

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DEL PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Unidad Académica: Facultad de Contaduría y Administración

Plan de Estudios: Licenciatura en Negocios Internacionales

Área de Conocimiento: Ciencias Sociales

Fecha de aprobación del plan de estudios por el H. Consejo Universitario: 30 de agosto de 2017.

Perfil Profesional:

El Licenciado en Negocios Internacionales será experto en gestionar y promover organizaciones y negocios que compitan en el mercado global a través de la integración multicultural de equipos de trabajo, así como del diseño e instrumentación de estrategias y modelos administrativos que respondan ante un contexto económico internacional cambiante y complejo.

Para ello, el profesional contará con los conocimientos, las habilidades, las actitudes y la visión interdisciplinaria necesarios para interactuar con diferentes agentes económicos y desempeñarse en el mercado laboral con un enfoque ético y de responsabilidad social.

El profesional de esta licenciatura tendrá una sólida formación en administración y negocios, economía y asuntos globales. Los campos de conocimiento considerados en esta licenciatura proporcionarán a los egresados una visión estratégica de los negocios en el siglo XXI. Además, el egresado tendrá la capacidad para alcanzar los objetivos y las metas organizacionales, proponer estrategias y modelos de negocios, así como aportar soluciones a problemas específicos de las empresas que participan en el mercado global.

El campo de desarrollo profesional para los egresados de esta licenciatura es amplio y diverso. Preferentemente, el egresado podrá prestar sus servicios en el sector privado, en empresas vinculadas al mercado global o con posibilidades para incorporarse a éste. También podrá desempeñarse profesionalmente en el sector público, en organismos de la administración pública federal, estatal o municipal que atiendan asuntos económicos y/o financieros que incidan en los negocios internacionales.

Otro campo de desarrollo profesional incluye a organismos internacionales cuya labor está relacionada con el funcionamiento de los negocios en escala global; finalmente, el egresado de esta licenciatura se podrá desempeñar también como consultor para la promoción y gestión de negocios internacionales.

Sector Privado

Empresas transnacionales de diversos ramos:

- Industria Aeroespacial
- Industria de Telecomunicaciones
- Industria Farmacéutica
- Industria Médica
- Industria Textil
- Industria Automotriz
- Industria Energética
- Minería y Metales
- Tecnología
- Ingeniería y Construcción
- Agroindustria
- Productos de consumo
- Entretenimiento y medios
- Transporte y logística
- Servicios Financieros
- Servicios no Financieros
- Turismo

Sector Público

Dependencias gubernamentales

- Secretaría de Economía
- Secretaría de Relaciones Exteriores
- Secretaría de Turismo
- Secretaría de Energía
- Banco Nacional de Comercio Exterior
- Nacional Financiera
 - Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo
 - Pro México

Instituciones Académicas

- Universidades e instituciones de educación superior.
- Centros de investigación y docencia.

Organismos Internacionales

- Organización Mundial del Comercio (OMC)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)
- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Otros campos

- Independiente. Como asesor, consultor y negociador en el ámbito empresarial.

Requisitos de Ingreso:

La Licenciatura en Negocios Internacionales es de ingreso indirecto. Sin embargo, para ingresar a ella es necesario que los estudiantes cumplan con los requisitos establecidos en

los artículos 2º, 4º y 8º del Reglamento General de Inscripciones de la UNAM vigente, que a la letra dicen:

Artículo 2o.- Para ingresar a la Universidad es indispensable:

- a) Solicitar la inscripción de acuerdo con los instructivos que se establezcan;
- b) Haber obtenido en el ciclo de estudios inmediato anterior un promedio mínimo de siete o su equivalente;
- c) Ser aceptado mediante concurso de selección, que comprenderá una prueba escrita y que deberá realizarse dentro de los periodos que al efecto se señalen.

Artículo 4o.- Para ingresar al nivel de licenciatura el antecedente académico indispensable es el bachillerato, cumpliendo con lo prescrito en el artículo 8o. de este reglamento.

Para efectos de revalidación o reconocimiento, la Comisión de Incorporación y Revalidación de Estudios del Consejo Universitario determinará los requisitos mínimos que deberán reunir los planes y programas de estudio de bachillerato. La Dirección General de Incorporación y Revalidación de Estudios publicará los instructivos correspondientes.

Artículo 8o.- Una vez establecido el cupo para cada carrera o plantel y la oferta de ingreso establecida para el concurso de selección, los aspirantes serán seleccionados según el siguiente orden:

- a) Alumnos egresados de la Escuela Nacional Preparatoria y del Colegio de Ciencias y Humanidades que hayan concluido sus estudios en un máximo de cuatro años, contados a partir de su ingreso, con un promedio mínimo de siete.
- b) Aspirantes con promedio mínimo de siete en el ciclo de bachillerato, seleccionados en el concurso correspondiente, a quienes se asignará carrera y plantel, de acuerdo con la calificación que hayan obtenido en el concurso y hasta el límite del cupo establecido.

En cualquier caso, se mantendrá una oferta de ingreso a egresados de bachilleratos externos a la UNAM.

Asimismo, los aspirantes que estén interesados en cursar la LNI deberán ingresar a la licenciatura en Contaduría o en Administración, de la Facultad de Contaduría y Administración, solicitar a la Administración Escolar su cambio y acreditar el examen de selección que les aplicará el área académica de la FCA en la semana previa al inicio del primer semestre de estudios. En caso de que el alumno no apruebe el examen de selección, podrá continuar con sus estudios en Contaduría o Administración.

