

## Programa de asignatura

### Área Académica Economía y Negocios

Datos generales de la asignatura		
<b>Nombre de la asignatura:</b> Perspectiva Internacional		<b>Clave:</b> LNI101
<b>Descripción de la asignatura:</b> Esta asignatura tiene como propósito desarrollar en los estudiantes las competencias que les permitan tener una visión global de su carrera. Permitiéndole desarrollar un pensamiento abierto a las oportunidades y accionar en relación a estos e inducir los estudiantes hacia la curiosidad, a no limitarse a lo conocido, sino a desear aventurarse a un mundo amplio, nuevo y dispuesto a recibirlos. Las actividades que el estudiante hará en el curso les permitirán tener una visión amplia y sin límites; independientemente de la carrera que curse. La misma le permitirá conocer su potencial y visualizarse más allá de lo hasta ahora conocido. En el proceso, el estudiante también podrá identificar sus aptitudes emprendedoras, lo que lo puede llevar a desarrollar nuevos negocios.  La competencia madre que guía esta asignatura es la que busca identificar amplios rasgos de la panorámica internacional desde las principales vertientes globales. Así las unidades temáticas de esta asignatura son: introducción a la asignatura, conceptos básicos y oportunidades de negocios y estudio de manejo clientes comerciales internacionales.  Como estrategias de enseñanza se implementarán los métodos de conferencia del docente, socialización de saberes, debates, cuestionarios, estudio de casos, aprendizaje basado en problemas, tutorías, modelos y teorías financieras, trabajo de equipos. Los instrumentos de evaluación del conocimiento que se utilizarán son: lista de cotejo, rúbrica analítica, rúbricas cuantitativas, rúbrica cualitativa, ficha de observación, y pruebas objetivas.		<b>Créditos:</b> 2
		<b>Prerrequisitos:</b> N/A
		<b>Correquisitos:</b> N/A
		<b>Horas teóricas:</b> 30
		<b>Horas prácticas:</b> 00
		<b>Horas de investigación o trabajo independiente:</b> 00
<b>Componente de formación:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Formación General <input type="checkbox"/> Formación Especializada <input type="checkbox"/> Formación Profesional		<b>Perfil del docente que la impartirá:</b> Licenciado y Maestría en Negocios Internacionales, Administración y/o Mercadeo o afines.
<b>Carácter:</b> <input type="checkbox"/> Obligatoria <input checked="" type="checkbox"/> Electiva libre/abierta <input type="checkbox"/> Electiva disciplinar	<b>Modalidad:</b> <input type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Semi-presencial <input checked="" type="checkbox"/> Virtual	<b>Docente(s) responsable(s):</b>
<b>Competencias</b>		<b>Resultados de aprendizajes esperados (RAE)</b>
<b>CE1.</b> Dominar los principales campos de conocimiento en la perspectiva global con el fin de investigar los antecedentes de la globalización		<b>RAE1.</b> Investiga cómo y por qué las empresas se internacionalizan, con el fin de poder asesorar empresas en esta dirección.

	<p><b>RAE2.</b> Explora oportunidades de Negocios en otros mercados internacionales, para crear desarrollo comercial.</p> <p><b>RAE3.</b> Estudia el manejo de clientes comerciales a nivel Internacional, para asegurar la fidelidad y apego empresarial de los mismos.</p> <p><b>RAE4.</b> Explica las formas de construir relaciones comerciales internacionales, para que puedan expandir sus negocios.</p>	
<b>Contenidos</b>		<b>Cronograma en semanas</b>
<p><b>Unidad 1: Introducción a la Asignatura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Levantamiento de Expectativas.</li> </ul>		1-2
<p><b>Unidad 2: Conceptos básicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Concepto Perspectiva Internacional</li> <li>Antecedentes Históricos de la Globalización</li> <li>Enfoque hacia la internacionalización de las Empresas</li> </ul>		3-4
<p><b>Unidad 3: Oportunidades de Negocios y Estudio de manejo clientes comerciales Internacionales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Importancia de construir relaciones comerciales</li> <li>Selección de Clientes Estratégicos</li> </ul>		6-10
<b>Estrategias de aprendizaje-enseñanza</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuentros sincrónicos para Socialización del conocimiento.</li> <li>Debates, Cuestionarios, Estudio De Casos, Aprendizaje Basado En Problemas,</li> <li>Trabajo De Equipos.</li> </ul>		
<b>Evaluación de las competencias y los aprendizajes</b>		
<b>Actividades evaluativas</b>	<b>Resultados de aprendizajes asociados</b>	<b>Valor de la actividad</b>
Ensayo Individual sobre conceptos y enfoque a la internacionalización de las empresas. Lectura asignada	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	10
Análisis Video Internacionalización de la empresa. Video asignado	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	10
Elegir empresa multinacional. Contarnos su historia de Internacionalización. Trabajo Escrito.	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	10
Investigar sobre Teorías de la Internacionalización de las Empresas Trabajo Escrito	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	5
Informe: Caso de Estudio Grupal. Trabajo Escrito	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	10
Resumen: Analizar la importancia de construir relaciones comerciales a largo plazo – Grupal. Trabajo escrito.	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	15

Diseño curricular Reforma 2.0, agosto 2020

**Nota:** en caso de que se requiera, las estrategias de aprendizaje-enseñanza y actividades evaluativas que se proponen podrían presentar variaciones que permitan su adaptación, de acuerdo a la realidad de cada grupo de estudiantes o escenarios de aprendizaje siempre que respondan al Modelo Educativo y cuenten con la aprobación del coordinador.

Mapa Conceptual: Identificar los elementos clave para la selección de clientes internacionales estratégicos - Individual Trabajo escrito	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	10
Ensayo: Exposición Grupal. Video subido al aula.	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	10
Examen Final	RAE1, RAE2, RAE3, RAE4	20
<b>Bibliografía y recursos</b>		
Daniels, J. D., Radebaugh, Lee H, & Sullivan, Daniel. (2018). <i>Negocios internacionales: ambientes y operaciones</i> . Pearson. Mexico		
Danyels, Radebaugh & Sullivan (2009). <i>Negocios Internacionales</i> (12da. Edición). Pearson		
Denesky, H. (2006). “ <i>International Management. Managing Across Borders and Cultures</i> ” (5ta. Edición).		
Kirchner y Márquez (2010). <i>Comercio y Marketing Internacional</i> (4ta. Edición). Cengage Learning Editores		
Levitt, P., & Glick Schiller, N. (2006). Perspectivas internacionales sobre migración. <i>Repensando las migraciones. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas</i> (pp.191-229).		
O’Brien, J. & Marakas, G. (2006). <i>Sistemas de Información Gerencial</i> . Séptima Edición. México: McGraw-Hill Interamericana.		
Ortiz, M., Avendaño, E., & Silva, H. (2019). <i>Introducción al Comercio Internacional</i> . Colombia		
Pride, W., Hughes, R. & Kapoor, J. (2017). <i>Introducción a los Negocios</i> (4ta. Ed.). México: CENGAGE Learning.		
Viphindartin, S., & Suryaning, B. (2021). <i>Economía Internacional</i> . Barcelona, España		
<b>Fecha de elaboración/actualización:</b> agosto 2023		

Diseño curricular Reforma 2.0, agosto 2020

**Nota:** en caso de que se requiera, las estrategias de aprendizaje-enseñanza y actividades evaluativas que se proponen podrían presentar variaciones que permitan su adaptación, de acuerdo a la realidad de cada grupo de estudiantes o escenarios de aprendizaje siempre que respondan al Modelo Educativo y cuenten con la aprobación del coordinador.