



# ESTRATEGIAS GLOBALES Y COMPETITIVAS EN LOS NEGOCIOS

<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	Maestría en Dirección Empresarial
<b>MODALIDAD:</b>	Presencial
<b>MODELO DE FORMACIÓN:</b>	Competencias
<b>TIPO:</b>	Único
<b>PERIODO</b>	4to. Cuatrimestre
<b>LUGAR</b>	Aulas de Posgrado de la FCAV
<b>CRÉDITOS</b>	5 (Cinco)
<b>HORAS</b>	32 Horas

## OBJETIVO GENERAL

---

Desarrollar un criterio que permita al alumno tomar decisiones empresariales en áreas estratégicas de la organización, las cuales sean acordes al contexto competitivo y a sus competencias centrales, mediante la adquisición de conocimientos y habilidades para una eficiente administración estratégica a nivel empresarial con un enfoque internacional, a través de teorías, técnicas y casos.

## Competencias

---

Competencia previa	Resultado esperado
Comprensión básica de los principios de gestión empresarial.	Capacidad para analizar y evaluar estrategias globales existentes en diversos contextos empresariales.
Familiaridad con conceptos básicos de marketing, finanzas y operaciones.	Habilidad para identificar oportunidades y amenazas en el entorno competitivo global.
Conocimientos fundamentales sobre el entorno empresarial y económico global.	Adaptarse y responder ágilmente a los cambios en el entorno empresarial global.

## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

---

### UNIDAD 1. MACROENTORNO

- 1.1 Internacionalización
- 1.2 Globalización
- 1.3 Comercio Internacional e Inversión Extranjera Directa (IED)
- 1.4 Alianzas regionales de comercio
- 1.5 Competitividad internacional

### UNIDAD 2. ESTRATEGIA COMPETITIVA

- 2.1 Modelo de desarrollo de una estrategia competitiva.
- 2.2. Posicionamiento Estratégico
- 2.3 Análisis de entorno y de mercado
- 2.4 Red de valor y estrategias genéricas
- 2.5 Desarrollo de estrategias internacionales

### UNIDAD 3. ESTRATEGIAS DE ENTRADA Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

- 3.1 Decisiones básicas de entrada
- 3.2 Selección de la forma de entrada
- 3.3 Alianzas estratégicas

#### **UNIDAD 4. LA ESTRATEGIA Y LA ESTRUCTURA DE LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES**

- 4.1 La estrategia y la planeación de la organización
- 4.2 Estructura de la organización y formas de colaboración
- 4.3 Estilos gerenciales

#### **UNIDAD 5. ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN**

- 5.1 Generación de bienes y servicios
- 5.2 Fabricación y administración de materiales
- 5.3 Administración estratégica de la producción
  - 5.3.1 Subcontratación
  - 5.3.2 Cadena mundial de suministro

#### **UNIDAD 6. ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA**

- 6.1 Evaluación del mercado internacional
- 6.2 Investigación, desarrollo e innovación
- 6.3 Estrategias de producto, promoción y precio
- 6.4 Distribución
- 6.5 Administración estratégica de nuevos productos

#### **UNIDAD 7. ESTRATEGIAS DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

- 7.1 Administración internacional del R.H.
- 7.2 Selección y repatriación
- 7.3 Capacitación y desarrollo
- 7.4 Compensación
- 7.5 Relaciones laborales
- 7.6 Administración estratégica de R.H.

#### **UNIDAD 8. CONTABILIDAD Y FINANZAS EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES**

- 8.1 Estados financieros en el contexto internacional
- 8.2 Entornos inflacionarios y efectos por el cambio de moneda
- 8.3 Conversión de estados financieros
- 8.4 Costos internacionales

---

## EVALUACIÓN

---

### ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

El estudiante demostrará que ha alcanzado los resultados del aprendizaje mediante las siguientes actividades de evaluación:

ACTIVIDAD	PUNTAJE ASIGNADO
Examen Parcial	70%
Prácticas	15%
Investigación y lecturas	15%
Total	100%

### METODOLOGIA GENERAL

Se expondrán los conceptos esenciales de estrategias globales y competitivas en los negocios, cubriendo fundamentos teóricos y casos prácticos relevantes. Se realizarán actividades prácticas de resolución de casos para aplicar los conocimientos en situaciones reales, fomentando el análisis crítico y la toma de decisiones estratégicas. Se incentivará la participación de los estudiantes con investigaciones y lecturas adicionales para profundizar en los temas tratados. Se empleará una variedad de recursos didácticos, incluyendo métodos tradicionales y herramientas tecnológicas avanzadas, para enriquecer la experiencia de aprendizaje.

---

### BIBLIOGRAFÍA

---

- Caruci, K. (2024). Estrategias empresariales, cómo dominar el mercado global: 1. Danys Galicia.
- Hill, C. (2022) ISE International Business: Competing in the global Marketplace. México: McGraw-Hill.
- Koontz, H. (2022) Administración. Una perspectiva global. México: McGraw-Hill.
- Nohria, N., & Garcia-Pont, C. (1991). Global strategic linkages and industry structure. *Strategic management journal*, 12(S1), 105-124.
- Peng, M. (2017). Negocios globales. Cengage Learning.
- Sudirjo, F. (2023). Marketing Strategy in Improving Product Competitiveness in the Global Market. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 63-69