Requisitos extracurriculares y prerrequisitos

Con el objetivo de contribuir a su formación integral, los estudiantes deberán cubrir, preferentemente durante la primera mitad de sus estudios, la acreditación, de su participación en alguno o varios de los siguientes programas de actividades ofrecidos por la Secretaría de Relaciones y Extensión Universitaria de la Facultad de Contaduría y Administración: a) actividades deportivas, b) actividades culturales, c) actividades de apoyo comunitario. Dicha Secretaría se encargará del registro de estas actividades en las que de

forma extracurricular participe cada estudiante hasta completar la acreditación total, así como de expedir la constancia correspondiente.

Duración de la licenciatura: 8 semestres

Valor en créditos del plan de estudios:

Total: 327(*)

Obligatorios: 267

Optativos: 60

Seriación: Indicativa

Organización del Plan de Estudios:

La licenciatura en Negocios Internacionales está estructurada en tres etapas de formación: la de conocimientos fundamentales, la intermedia y la de profundización.

Los campos de conocimiento que integran el plan de estudios son:

- Administración y negocios
- Economía
- Asuntos globales
- TIC y Métodos Cuantitativos
- Ética y sociología
- Lengua Extranjera

En el plan de estudios se propone vincular estrechamente los campos de conocimiento antes mencionados. En el caso de los campos de administración y negocios, y economía, éstos permitirán a los alumnos comprender los aspectos conceptuales necesarios para el análisis de los agentes económicos –consumidores, empresas y gobierno. En tanto que los conocimientos en asuntos globales les servirán para entender diferentes contextos en los que se desenvuelven los negocios en el mercado global.

El estudio de TIC y métodos cuantitativos permitirá a los alumnos desarrollar sus capacidades de razonamiento lógico-abstracto para abordar temas de negocios de mayor complejidad matemática, que vinculados con el desarrollo tecnológico le facultará para la toma de decisiones con un menor nivel de incertidumbre. Adicionalmente, se incorporan conocimientos en Ética y Sociología, con el fin de desarrollar en los estudiantes un pensamiento crítico, analítico y social que contribuya a que su toma de decisiones en entornos complejos se funde en una visión de mayor alcance y sustento.

Paralelamente al estudio y la profundización en los campos de conocimiento antes mencionados, los alumnos desarrollarán habilidades cognitivas específicas para fortalecer su formación académica, a través de las prácticas y estrategias educativas que los profesores implementen y que se irán haciendo más complejos y perfeccionando a lo largo de toda la

licenciatura. En las tres etapas del plan de estudios, los alumnos desarrollarán habilidades para la solución de problemas, así como de pensamiento crítico.

En la etapa de conocimientos fundamentales, se promueve el aprendizaje colaborativo, la argumentación y toma de decisiones y el método de casos. De esta forma se busca que los alumnos además de aprender los conocimientos más relevantes, desarrollen una fuerte motivación para seguir avanzando en su formación profesional.

En la etapa intermedia, los alumnos deberán cursar asignaturas obligatorias y asignaturas optativas.

Asimismo, en el sexto semestre deberán realizar una **Estancia de Prácticas Profesionales (EPP)** en empresas multinacionales u organizaciones públicas, privadas o del sector social en las que las relaciones internacionales sean importantes y con las que la UNAM haya establecido algún convenio para tal fin. En la EPP los alumnos realizarán actividades académicas que se llevarán a cabo en escenarios reales bajo la tutoría de expertos en cada tema (tanto de la Universidad como de la empresa u organización elegida).

Los principales objetivos de la EPP son los siguientes:

- a) Que los alumnos conozcan a profundidad las necesidades de las empresas multinacionales u organizaciones en las que realicen las prácticas.
- b) Que los alumnos tengan la posibilidad de aplicar los conocimientos adquiridos del primer al quinto semestres, y desarrollar nuevas capacidades que serán necesarias en su futuro desempeño laboral y personal.
- c) Que se incrementen las relaciones interinstitucionales de la Universidad con diferentes entidades para fortalecer la proyección nacional e internacional de la misma.
- d) Propiciar la creación de redes de cooperación académica en negocios internacionales, en las que los docentes, investigadores, alumnos y tutores (de la misma Universidad y de las instancias privadas y públicas) compartan información y conocimiento sobre temas de interés para el *Observatorio Universitario de Negocios Internacionales (OUNI)*, que se creará *ex profeso*.

En la etapa de profundización, los alumnos podrán elegir asignaturas optativas de los campos de conocimiento de administración y negocios y asuntos globales, todas con un enfoque interdisciplinario. Es ampliamente recomendable que las asignaturas optativas en administración y negocios incluyan la estrategia didáctica del aprendizaje orientado a proyectos. Mientras que las optativas en asuntos globales se enseñen a partir del método de casos.

En las etapas intermedia y de profundización se ofrecerá cada semestre un Seminario de Negocios Internacionales, donde especialistas del más alto nivel presentarán y debatirán temas de actualidad que tengan una repercusión en el quehacer empresarial. En esta actividad, se propiciará la interacción entre especialistas y alumnos, donde éstos últimos puedan contrastar lo aprendido con situaciones reales. Asimismo, un objetivo particular de este seminario consiste en desarrollar en los alumnos un pensamiento crítico, que implica no

solamente pensar, sino también cuestionar, reflexionar y evaluar la información disponible para tomar decisiones.

