	SILABO DE ASIGNATURA Y/O CURSO	
	Código: MI-DO-FO13	Versión: 01
	Aprobado: 18/01/2016	Página: 1 de 6

IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

PROGRAMA	Administración de Negocios Internacionales					
NOMBRE DE ASIGNATURA	Introducción a los Negocios Internacionales				SEMESTRE	01
CICLO DE FORMACIÓN	Fundamentación		ÁREA DE FORMACIÓN		Disciplinar	
CÓDIGO	ANI112		PRERREQUISITO		Ninguno	
CRÉDITOS	3		INTENSIDAD HORARIA		3	
MODALIDAD	Presencial		JORNADA		Diurna/Nocturna	
HABILITABLE	No		VALIDABLE		XXX	
TIPO	Teórico	X	Teórico Práctico		Práctico	
UNIDAD ACADÉMICA	Programa de Administración de Negocios Internacionales					

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

ASPECTOS ACADÉMICOS	PRESENTACIÓN	La asignatura **Introducción a los Negocios Internacionales** constituye el pilar fundamental para los estudiantes de primer semestre, proporcionando una visión panorámica y crítica de la dinámica económica global. En un entorno caracterizado por la interdependencia y la volatilidad, este curso que está dentro del ciclo de fundamentación explora las fuerzas políticas, sociales y tecnológicas que impulsan el intercambio transfronterizo. A través de un enfoque teórico, el estudiante comprenderá cómo las organizaciones trascienden las fronteras nacionales para competir en mercados globales. Se analizan desde los conceptos básicos de los Negocios Internacionales hasta las estrategias de entrada y los marcos regulatorios internacionales. La asignatura fomenta el desarrollo de un pensamiento estratégico y una sensibilidad intercultural, competencias esenciales para el administrador moderno. Al finalizar, el estudiante poseerá las bases conceptuales necesarias para interpretar los fenómenos de negocios internacionales, comerciales contemporáneos y su impacto en el desarrollo económico regional y nacional.
	JUSTIFICACIÓN	La globalización ha generado la necesidad de profesionales capaces de comprender los mercados internacionales. Esta asignatura permite al estudiante analizar el entorno económico global, comprender los negocios internacionales, el comercio exterior y aplicar conceptos básicos en escenarios internacionales, fortaleciendo su formación profesional en negocios internacionales. Estos aspectos son fundamentales para que el estudiante identifique las oportunidades y desafíos que presentan los acuerdos comerciales y la inversión extranjera.

COMPETENCIAS (Meso currículo)	**COMPETENCIAS PERSONALES**	SER	Asume una actitud crítica frente a los fenómenos económicos globales y el impacto de la globalización.
		SABER	Comprende los fundamentos los negocios y comercio internacional, la globalización y los actores del entorno económico global.
		SABER HACER	Aplica conceptos básicos de los Negocios y comercio internacional en el análisis de mercados y escenarios globales.
	COMPETENCIAS GENERALES	Desarrollar en el estudiante la capacidad de analizar el entorno económico internacional**,** comprendiendo los factores macroeconómicos, políticos y sociales que influyen en los mercados globales.	
	COMPETENCIAS ESPECIFICAS	Comprender los fundamentos los Negocios y el comercio internacional. Analizar los factores del entorno global. Aplicar estrategias básicas de internacionalización.	
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	**RA 1.** Identifica los fundamentos de Negocios Internacionales, comercio internacional y globalización		
	RA 2. Analiza el entorno económico internacional y sus actores.		
	RA 3. Aplica conceptos básicos en la evaluación de mercados internacionales.		

CONTENIDOS MÍNIMOS

1 **Fundamentos de los Negocios Internacionales y Entorno Global** RA 1	**1.1:** **La naturaleza de los negocios internacionales**	Definición de los negocios Internacionales. Historia y evolución de los negocios Internacionales. Importancia de los negocios Internacionales. Característica de los mercados globales. Internacionalización empresarial
	1.2: **El fenómeno de la globalización**	Definición de la globalización. Característica, ventajas y desafíos de la globalización económica Impacto de la globalización en las empresas Entorno financiero global Tendencias de los negocios Internacionales
	1.3: **Actores y los Negocios Internacionales**	Gobiernos y comercio internacional Sistemas políticos Sistemas económicos

		Sistemas legales, Organismos internacionales (CCI, OMC, OMA, FMI)
	1.4: **Cultura en los Negocios Internacionales**	Cultura en los negocios internacionales Comunicación intercultural Negociación internacional Ética y valores en los negocios internacionales Protocolos y responsabilidad global
2. **Teoría y Política Comercial** RA 2	**2.1:** **Teorías clásicas y modernas del comercio**	Concepto de comercio internacional Importaciones y exportaciones Ventaja absoluta Ventaja relativa El modelo de Heckscher-Ohlin.
	2.2: **Política comercial y el comercio exterior en Colombia**	Barreras arancelarias y no arancelarias Política comercial de Colombia Institucionalidad del comercio exterior de Colombia Aduanas y facilitación del comercio internacional
	2.3: **Integración económica regional**	Niveles de integración, bloques comerciales y tratados.
	2.4: **El Entorno Financiero Global**	El mercado de divisas y el sistema monetario internacional
3. **Estrategia y Operación Internacional** RA 3	**3.1:** **Estrategia en los negocios internacionales**	Expansión global y competitividad estratégica en los Negocios internacionales
	3.2: **Marketing y estrategias de internacionalización**	Marketing internacional Estrategias de ingreso a los mercados internacionales Exportación Licenciamiento, Franquicias
		Concepto de logística internacional

	3.3: Logística y operaciones internacionales	Cadena de suministro global Transporte internacional Distribución física internacional Almacenamiento en la logística internacional
	3.4: Selección y análisis de mercados internacionales	Análisis de empresas globales y simulación de negocios internacionales.

