

(1994-
2024)

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



Digitally signed by LASSAGA Maria
Agustina
Date: 2024.12.06 07:32:38 ART

Digitally signed by DILLON Liliana
Graciela
Date: 2024.12.06 10:34:42 ART

Expte. FCE-1222399-24

SANTA FE, 05 de diciembre de 2024

VISTO las actuaciones por las cuales la Secretaria Académica y de Bienestar Estudiantil, Dra. Andrea María PACÍFICO, eleva propuesta de programa de la asignatura NEGOCIOS INTERNACIONALES de la carrera de Licenciatura en Administración, y
CONSIDERANDO:

QUE los objetivos y contenidos del programa responden a lo previsto en el Plan de Estudios de la citada carrera,

QUE la bibliografía propuesta está actualizada y es adecuada al nivel de la carrera,
POR ELLO, y teniendo en cuenta el despacho de la Comisión de Enseñanza,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el programa de la asignatura NEGOCIOS INTERNACIONALES de la carrera de Licenciatura en Administración, cuyos objetivos, contenidos, bibliografía y régimen de evaluación y promoción se adjuntan a las presentes actuaciones.

ARTÍCULO 2º.- Disponer la vigencia del mencionado programa para el dictado de la asignatura a partir del Primer Cuatrimestre del año 2025 y su aplicación en los exámenes finales a partir del Segundo Turno de 2025.

ARTÍCULO 3º.- Inscribábase, comuníquese, tómesese nota y archívese.

RESOLUCIÓN C.D. N° 744/24

**(1994-
2024)**

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



ANEXO RES. C.D. N° 744/24

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Denominación de la Asignatura: NEGOCIOS INTERNACIONALES

Carrera/s en la que incumbe la asignatura: Licenciado en Administración

Régimen de cursado: Cuatrimestral

Modalidad de cursado: En cursado es presencial incorporando hasta un veinte por ciento (20%) de la carga horaria total en actividades virtuales. Estas actividades serán asincrónicas y están contempladas en el programa analítico.

Carga Horaria Total: 60 horas

Propósito y Objetivo de la Asignatura:

1. Propósito y estrategias:

La cuestión esencial que ocupa al docente en la formación de grado del estudiante universitario es fomentar en él aptitudes suficientes para acceder en tiempo y forma al conocimiento disciplinar existente y permitirle la reflexión, la observación y la crítica sobre el mismo. Este esfuerzo, consciente y deliberado, es un proceso guiado por el docente pero que debe alentar al estudiante a ser el protagonista de su propia formación, la que le permitirá adquirir las competencias profesionales exigidas para el desempeño profesional. En el camino hacia la construcción de tales competencias la Propuesta de Enseñanza de la Asignatura se conforma con un conjunto de contenidos que comprende tantos aspectos teóricos como cuestiones prácticas relacionadas al campo de los negocios internacionales.

La especificidad del tema lleva a considerar el abordaje de la problemática desde la perspectiva de evaluación, concreción y mantenimiento de estrategias y operaciones con el exterior por parte de agentes económicos nacionales, para lo cual es necesario entender el escenario, las condiciones y oportunidades de acceso a los mercados y las formas de ayudar a mantener posiciones en los mismos tanto sea entendiendo y aprendiendo del entorno como teniendo conocimiento de las operaciones que se demandan al respecto. Todo ello tanto desde la visión macro como microeconómica, construyendo así una competencia ineludible en la formación profesional.

**(1994-
2024)**

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



Dentro de las estrategias pedagógicas seleccionadas para cumplir los objetivos propuestos, se encuentran:

- Exposiciones de los docentes atendiendo a:
 - Identificar conocimientos previamente adquiridos en otras asignaturas o en esta misma, posicionando al alumno en una “continuidad” de aprendizaje.
 - Poner en perspectiva los temas desarrollados de acuerdo a tales saberes previos.
 - Identificar los principales aspectos a tener en cuenta de cada tema tratado y la búsqueda de información bibliográfica.

Todo ello en una forma dialogada, utilizando ejemplos y experiencias reales que ayuden a la comprensión.

- Desarrollo de casos prácticos y elaboración de trabajos en grupo.
- Discusión y análisis de videos y/o juegos.
- Exposiciones de invitados (individuales o en paneles), sean docentes y/o investigadores de otras universidades del país o del exterior, empresarios o especialistas en temas relevantes.

Sesiones centradas en el tema a tratar combinando discusión, lecturas y ejercicios individuales y en equipo proporcionando los fundamentos de los negocios internacionales.