Los Seminarios de Negocios Internacionales son de carácter obligatorio. Los profesores titulares de estos seminarios darán un marco general sobre las temáticas programadas e invitarán a expertos para profundizar en las mismas; asimismo, proporcionarán materiales de lectura a los alumnos para preparar las sesiones. Los seminarios se programarán una vez a la semana en sesiones de 3 horas. Los profesores encargados del seminario dirigirán la sesión y fungirán como moderadores. La dinámica de los seminarios es la siguiente: en la primera parte de la sesión, los expertos dictarán una conferencia, en tanto que, en la segunda parte, los alumnos podrán interactuar con el experto invitado, haciendo preguntas sobre los temas presentados.

El objetivo principal de los seminarios es que los alumnos conozcan desde diferentes ópticas el panorama global de los negocios internacionales para que puedan, a través del debate y argumentación, elaborar sus propios juicios e interpretaciones de los temas abordados. Lo que contribuirá de manera significativa a consolidar sus capacidades de pensamiento reflexivo y crítico, tan necesarios en un estratega en esta área de conocimiento.

Optativas. En el quinto, séptimo y octavo semestres de la licenciatura en Negocios Internacionales, el alumno seleccionará las diez asignaturas optativas que deberá cubrir: cinco corresponderán al campo de conocimiento de Administración y Negocios; y cinco, al campo de conocimiento de Asuntos Globales.

Lengua extranjera. En los ocho semestres que comprende el plan de estudios de la LNI, los alumnos irán desarrollando y perfeccionando sus conocimientos del idioma inglés hasta alcanzar el nivel avanzado que exige el perfil de egreso; o bien, cursar alguna otra lengua extranjera de libre elección, en caso de haber acreditado el nivel requerido de inglés.

Tutoría. Dada las características interdisciplinarias de este plan de estudios y la metodología de formación que se plantea, es indispensable contar con la figura del docente-tutor, el cual brinde desde el primer semestre un acompañamiento académico al alumno con la finalidad de que pueda orientarlo de manera permanente, eficaz y pertinente en los aspectos didácticos que el alumno necesite. Ejemplos de las actividades en las que será necesaria su participación es en la clarificación y planificación de sus metas y estudios, una adecuada selección de asignaturas optativas, así como en la elección de la empresa donde pueda realizar una estancia de prácticas profesionales.

Dado que los alumnos de la LNI podrán cursar el 5° y 6° semestres en alguna universidad extranjera y realizarán una estancia de prácticas profesionales en empresas u organizaciones que participan en el comercio internacional, el acceso a esta licenciatura será indirecto.

Requisitos para la titulación:

Para obtener el título profesional, el alumno deberá cumplir con lo señalado en el plan de estudios, así como en los Reglamentos General de Estudios Universitarios (RGEU), General

de Servicio Social y General de Exámenes de la Universidad Nacional Autónoma de México, que instituyen lo siguiente:

- Haber aprobado el 100% de los créditos que se establecen en el plan de estudios y el número total de asignaturas obligatorias y optativas (Artículos 68 y 69 del RGEU).
- Tener acreditado el Servicio Social (Artículo 68 del RGEU, el cual refiere a la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional y su Reglamento, al Reglamento General de Servicio Social de la Universidad y al reglamento específico que, sobre la materia, apruebe el consejo técnico o el comité académico que corresponda), que obtendrá una vez que haya cubierto al menos 480 horas de servicio social. Podrá iniciarse al tener como mínimo el 70% de los créditos aprobados.
- Acreditación de la participación en los programas de actividades deportivas, culturales y/o de apoyo comunitario.

El procedimiento para la titulación se sujetará a las condiciones establecidas por el Reglamento General de Exámenes de la UNAM y a lo dispuesto por el Consejo Técnico de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA); las modalidades de titulación que se proponen para este plan son las mismas que ya están implementadas en las otras licenciaturas que se imparten en la Facultad con la finalidad de aprovechar la infraestructura y recursos académicos con los que ya se cuentan y que al mismo tiempo facilitan la obtención del grado correspondiente.

De acuerdo con lo dispuesto por el Reglamento General de Exámenes, el alumno deberá cubrir alguna de las opciones de titulación permitidas por la UNAM y aprobadas por el Consejo Técnico de la FCA. Estas opciones se encuentran señaladas en el artículo 20 apartado A de la legislación de referencia. Las opciones de titulación propuestas para este plan de estudios son diez:

- a) Seminario.
- b) Estudios en el extranjero.
- c) Diplomado presencial y en línea.
- d) Diseño de un sistema.
- e) Tesis.
- f) Alto nivel académico.
- g) Examen general de conocimientos.
- h) Especialización.
- i) Servicio social.
- j) Ampliación de conocimientos Interfacultades.

Opciones de titulación y sus características

Se entiende por examen profesional la evaluación que se le aplicará al alumno una vez concluidos sus créditos. Mediante dicha evaluación, el alumno dará muestra ante los jurados asignados de que posee el conocimiento suficiente de la licenciatura, además de su capacidad y criterio para su desempeño profesional.