Los contenidos deben dar cuenta los contenidos conceptuales, actitudinales y procedimentales.

EVALUACIÓN

La evaluación es un proceso continuo cuyo objetivo principal es valorar las habilidades y destrezas adquiridas por los estudiantes. A lo largo del curso se aplicarán diversos instrumentos de evaluación orientados a obtener una valoración cuantitativa del desempeño académico de cada estudiante y del trabajo desarrollado durante el proceso formativo. No obstante, esta calificación no constituirá el único criterio para la aprobación del curso, ya que también se considerarán aspectos fundamentales para la formación integral, tales como la asistencia, participación en clase, responsabilidad, puntualidad, compromiso y respeto en el desarrollo de las actividades académicas.

Teniendo en cuenta, tanto las disposiciones internas (acuerdo pedagógico), como la libertad de catedra, se recomienda la siguiente distribución de evaluaciones:

EVALUACIÓN DEL CURSO				
Unidad	**Instrumento de Evaluación**	**Resultado de Aprendizaje**	**Porcentaje**	**Total %**
1	Taller, Quiz, Estudios de caso, Exposiciones, Líneas de tiempo, Paneles de discusión, Foros, sociodramas, entre otras actividades y estrategias de evaluación.	RA 1	10%	**30%**
	Evaluación final 1		20%	
2	Taller, Quiz, Estudios de caso, Exposiciones, Líneas de tiempo, Paneles de discusión, Foros, sociodramas, entre otras actividades y estrategias de evaluación.	RA 2	10%	**30%**
	Evaluación final 2		20%	
3	Taller, Quiz, Estudios de caso, Exposiciones, Líneas de tiempo, Paneles de discusión, Foros, sociodramas, entre otras actividades y estrategias de evaluación.	RA 3	15%	**40%**
	Evaluación final 3		25%	
TOTAL			**100%**	**100%**

BIBLIOGRAFÍA

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

LIBROS

TITULO	AUTOR(ES)	REFERENCIA	FUENTE
Negocios internacionales: Competencia en el mercado global	Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M.	Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2019). *Negocios internacionales: Competencia en el mercado global* (12.ª ed.). McGraw-Hill Education.	LIBRO
Casos de Negociación Internacional	Llamazares, O.	Llamazares, O. (2015). *Casos de negociación internacional*. Global Marketing Strategies.	LIBRO
Cómo negociar con éxito en 50 países	Llamazares, O.	Llamazares, O. (2018). *Cómo negociar con éxito en 50 países* (3.ª ed.). Global Marketing Strategies.	LIBRO
Estrategias de internacionalización de la empresa	García, Gloria	1ra edición, año 2012 Ediciones pirámide	LIBRO

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

LIBROS

TITULO	AUTOR(ES)	REFERENCIA	FUENTE
Negocios internacionales: Ambientes y operaciones	Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P	Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2018). *Negocios internacionales: Ambientes y operaciones* (16.ª ed.). Pearson Educación.	LIBRO
Negocios internacionales	Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A.	Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2019). *Negocios internacionales* (10.ª ed.). Cengage Learning.	LIBRO
International Business	Rugman, A. M., & Collinson, S.	Rugman, A. M., & Collinson, S. (2020).	LIBRO

		International Business (8th ed.). Pearson.	
Global Business Today	Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M.	Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2021). *Global Business Today* (12th ed.). McGraw-Hill Education.	LIBRO

OTROS (PÁGINAS WEB, ARTÍCULOS, REVISTAS, MEDIOS ÓPTICOS ETC.)

- **Organización Mundial del Comercio (OMC):** https://www.wto.org - Repositorio oficial de estadísticas de comercio mundial y acuerdos internacionales.
- **Banco Mundial - Datos sobre Comercio Exterior:** https://datos.bancomundial.org - Indicadores de desarrollo económico y flujos de inversión extranjera directa (IED)
- **Harvard Business Review:** https://hbr.org - Análisis de casos de estudio sobre competitividad estratégica y globalización.
- **Portales de Inteligencia de Mercados (como Trademap):** https://www.trademap.org - Herramienta estadística para el análisis de flujos comerciales entre países.
- **Fondo Monetario Internacional (FMI):** https://www.imf.org - Fuente principal para el estudio del Sistema Monetario Internacional y tipos de cambio.

ESTADO LEGAL INTERNO Y CONTROL DE SEGUIMIENTO/CAMBIOS DE LA ASIGNATURA

ELABORACIÓN			
ELABORARON		**REVISARON**	
FECHA		**FECHA**	
ACTA DE COMITÉ CURRICULAR DE UNIDAD ACADÉMICA			

REVISIONES/CAMBOS

AUTOR	FECHA

CONTROL DE CAMBIOS

Fecha	Versión	Descripción