



INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

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

OBJETIVO GENERAL

Analizar y aplicar estrategias a través de los factores que influyen de manera positiva y negativa en la comercialización de bienes o servicios a nivel internacional en un entorno dinámico.

Competencias

Competencia previa	Resultado esperado
Conocimientos básicos de gestión empresarial y estrategias de negocios.	Capacidad para identificar oportunidades de internacionalización de negocios.
Habilidad para analizar el entorno económico y político internacional.	Gestión de operaciones internacionales y adaptación a diferentes culturas empresariales.
Conceptos de comercio internacional y mercados globales.	Desarrollo de estrategias de entrada a mercados internacionales.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- 1.1 Definición y alcance de los negocios internacionales.
- 1.2 Importancia y beneficios de la internacionalización empresarial.
- 1.3 Principales teorías y modelos de negocios internacionales.
- 1.4 Casos de estudio de empresas internacionales.

UNIDAD II: ENTORNO INTERNACIONAL EMPRESARIAL

- 2.1 Análisis del entorno económico, político y cultural en el ámbito global.
- 2.2 Tendencias y oportunidades en los mercados internacionales.
- 2.3 Riesgos y desafíos de la internacionalización empresarial.
- 2.4 Estrategias de entrada a mercados internacionales.

UNIDAD III: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

- 3.1 Proceso de planeación estratégica para la internacionalización.
- 3.2 Identificación de mercados objetivo y segmentación internacional.
- 3.3 Desarrollo de estrategias de marketing internacional.
- 3.4 Elaboración de planes de negocio internacionales.

UNIDAD IV: CONTEXTO MEXICANO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

- 4.1 Panorama de la internacionalización de empresas mexicanas.
- 4.2 Políticas públicas y programas de apoyo a la internacionalización.
- 4.3 Casos de éxito y retos específicos de la internacionalización en México.
- 4.4 Impacto de la internacionalización en la economía y sociedad mexicana.

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	10%
Prácticas	45%
Investigación y lecturas	45%
Total	100%

METODOLOGIA GENERAL

Se expondrán los conceptos esenciales de la internacionalización de empresas, mediante casos prácticos y teoría. Se promoverá el análisis crítico de este tipo de empresas. Además, se incentivará la participación a través de investigaciones y lecturas complementarias centradas en el entorno empresarial a nivel internacional. El docente utilizará diversos recursos didácticos para enriquecer la experiencia de aprendizaje y potenciar los aspectos relacionados con los negocios internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Child, J., Hsieh, L., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S., Puthusserry, P., ... & Zhang, Y. (2017). SME international business models: The role of context and experience. *Journal of World Business*, 52(5), 664-679.
- Daniels, J., Radebaugh, L., Sullivan D., & Click, R. (2021) *International Business, environments & operations*. Pearson.
- Etemad, H., & Wright, R. W. (2003). Internationalization of SMEs: toward a new paradigm. *Small Business Economics*, 1-4.
- García, G. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa*. Ediciones Piramide.
- Hill, C. (2022). *ISE International business: Competing in the global marketplace*. McGraw-Hill.
- Kwilinski, A., Slatvitskaya, I., Dugar, T., Khodakivska, L., & Derevyanko, B. (2020). Main effects of mergers and acquisitions in international enterprise activities. *International Journal of Entrepreneurship*, 24, 1-8.