Los exámenes profesionales en la Facultad constan de dos etapas que deberán aprobarse consecutivamente en forma obligatoria: en primer término una prueba escrita que el alumno deberá elegir de entre las opciones de titulación que presenta la Facultad y después una

prueba oral, que sólo podrá sustentarse después de haber aprobado la escrita y que será presentada en una ceremonia solemne ante un jurado compuesto por tres sinodales titulares y dos suplentes. Sólo cumpliendo con este examen el alumno de la Facultad de Contaduría y Administración podrá obtener su título profesional.

La Facultad ha estado consciente de la necesidad de que los alumnos agilicen su titulación, por lo que ha implementado diez formas diferentes de realizar la prueba escrita del examen profesional para que todos puedan cumplir con este requisito a la mayor brevedad posible, dependiendo de sus circunstancias particulares. Se pretende que cada una de estas modalidades pueda tener una serie de mecanismos administrativos que permitan que el alumno pueda tramitar su examen oral al concluir sus créditos.

Estos mecanismos deberán ser implementados a partir de cada una de las opciones de la prueba escrita del examen de titulación, ya que las condiciones para cursar cada una de ellas es diferente, por lo que resulta imperativo como primer elemento que el alumno conozca desde el principio de sus estudios en qué consiste cada una y tenga elementos para que a través de la licenciatura pueda definirse por la que más le convenga.

Asimismo, se dispone del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FCA, aprobado por el H. Consejo Técnico el 21 de abril de 2010; que se encuentra también disponible en la página de Internet de la Facultad, y cuyo contenido se refiere a las normatividades, requisitos, procedimientos y particularidades aplicables a todas las opciones de titulación vigentes en la misma y que se incluye en el Anexo 2, de este documento.

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

PRIMER SEMESTRE

***CL. CR. NOMBRE DE LA ASIGNATURA**

- 1170 08 Administración
- 1171 08 Asuntos Internacionales I
- 1172 08 Contabilidad y Administración Financiera
- 1173 07 Economía I
- 1174 06 Ética I
- 1175 07 Inglés (1° semestre)
- 1176 07 Matemáticas

SEGUNDO SEMESTRE

- 1218 06 Asuntos Internacionales II
- 1219 06 Comportamiento Organizacional
- 1220 07 Economía II
- 1221 07 Estadística
- 1222 06 Estados y Mercados
- 1223 06 Ética II
- 1224 07 Inglés (2° semestre)

TERCER SEMESTRE

- 1323 06 Derecho Corporativo
- 1324 07 Inglés (3° semestre)
- 1325 06 Innovación y Tecnología
- 1326 06 Mercadotecnia
- 1327 06 Métodos de Investigación Organizacional
- 1328 08 Microeconomía
- 1329 06 Sociología del Trabajo

CUARTO SEMESTRE

- 1447 08 Administración de Proyectos
- 1448 06 Derecho Internacional
- 1449 07 Economía Aplicada
- 1468 07 Inglés (4° semestre)
- 1469 06 Responsabilidad Social y Sustentabilidad
- 1470 06 TIC en la Gestión Empresarial
- 1471 06 Trabajos Organizaciones y Sociedad

QUINTO SEMESTRE

- 1524 08 Administración Estratégica Internacional
- 1525 07 Inglés (5° semestre)
- 1548 08 Plan de Negocios
- 1549 03 Seminario Negocios Internacionales
Optativa A
Optativa B

SEXTO SEMESTRE

- 1646 26 Estancia de Prácticas Profesionales
- 1647 07 Inglés (6° semestre)
- 1648 08 Seminario Negocios Internacionales II

SÉPTIMO SEMESTRE

- 1748 07 Inglés (7° semestre)
- 1749 03 Seminario Negocios Internacionales III
Optativa A
Optativa A
Optativa B
Optativa B

OCTAVO SEMESTRE

- 1827 07 Inglés (8° semestre)
- 1828 03 Seminario Negocios Internacionales IV
Optativa A

Optativa A
Optativa B
Optativa B

ASIGNATURAS OPTATIVAS DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

0414 06 Administración de Inversiones
0415 06 Administración de los Recursos Humanos en el Ámbito Internacional
0416 06 Administración de ventas
0417 06 Cambio Organizacional
0418 06 Comercio Internacional
0419 06 Comportamiento del Consumidor
0420 06 Economía Internacional
0421 06 Efectos Fiscales de las Operaciones Internacionales
0422 06 Finanzas Corporativas
0423 06 Finanzas Internacionales
0424 06 Gerencia de Producto
0425 06 Gobierno y Negocios
0426 06 Impuestos al Comercio Exterior y Tratados de Libre Comercio
0427 06 Liderazgo Teoría y Practica
0428 06 Mercadotecnia Internacional
0429 06 Organización Industrial
0430 06 Psicología del Emprendimiento
0431 06 Psicología Social de los Mercados Financieros
0432 06 Publicidad
0433 06 Sistema Financiero Internacional
0434 06 Sistemas de Información Mercadológica
0435 06 Técnica de Negociación Empresarial

ASIGNATURAS OPTATIVAS DE ASUNTOS GLOBALES

0436 06 Globalización y Empleo
0437 06 Gobierno, Gestión de Energía y Recursos Nacionales
0438 06 Mercados Emergentes
0439 06 Migración y Desarrollo
0440 06 Movimientos Sociales y Sociedad Civil en Mercados Emergentes
0441 06 Política Económica en América del Norte
0442 06 Política Económica en América Latina y el Caribe

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA DE LAS ASIGNATURAS

0414 06 ADMINISTRACIÓN DE INVERSIONES

El alumno analizará las inversiones en instrumentos financieros, tanto de renta variable como de deuda, para una correcta implementación de estrategias de inversión óptimas por parte de

los inversionistas privados e institucionales, así como una adecuada administración de portafolios de inversión para el cumplimiento de los objetivos del inversionista.

