



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

PROGRAMA DE: ESTRATEGIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL		
CODIGO DE LA CARRERA 117	PLAN DE LA CARRERA 06X	CODIGO ASIGNATURA 1956/06X
AÑO 2º	CUATRIMESTRE 1º	VIGENCIA 2006
CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 1404/06		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 901/05 – 265/06

OBJETIVOS

Que los alumnos logren:

- Evaluar las formas, los mecanismos alternativos y las distintas estrategias que, deben y pueden ser utilizados o desarrollados los empresarios como instrumentos para desarrollar o mejorar la competitividad en términos internacionales para su inserción en el mercado internacional a fin de poder participar del negocio global, tanto exportando como compitiendo con productos y servicios importados en nuestro país.
- Saber como diseñar e implementar una estrategia de internacionalización empresarial
- Comprender las ventajas, costos y riesgos asociados a cada una de las estrategias estudiadas
- Despertar en los alumnos la inquietud para el estudio permanente de los escenarios de negocios internacionales con sus implicaciones locales e internacionales, mediante el análisis de los modelos, criterios y elementos utilizados en la conformación de los mismos.
- Incorporar las nociones socio-económicas, políticas y técnico-administrativas relacionadas con el comercio internacional que fueron incorporando a través de su plan de estudio
- Realizar el reconocimiento y la recolección de información de los distintos ámbitos relacionados con el comercio internacional en organismos, instituciones, entidades y/o empresas a través del análisis de casos reales o simulados, referidos a empresas que comercializan productos y/o servicios.

CONTENIDOS MINIMOS

Evaluar las formas y los mecanismos alternativos que, deben y pueden desarrollar los empresarios para su inserción en el mercado internacional a fin de poder participar del negocio global, tanto exportando como compitiendo con productos importados en nuestro país. Estrategia y estructura del Negocio Internacional, Organización del Negocio Internacional. Etapas del desarrollo internacional. Posibilidades y Desarrollo del plan de internacionalización. Dimensión estratégica del desarrollo internacional. Modo de entrada y alianzas estratégicas, exportación, transferencia de tecnología, inversión en el exterior, intercambio compensado, joint ventures, subcontratación internacional, franchising, etc. Métodos asociativos. Organizaciones vinculadas al comercio exterior. Criterios para adoptar una estrategia. Organización y Control

PROGRAMA ANALÍTICO

Unidad 1: Introducción. Conceptos Generales

- Introducción
- Determinantes de la internacionalización de las empresas.
- Intercambio global e Inversión
- Causas del Intercambio
- Causas de la Inversión directa extranjera
- Efectos de la Internacionalización de Empresas

Unidad 2: Teorías sobre la Internacionalización de Empresas

- Teorías sobre la Internacionalización de Empresas
- Teorías de Mercados Perfectos
- Teorías de Mercados Imperfectos
- Otras teorías sobre la Inversión Directa Extranjera

Unidad 3: Estrategias de internalización

- Ambito de la estrategia
- Externo
- Interno
- Proceso de internalización
- Plan de internalización
- Estrategias de entrada
- Formas organizativas posibles

Unidad 4: Instrumentos estratégicos

- Estrategias de Distribución
- Estrategia de Precio
- Estrategia de Producto
- Estrategia de Comunicación
- Estrategias de Organización y coordinación
- Diseños organizativos
- Enfoques estratégico de competencia internacional
- Estrategia de recursos humanos
- Aspectos culturales

Unidad 5: Análisis aplicado

- De la Industria
- De la estrategia de la empresa
- Evaluación de las estrategias

BIBLIOGRAFÍA

- ***Apuntes de Clases***
- ***“La internacionalización de la empresa”***. Jordi Cannals. Editorial Mc Graw Hill
- ***“Estrategia Internacional”***. José Carlos Jarillo – Jon Martínez Echezarraga. Editorial Mc Graw Hill.

Versiones digitales de apuntes y libros (Formato Pdf)

1.- Efectos de la globalización.

2.- Internalización de la Industria Hotelera española, RamonRodriguez.

- 3.- Distintos enfoques teóricos.
- 4.- Motivos que explican la Expansión
- 5.- Teoría de la Economía y Dirección de la Empresa Multinacional, Herrera.
- 6.- Estrategias de Internalización, Cortés
- 7.- La Internacionalización y la Globalización, Olamendi

METODOLOGIA

Se desarrollarán clases teóricas y teórico-prácticas, con participación activa y metódica del alumno.

APROBACIÓN DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

- Cumplimiento del 75% de asistencia
- Evaluaciones parciales según lo establecido en la planificación de la materia, presentada en su oportunidad por la cátedra y aprobada por el Departamento.

EVALUACIÓN FINAL: REGIMEN DE APROBACIÓN DE LA MATERIA

La evaluación final consistirá en un examen oral y/o escrito, que comprenda la totalidad de los contenidos, según el programa vigente de la materia.



ARNOLDO MUHRER
Director de Departamento



MARIANA ORTEGA
Secretaria Académica