El comercio internacional y la Inversión Extranjera Directa
- ✓ Economía política y la intervención del gobierno en los negocios Internacionales
- ✓ Integración económica regional

UNIDAD 3: Introducción al sistema financiero internacional

- ✓ Conceptos del mercado de divisas y su impacto en los negocios internacionales
- ✓ Conceptos del mercado global de capitales y su impacto en los negocios internacionales

UNIDAD 4: Introducción a la estrategia de internacionalización

- ✓ Descripción de los principales métodos de entrada, su tipología y principales ventajas y desventajas

5. Estrategias metodológicas y didácticas

El curso se enriquece con el uso de diversas metodologías metodológicas y didácticas, como se describe en los siguientes apartados

5.1 Metodología docente y estimación de volumen de trabajo del estudiante

Las estrategias metodológicas y didácticas que pueden ser usadas en la clase incluyen:

- ✓ Asignación de lecturas previas a la sesión de clase
- ✓ Clase magistral y/o clases previamente grabadas
- ✓ Talleres, exhibiciones, discusiones, casos de análisis, simulaciones, juegos de rol, revisión de noticias y discusión de las mismas
- ✓ Consultas e investigaciones.
- ✓ Exámenes escritos y presentaciones grupales presenciales o por medio de videos
- ✓ Elaboración de textos descriptivos, explicativos y argumentativos
- ✓ Resolución de problemas relacionados con objetivos del curso
- ✓ Proyectos con aplicabilidad y significatividad en los contenidos
- ✓ Revisión, discusión y/o realización de videos
- ✓ Vistas a empresas, y/o participación de invitados especiales en las sesiones de clase

El curso se compone de tres horas semanales de clase presencial (virtual o física en las aulas de clase) y un estimado de 3 horas de trabajo independiente del estudiante por semana, durante 16 semanas.

5.2 Temporalización o cronograma

El curso gira alrededor de clases magistrales y estrategias de aprendizaje activo. Para ello, se estima que en cada clase haya un componente de ambos. Todo el contenido del curso y sus diversas

actividades pedagógicas será compartida con el estudiante por medio de recursos locativos y/o tecnológicos, bibliográficos y didácticos. Así, al final de curso, el estudiante tendrá las competencias necesarias para desarrollar un trabajo integrador del curso donde aplique los conocimientos adquiridos en el mismo.

Como se explicó anteriormente, la materia está diseñada para ser impartida por medio de una clase semanal presencial de tres horas, lo cual es equivalente a un tiempo de 48 horas de dedicación presencial, y el estudiante alcanzando capacidades adecuadas, debe dedicar por lo menos 48 horas adicionales de trabajo individual para un total de 96 horas académicas de la materia durante el semestre. De esta forma, el curso requiere de una dedicación total semanal por parte del estudiante de 6 horas (3 presenciales y 3 de trabajo independiente) durante 16 semanas.

El contenido de la temático de la materia está dividido en cuatro unidades de estudio y en un orden para lograr cada uno de los subtemas, la distribución del tiempo aproximada será la siguiente:

Unidad 1: 24 horas magistrales, de aprendizaje activo y de actividades de evaluación

Unidad 2: 12 horas magistrales, de aprendizaje activo y de actividades de evaluación

Unidad 3: 6 horas magistrales, de aprendizaje activo y de actividades de evaluación

Unidad 4: 6 horas magistrales, de aprendizaje activo y de actividades de evaluación

Adicionalmente, en algunas de las sesiones de clase se realizarían actividades evaluativas de seguimiento, trabajos en equipo e individuales, simulaciones, debates, juegos de rol, exámenes individuales y/o grupales, y otras actividades pedagógicas que refuercen el aprendizaje.