0415 06 ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN EL AMBITO INTERNACIONAL

El alumno comprenderá las prácticas de la gestión internacional de la administración de los recursos humanos.

0416 06 ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

El alumno identificará la importancia de las ventas en el desarrollo de una empresa; conocerá y aplicará técnicas que le permitirán administrar dichas ventas de manera eficiente; y diseñará estrategias que apoyen un plan de mercadotecnia internacional.

0417 06 CAMBIO ORGANIZACIONAL

El alumno comprenderá la importancia de la gestión del cambio para generar un aprendizaje organizacional que facilite la mejora de los procesos y la adecuada consecución de los objetivos de la organización en un entorno globalizado.

0418 06 COMERCIO INTERNACIONAL

El alumno analizará los fundamentos teóricos del comercio internacional, las tendencias recientes en la economía global y su impacto en las organizaciones.

0419 06 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El alumno comprenderá y aplicará las herramientas básicas de análisis de los hábitos, costumbres, necesidades y expectativas del consumidor dentro del contexto familiar, organizacional, institucional, psicosocial y cultural del lugar en donde se desenvuelve, para identificar y evaluar las características de los bienes y servicios que generan motivación o rechazo.

0420 06 ECONOMÍA INTERNACIONAL

El alumno analizará los fundamentos teóricos de la economía internacional, las tendencias recientes en política económica internacional y su impacto en las organizaciones.

0421 06 EFECTOS FISCALES DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES

El alumno analizará los aspectos generales de las principales operaciones internacionales que realizan personas físicas y morales residentes en México, así como residentes en el extranjero con operaciones en México, haciendo especial énfasis en los tratados para evitar la doble tributación y su aplicación práctica.

0422 06 FINANZAS CORPORATIVAS

El alumno utilizará todas las herramientas para llevar a cabo un análisis de la situación financiera y de la rentabilidad de la empresa, así como de las necesidades de financiamiento en un contexto globalizado.

0423 06 FINANZAS INTERNACIONALES

El alumno aplicará las técnicas, métodos e instrumentos para operar las relaciones financieras internacionales de las empresas y demás organizaciones.

0424 06 GERENCIA DE PRODUCTO

El alumno comprenderá las funciones de un gerente de producto y será capaz de utilizar diversas técnicas de investigación de mercados, diagnóstico, desarrollo de estrategias y organización para lograr la calidad en el proceso y desarrollo de nuevos productos y servicios, así como la adecuada dirección de su área de responsabilidad.

0425 06 GOBIERNO Y NEGOCIOS

El alumno comprenderá la función de gobierno y su interacción con los sectores público y privado en el marco de la igualdad de oportunidades y la calidad de vida en las organizaciones.

0426 06 IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR Y TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

Analizará los aspectos fiscales del comercio exterior que le permitan identificar las alternativas legales existentes para optimizar el pago fiscal-aduanero y administrar adecuadamente las contribuciones que se derivan de las importaciones y exportaciones de mercancías.

0427 06 LIDERAZGO: TEORÍA Y PRÁCTICA

El alumno analizará críticamente los fundamentos teóricos del liderazgo que le permitan comprenderlo en diferentes contextos y actividades organizacionales.

0428 06 MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

El alumno identificará la importancia de la mercadotecnia en los negocios internacionales, así como los retos que representa la obtención de información y la definición de una adecuada mezcla de mercadotecnia para proyectos internacionales. Se ejercitará en el desarrollo de un plan de mercadotecnia para proyectos de comercialización internacional en el que considere los requisitos de introducción y operación internacional para bienes y servicios.

0429 06 ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

El alumno comprenderá los conceptos relativos a los fundamentos de la empresa y la coordinación de mercados para entender su importancia y aplicación en mercados, industrias y empresas concretas.

0430 06 PSICOLOGÍA DEL EMPRENDIMIENTO

El alumno analizará los fundamentos teóricos de la psicología del emprendimiento y la innovación. Asimismo, explicará el emprendimiento como un fenómeno multinivel y multidimensional, el pensamiento empresarial y la innovación en las grandes organizaciones, así como el papel del emprendimiento social en la sociedad actual; incorporando para su explicación diversas perspectivas teóricas.

0431 06 PSICOLOGÍA SOCIAL DE LOS MERCADOS FINANCIEROS

El alumno profundizará en el estudio de la toma de decisiones de los agentes económicos que participan en los mercados financieros, esto con la finalidad de integrar a su análisis tanto la parte económica como la parte psicológica.

0432 06 PUBLICIDAD

El alumno reconocerá la importancia de una adecuada campaña publicitaria a nivel internacional y diseñará una para productos y servicios que compitan en los mercados globales con su respectiva propuesta de evaluación.

0433 06 SISTEMA FINANCIERO INTERNACIONAL

El alumno comprenderá la estructura del Sistema Financiero Internacional y los mercados financieros internacionales que lo integran, así como las instituciones participantes. Asimismo, analizará los instrumentos financieros más usados en los mercados internacionales.

0434 06 SISTEMAS DE INFORMACIÓN MERCADOLÓGICA

Que el alumno comprenda los componentes básicos del sistema de información de mercadotecnia y los procesos fundamentales para su desarrollo, así como la forma de utilizarlos para mejorar el proceso de toma de decisiones a nivel internacional.

0435 06 TÉCNICA DE NEGOCIACIÓN EMPRESARIAL

Al finalizar el curso, el alumno aplicará los componentes fundamentales de la negociación, sus bases teóricas, su desarrollo estratégico y las diversas técnicas desarrolladas en el ambiente empresarial. También será capaz de implantar las técnicas de negociación, para la maximización de oportunidades mediante el aprovechamiento de conflictos, deficiencias y fortalezas, tanto a nivel individual, como en grupos y equipos de trabajo.

0436 06 GLOBALIZACIÓN Y EMPLEO

El alumno analizará el empleo en las economías modernas y su desempeño ante el fenómeno de la globalización con el fin de profundizar en aspectos de equidad y eficiencia en el mercado laboral.

0437 06 GOBIERNO, GESTIÓN DE ENERGÍA Y RECURSOS NATURALES

El alumno profundizará en el estudio de la gestión de la energía y los recursos naturales a través de la revisión de literatura especializada y de casos empíricos que le permitan evaluar la factibilidad de los negocios incluyendo variables ambientales con el fin de contribuir al desarrollo sustentable.

0438 06 MERCADOS EMERGENTES

El alumno profundizará en el estudio de las características económicas, políticas, sociales e institucionales de las economías emergentes con el fin de identificar áreas de negocio que contribuyan a su desarrollo económico.

0439 06 MIGRACIÓN Y DESARROLLO

El alumno fundamentará el fenómeno migratorio como un asunto global y complejo con efectos económicos y sociales con el fin de identificar los retos, desafíos y perspectivas vinculados a los negocios.

0440 06 MOVIMIENTOS SOCIALES Y SOCIEDAD CIVIL EN MERCADOS EMERGENTES

El alumno profundizará en el estudio de los movimientos sociales y la participación de la sociedad civil en mercados emergentes para tener una mejor comprensión de su impacto en el contexto económico, político, social y cultural.

0441 06 POLÍTICA ECONOMICA EN AMÉRICA DEL NORTE

El alumno analizará de forma reflexiva la política económica en América del Norte con la finalidad de tener un mejor entendimiento de la región y su relación con el mundo.

0442 06 POLITICA ECONOMICA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

El alumno analizará de forma reflexiva la política económica en América Latina y el Caribe para tener un mejor entendimiento de la región y su relación con el mundo.

1170 08 ADMINISTRACIÓN

El alumno comprenderá la importancia de la administración en su formación profesional como licenciado en Negocios Internacionales, así como los conceptos, teorías, funciones administrativas y su relación con las áreas funcionales en un contexto ético y con responsabilidad social.

1171 06 ASUNTOS INTERNACIONALES I

El alumno analizará de forma reflexiva en qué ha consistido el proceso de transición hacia una economía global más integrada e interdependiente con la finalidad de conocer sus efectos en el ámbito de los negocios internacionales.

1172 08 CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

El alumno comprenderá el procedimiento contable y la elaboración, análisis e interpretación de la información financiera conforme a la normatividad contable internacional.

1173 07 ECONOMÍA I

El alumno evaluará las elecciones que realizan los individuos, los hogares y las empresas y la forma en que interactúan en los mercados para comprender cómo funciona la economía.

1174 06 ÉTICA I

El alumno profundizará en el debate filosófico a través de temas como la condición humana, las pasiones y los intereses, los valores, las virtudes y la moral, el bien común y la felicidad, a fin de tener una mejor comprensión de los retos y desafíos éticos que enfrentan los individuos en las sociedades contemporáneas.

1175 07 INGLÉS (1° SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante incluyendo las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto. Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Este curso tiene como objetivo revisar todos los aspectos de la formación de preguntas, el uso de verbos auxiliares, el presente perfecto simple y continuo, el uso de adjetivos como sustantivos y orden adjetivo, tiempos narrativos, pasados perfectos continuos, el uso de tal o cual. Eso, adverbios y frases adverbiales, futuros perfectos y futuros continuos, cero y primeros condicionales, cláusulas de tiempo futuro, condicionales irreal y estructuras después de deseo.

1176 07 MATEMÁTICAS

El alumno dominará los fundamentos del análisis matemático, la teoría de conjuntos, sistemas de ecuaciones lineales, álgebra matricial y cálculo diferencial que se requieren para profundizar en temas de mayor complejidad en las áreas de Administración y Economía.

1218 06 ASUNTOS INTERNACIONALES II

El alumno profundizará en los fundamentos conceptuales y empíricos que le permitan adentrarse en el debate actual en torno a la globalización y sus desafíos para la mejor definición de estrategias comerciales y productivas de empresas que participan en la economía global.

1219 06 COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

El alumno identificará los problemas del comportamiento humano sobre la vida, estructura y procesos organizacionales. Asimismo, reconocerá los principios teóricos que fundamentan dichos comportamientos y aprenderá a aplicarlos en su desempeño laboral para contribuir a la efectiva gestión de las organizaciones y a generar calidad de vida a su interior.

1220 07 ECONOMIA II

El alumno explicará los conceptos, los modelos y la formalización elemental de las fuerzas que influyen en los agregados económicos para relacionarlos de forma teórica y práctica con los negocios internacionales.