6 Recursos:

6.1 Locativos:

- ✓ Aulas de clase
- ✓ Biblioteca y biblioteca virtual
- ✓ Aula de aprendizaje inverso y/o activo
- ✓ Auditorios

6.2 Tecnológicos:

- ✓ Video beam
- ✓ Computadores
- ✓ Otros dispositivos con acceso a internet (tablets, celulares, notebooks)
- ✓ Conexión a internet
- ✓ Software de apoyo para la enseñanza por medios virtuales (e.g. EAFIT Interactiva, TEAMS, EAFIT virtual)
- ✓ Microsoft Windows y sus aplicaciones

6.3 Didácticos:

- ✓ Presentaciones con diapositivas
- ✓ Talleres
- ✓ Casos de estudio y enseñanza
- ✓ Simulaciones
- ✓ Juegos de rol

- ✓ Debates
- ✓ Plataformas interactivas
- ✓ Aplicaciones electrónicas de apoyo a la enseñanza (Por ejemplo: Polly, Forms, Stream, Stormboard, etc.)

7 Criterios y políticas de seguimiento y evaluación académica

Criterios de evaluación:

- El estudiante identifica los elementos que componen un entorno internacional, sus actores y roles
- El estudiante comprende el fenómeno de la globalización y sus implicaciones en la toma de decisiones de los actores en el mundo de los negocios internacionales
- El estudiante describe los diferentes modos de entrada como alternativas de cursos de acción en el proceso de internacionalización
- El estudiante conoce los aspectos económicos y sociales que llevan a la integración económica
- El estudiante reconoce el impacto de decisiones financieras en los negocios internacionales

El criterio de evaluación será definido bajo las regulaciones académicas de la universidad, donde habrá como seguimiento varias actividades evaluativas entre aprendizaje individual, grupal, cualitativo y cuantitativo. Con el fin de cumplir con los objetivos de aprendizaje planteados se plantean las evaluaciones de la siguiente manera:

- ✓ Se realizarán 2 o 3 talleres grupales de seguimiento con evaluación cuantitativa y/o cualitativa. Estas actividades son principalmente de carácter formativo y procesual, y de acuerdo a su temporalidad, son generalmente de evaluación diagnóstica, intermedia y/o continua. Adicionalmente, se realizarán múltiples actividades de evaluación cualitativa grupales, de carácter formativo, sumativo y/o procesual, donde se realizarán demás procesos de autodiagnóstico, evaluación de pares o coevaluación y/o hetero-evaluación. Estas actividades evalúan los criterios de conocimiento, uso del conocimiento y de desempeño.
- ✓ Se realizarían dos actividades evaluativas intermedias, cuantitativas y/o cualitativas. Estas evaluaciones evalúan el aprendizaje de los conceptos, el conocimiento de los mismos y el uso de dicho conocimiento.
- ✓ Se realizarán una evaluación grupal adicional, correspondiente a un trabajo integrador del curso, donde los estudiantes aplicarán los conocimientos en el transcurso del mismo. Esta actividad requiere un alto componente de consulta y trabajo en equipo, donde deberán recolectar y analizar datos secundarios de diversas fuentes. Se busca de esta manera evaluar los resultados de aprendizaje desarrollados durante el curso de manera aplicada. Este trabajo se presente frente al todo el grupo, quienes además participan como evaluadores de pares en dicho ejercicio.
- ✓ Se realizará un examen final que corresponde al 30% del total de las notas del curso, el cual evaluará la comprensión y aplicación de los conceptos desarrollados en el curso. Esta evaluación debe ser presentada por los estudiantes de manera individual. Con estas actividades, se evalúan todos los resultados de aprendizaje anteriormente mencionados de manera conceptual, además de considerar los criterios evaluativos de uso del concepto, de desempeño y/o contextual.

Todas las actividades evaluativas se realizan en el idioma inglés, reforzando el desarrollo de sus competencias multilingües. De esta forma, las actividades evaluativas son de diversos formatos:

individuales, grupales, talleres, casos, juegos de rol, evaluaciones cuantitativas y evaluaciones cualitativas, revisión de pares, autoevaluación, etc.

Así mismo, los criterios de evaluación corresponden a criterios de conocimiento, de uso del conocimiento, su desempeño en tareas específicas, y de desempeño contextual, a un nivel inicial. Este último, específicamente, en el trabajo integrador al final de curso.

8 Bibliografía

Libros

Libro guía:

Hill, C.W.L. and Hult, G.T.M. (2019). *International Business, Competing in the Global Market Place* (12th Edition). New York, NY: McGraw Hill Education

Otros libros:

Cavusgil, T., Knight, G., & Riesenberger, J.R. (2017). *International Business, The New realities*. 4th Edition. Harlow, UK: Pearson Education

Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2019). *International Business, Environments and Operations*. 16th Edition. Harlow, UK: Pearson Education

Hill, C.W.L. and Hult, G.T.M. (2018). *Global Business Today* (10th Edition). New York, NY: McGraw Hill Education.