1221 07 ESTADÍSTICA

El alumno dominará los conceptos básicos de la estadística descriptiva e inferencial que le permitan analizar situaciones de mayor complejidad que se requieren en el estudio de Administración y Economía.

1222 06 ESTADOS Y MERCADOS

El alumno profundizará sobre el papel que juega el Estado en las economías modernas para comprender sus implicaciones en el ámbito de los negocios internacionales y en el bienestar económico.

1223 06 ÉTICA II

El alumno analizará de forma reflexiva las formas en que se crea y desarrolla una cultura ética en los negocios contemporáneos –que enfrentan problemas creados a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías, el deterioro ambiental y el nuevo orden económico mundial– con el fin de promover comportamientos que respondan a principios y valores éticos.

1224 07 INGLÉS (2º SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante con las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto. Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Este ensayo tiene como objetivo revisar todos los pasos de la formación de preguntas, el uso de verbos auxiliares, el presente perfecto simple y continuo, el uso de adjetivos como sustantivos y orden adjetivo, los tiempos narrativos, los pasados perfectos continuos, el uso de tal o cual Eso, adverbios y frases adverbiales, futuros perfectos y futuros continuos, cero y primeros condicionales, cláusulas de futuro, condicionales irreal y estructuras después de deseo.

1323 06 DERECHO CORPORATIVO

El alumno comprenderá los procesos legales necesarios para constituir una empresa; los principales derechos, obligaciones y responsabilidades que este acto implica con relación al régimen fiscal empresarial; así como los medios de defensa a los que puede recurrir para atender los actos de la Administración Pública Federal.

1324 07 INGLÉS (3º SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante incluyendo las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto. Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Este curso tiene como objetivo revisar todos los marcadores del discurso, los diferentes usos del lenguaje, los pronombres, las formas pasadas, los diferentes significados de get, el uso de marcadores de discurso, la especulación y la deducción, añadiendo énfasis, distanciamiento y usos especiales del pasado.

1325 06 INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

El alumno adquirirá los conocimientos que le permitan administrar estratégicamente la tecnología y la innovación en una organización para obtener ventajas competitivas.

1326 06 MERCADOTECNIA

El alumno comprenderá los conceptos fundamentales de la mercadotecnia, su clasificación, utilidad, objetivos y el marco legal básico en el que se desenvuelve, así como su relación con los negocios internacionales y la forma en que los componentes de la mezcla mercadológica se integran en una estrategia empresarial.

1327 06 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN ORGANIZACIONAL

El alumno comprenderá las técnicas fundamentales de la investigación cualitativa y cuantitativa para aplicarlas tanto en el análisis de las organizaciones, de su cultura y de sus unidades de trabajo como en investigaciones académicas. Asimismo, desarrollará habilidades de investigación y análisis que le permitan plantear problemas y probar soluciones, a través de la experiencia práctica y de la comprensión de la importancia de la objetividad y la seriedad metodológica empleada.

1328 08 MICROECONOMÍA

El alumno analizará los fundamentos de la teoría microeconómica con el fin de contar con las herramientas necesarias para profundizar sobre el funcionamiento de los mercados así como sus implicaciones cuando éstos fallan.

1329 06 SOCIOLOGÍA DEL TRABAJO

A partir de una visión histórica de la sociología, el alumno conocerá la dinámica social y su influencia en el trabajo, y comprenderá mejor el comportamiento de las personas o grupos sociales en las organizaciones para que sea capaz de mantener o crear organizaciones saludables, a través del análisis y evaluación de las características de los entornos laborales, en especial del mexicano.

1447 08 ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

El alumno analizará las herramientas para administrar un proyecto de negocios de forma eficiente, que le permita a la organización promotora o a una nueva organización alcanzar

sus objetivos en un tiempo determinado, tomando en consideración los recursos financieros, humanos y técnicos disponibles; así como la metodología de la administración de proyectos.

1448 06 DERECHO INTERNACIONAL

El alumno identificará los elementos de las relaciones jurídicas internacionales y conocerá las normas o leyes que regulan las relaciones jurídicas privadas entre dos o más personas de diferentes nacionalidades para la solución de conflictos de competencia internacional, así como la condición jurídica de los extranjeros, sus derechos y sus obligaciones.

1449 07 ECONOMÍA APLICADA

El alumno revisará y analizará de forma crítica diferentes temas de economía aplicada para la generación de argumentos sobre el devenir económico que contribuyan al debate actual de los negocios internacionales.

1468 07 INGLÉS (4° SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante incluyendo las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto.

Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Este curso tiene un enfoque gramatical en los usos de los paternos comunes del verbo objeto infinitivo o gerundio, oraciones condicionales, permiso, obligación y necesidad, verbos de los sentidos, gerundio e infinitivos, lenguaje para expresar planes y arreglos futuros, elipsis y sustitución, sustantivos compuestos y posesivos, añadiendo énfasis y estructuras gramaticales que involucran comparaciones.

1469 06 RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD

El alumno comprenderá el papel impostergable que juega la genuina responsabilidad social empresarial (RSE) en el desarrollo sostenible de las naciones, así como los diferentes aspectos que comprende su administración integral, regida por la ética, tendiente a beneficiar a la sociedad, atendiendo con justicia a los diversos grupos de interés de las empresas y demás organizaciones (stakeholders) mediante la preservación del medio ambiente para las futuras generaciones, la atención de los objetivos económicos de la organización, el establecimiento y conservación de condiciones laborales y de aprovisionamiento justas y la satisfacción plena del consumidor por medio de productos y servicios de calidad.

1470 06 TIC EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

El alumno contará con un panorama general de las Tecnologías de Información y Comunicación aplicables en los negocios y desarrollará habilidades en el manejo de las mismas.

1471 06 TRABAJO, ORGANIZACIONES Y SOCIEDAD

El alumno estudiará las aportaciones de las teorías alternativas de las ciencias sociales para analizar la dinámica social, las principales tendencias y los desafíos relacionados con el cambio de la naturaleza del trabajo en las sociedades contemporáneas y comprender su influencia tanto en las organizaciones como en el comportamiento del recurso humano. Asimismo, aprenderá a evaluar críticamente los enfoques para entender el trabajo, las ocupaciones y las organizaciones en la sociedad, manejar las soluciones a los debates centrales en la comprensión de las organizaciones, y mantener o crear organizaciones saludables.

1524 08 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA INTERNACIONAL

El alumno desarrollará el pensamiento estratégico para diagnosticar la situación organizacional y generar estrategias que permitan lograr la ventaja competitiva en las organizaciones en un mundo globalizado.

1525 07 INGLÉS (5° SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante incluyendo las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto. Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Todo a través del uso de estudios de casos sobre negocios, resolución de problemas, organización e investigación de nuevas ideas.

1548 08 PLAN DE NEGOCIOS

El alumno diseñará un plan de negocios que le permita describir una idea de negocio y conseguir las fuentes de financiamiento que posibiliten la realización de ésta.

1549 03 SEMINARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES I

El alumno reflexionará sobre los temas actuales de Negocios Internacionales a través del diálogo con expertos para tener un entendimiento sobre las disyuntivas a las que se enfrentan las empresas en la economía global y asumir una postura crítica frente a los desafíos del siglo XXI.

1646 26 ESTANCIA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

El alumno consolidará sus conocimientos, habilidades y actitudes en un contexto real de negocios con el fin de vivenciar el funcionamiento de una empresa multinacional de su elección reconociendo sus fortalezas y necesidades.

1647 07 INGLÉS (6° SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante incluyendo las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto. Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Tratar los

problemas del servicio al cliente, promover negocios éticos, resolver una crisis de expansión y defender la externalización.

1648 03 SEMINARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES II

El alumno fortalecerá sus conocimientos sobre los temas actuales de Negocios Internacionales a través del diálogo con expertos para tener un entendimiento sobre las disyuntivas a las que se enfrentan las empresas en la economía global y asumir una postura crítica frente a los desafíos del siglo XXI.

1748 07 INGLÉS (7° SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante incluyendo las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto. Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Los estudiantes entrarán en el estudio de caso, la negociación de un paquete de repatriación, utilizando los contactos para ayudar en los negocios, resolver un problema de comunicación, el aumento de la eficiencia operativa utilizando el primer y el segundo condicionales, presentan perfectos simples y continuos, los verbos modales, futuro, futuro perfecto y probabilidad.

1749 03 SEMINARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES III

El alumno consolidará sus conocimientos sobre los temas actuales de Negocios Internacionales a través del diálogo con expertos para tener un entendimiento sobre las disyuntivas a las que se enfrentan las empresas en la economía global y asumir una postura crítica frente a los desafíos del siglo XXI.

1827 07 INGLÉS (8° SEMESTRE)

Revisar y fortalecer la competencia lingüística del estudiante incluyendo las cuatro habilidades: hablar, leer, escribir y escuchar, además de los puntos gramaticales y de vocabulario relacionados con su nivel y que se proporcionan en contexto. Ayudarles a practicar el idioma mediante discusiones en clase y diferentes dinámicas. Llegar a los mercados objetivo en línea, la investigación de un problema de comunicación intercultural, la superación de los reveses de negocios, la solicitud de una colocación de la comunidad, utilizando la revisión del discurso publicado, los tiempos narrativos - pasado continuo, pasado simple y pasado perfecto, tercero y mixto condicionales, infinitivo.

1828 03 SEMINARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES IV

El alumno consolidará sus conocimientos sobre los temas actuales de Negocios Internacionales a través del diálogo con expertos para tener un entendimiento sobre las disyuntivas a las que se enfrentan las empresas en la economía global y asumir una postura crítica frente a los desafíos del siglo XXI. El alumno desarrollará su pensamiento crítico a través de diversas fuentes del diseño industrial y su impacto en la cultura, las costumbres del ser humano y los grupos sociales.

(*) Crédito es la unidad de valor o puntuación de una asignatura, que se computa en la siguiente forma:

a) En actividades que requieren estudio o trabajo adicional del alumno, como en clases teóricas o seminarios, una hora de clase semana-semester corresponde a dos créditos.

b) En actividades que no requieren estudio o trabajo adicional del alumno, como en prácticas, laboratorio, taller, etcétera, una hora de clase semana-semester corresponde a un crédito.

c) El valor en créditos de actividades clínicas y de prácticas para el aprendizaje de música y artes plásticas, se computará globalmente según su importancia en el plan de estudios, y a criterio de los consejos técnicos respectivos y del Consejo Universitario.