Wild, J.J., & Wild, K. L. (2018). *International Business, The Challenges of Globalization*. 9th Edition. Harlow, UK: Pearson Education.

Artículos de revista

Aithal, P. S. (2017). Impact of domestic, foreign, and global environments on international business decisions of multinational firms: A systematic study. *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences*, 2(2), 93-104. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=3078157>

Buckley, P. (1990). Problems and Developments in the Core Theory of International Business. *Journal of International Business Studies*, 21, 657–665. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490346>

Buckley, P. J. (1996). The role of management in international business theory: a meta-analysis and integration of the literature on international business and international management. *Management International Review*, 36(1), 7–54.

Buckley, P., & Casson, M. (2019). Decision-making in international business. *Journal of International Business Studies*, 50, 1424–1439. Retrieved from: <https://doi.org/10.1057/s41267-019-00244-6>

Griffith, D., Tamer Cavusgil, S. & Xu, S. (2008) Emerging themes in international business research. *Journal of International Business Studies*, 39, 1220–1235. Retrieved from: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400412>

Grosse, R., & Behrman, J. N. (1992). Theory in international business. *Transnational Corporations*, 1(1), 93- 126

Meyer, K.E. (2017), International business in an era of anti-globalization. *Multinational Business*

Review, 25(2), 78-90. Retrieved from: <https://doi.org/10.1108/MBR-03-2017-0017>

Rask, M., Strandkov, J. & Håkonsson, D.D. (2008) Theoretical Perspectives on the Internationalization of Firms, *Journal of Teaching in International Business*, 19(4), 320-345. DOI: 10.1080/08975930802427502

Strange, R., & Zucchella, A. (2017). Industry 4.0, global value chains and international business. *Multinational Business Review*, Vol. 25(3), 174-184. Retrieved from: <https://doi.org/10.1108/MBR-05-2017-0028>

Tamer Cavusgil, S. (1985). Guidelines for export market research. *Business Horizons* 28 (6), 27-33

Otros

China Daily (2020) Retrieved from <http://global.chinadaily.com.cn/>

Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales-DIAN (N.D.) Retrieved from: <https://www.dian.gov.co/>

Emerald Insight (2020). Emerald Emerging Markets Case Studies Collections [Data Base]. Retrieved from: <https://www-emerald-com.ezproxy.eafit.edu.co/insight/search?q=journal-id%3AEEMCS>

European Union (2020) Retrieved from https://europa.eu/european-union/index_en

Freedom House (2020) Retrieved from <https://freedomhouse.org/>

Harvard Business Publishing Education (2020). Harvard Business Publishing [Data Base]. Retrieved from <https://hbsp.harvard.edu/home/>

International Monetary Fund (N.D.) Retrieved from <https://www.imf.org/external/index.htm>

International Business Center & Eli Broad College of Business at Michigan State University. (N.D.) Global Edge. Retrieved from: <https://globaledge.msu.edu/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (N.D.) Retrieved from: <https://www.mincit.gov.co/>

ProColombia (N.D.) Retrieved from <https://procolombia.co/>

The Economics Intelligence Unit (N.D.) Retrieved from <https://www.eiu.com/n/>

The Guardian (2020). Retrieved from <https://www.theguardian.com/international>

The New York Times (2020). Retrieved from <https://www.nytimes.com/>

The Wall Street Journal (2020) Retrieved from <https://www.wsj.com/>

The Washington Post (2020) Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/>

The World Bank (2020) Retrieved from: <https://www.worldbank.org/>

Transparency International (2020) Retrieved from <https://www.transparency.org/en/#>

United Nations (N.D.) Retrieved from <https://www.un.org/en/>

World Trade Organization-WTO (N.D.) Retrieved from <https://www.wto.org/>

9 Requisitos del proceso de aseguramiento de la calidad

Versión número: 1

Fecha elaboración: 6 de Junio de 2020

Responsable: Camilo Franco