2. Objetivos

Objetivos conceptuales

- Proporcionar al alumno elementos de análisis teóricos y prácticos para la planificación estratégica de negocios internacionales y su gestión eficiente, en entornos cambiantes y afectados por variables no controlables ajenas al ámbito local (sistemas abiertos).
- Ayudar al mismo a construir las habilidades necesarias para que esta planificación estratégica se realice atendiendo a las diferentes dimensiones en el análisis de variables que afectan los negocios internacionales:
 - Las propias de escenarios macroeconómicos (orden mundial); o La que corresponden a escenarios micro económicos (las decisiones específicas empresarias); y
 - Las de un entorno intermedio (la región).
- Facilitar el desarrollo de habilidades que favorezcan el aprovechamiento del conocimiento existente en las organizaciones como forma de optimizarlas así como la eficacia y la eficiencia de su gestión.

(1994-
2024)

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



- Ayudar a tomar conocimiento sobre las formas de aplicar técnicas propias para la evaluación y desarrollo eficiente de negocios internacionales, con responsabilidad social y respeto al medio.

Programa Analítico

Unidad 1 ¿**POR QUÉ** expandir la organización internacionalmente?

1. El fenómeno de la internacionalización de los negocios.
2. Teoría del comercio internacional.
3. Instituciones internacionales, ética y comercio desleal.
4. Los ambientes políticos, tecnológicos y legales que enfrentan los negocios internacionales. Negocios interculturales.

Unidad 2 ¿**DÓNDE** expandirse?

1. ¿Es un mundo global después de todo?
2. Elaboración de estrategias para llevar la empresa al extranjero.
3. Búsqueda de información comercial
4. Integración económica: Integración económica regional. Las consecuencias de la integración económica.
5. Desintegración económica: guerras comerciales, localismo y fragmentación del mercado.

Actividad virtual asincrónica – Punto 1 de Unidad 2

- a) *Se indicará material bibliográfico relevante para que el alumno indague en la temática de la globalización y sus efectos en los negocios internacionales.*
- b) *Videos explicativos con presentaciones detalladas sobre los puntos clave de la temática.*
- c) *Se dejará un cuestionario para su devolución individual o por grupo y su análisis en clase presencial.*

Unidad 3 ¿**CÓMO** expandirse?

1. Estrategias para ingresar a mercados externos.
2. Alianzas estratégicas.
3. ODS y comercio internacional.
4. Gestión de las operaciones internacionales. Fabricar o comprar. Estrategias de producto, precio, comunicación y distribución física internacional.
5. Operaciones de negocios internacionales para startups.

Actividad virtual asincrónica – Punto 1 de Unidad 3

(1994-
2024)

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



- a) *Se indicará material bibliográfico relevante para que el alumno indague en la temática vinculada al análisis de estrategias de acceso a mercados internacionales.*
6. *Se indicarán referencias a sitios web explicativos con presentaciones detalladas sobre los puntos clave de la temática.*
7. *Se dejará un cuestionario para su devolución individual o por grupo y su análisis en clase presencial.*

Planificación y Distribución de Actividades

Para el cursado para promoción por evaluación continua se consideran 24 clases durante el cuatrimestre:

1. Presentación de la Asignatura. Introducción. ¿Por qué necesitamos estudiar negocios internacionales?
2. Teoría del Comercio Internacional
3. Instituciones internacionales, consideraciones, funciones, implicancias.
4. Instituciones internacionales, ética y comercio desleal.
5. Ambientes políticos y legales. La cultura en los negocios internacionales.
6. Globalización
7. Motivos para internacionalizarse. El fenómeno de la internacionalización de la empresa
8. Relevamiento de información comercial.
9. Integración económica. Principales bloques regionales y consecuencias.
10. Desintegración económica.
11. **PARCIAL 1. Introducción a la segunda parte.**
12. Estrategias de acceso a mercados internacionales. Alianzas estratégicas.
13. ODS y el comercio internacional.
14. Mezcla comercial internacional. Desarrollo y Comercialización de Productos.
15. Las estrategias vinculadas al comercio electrónico.
16. Producto, estrategias de adaptación y estandarización.
17. Estrategias de Precio
18. Incoterms
19. La Comunicación Internacional
20. Distribución física internacional
21. Canales de comercialización internacional
22. La internacionalización de las startups.
23. Recapitulación y cierre.
24. **PARCIAL 2 – Cierre**

(1994-
2024)

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



Bibliografía

Unidad 1

- Agramunt, L.F., Andrés, M.F. y Giovino, M.E, (2020). “Caracterización de las relaciones económicas internacionales en el Cuadernillo de apoyo No. 1– de las cátedras de Comercio Exterior y Comercialización Internacional” de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Litoral-Santa Fe, Argentina.
- Chu, M. (2012). Play It Safe at Home, or Take a Risk Abroad? A US lease-to-own chain considers whether to test its business in Mexico." Harvard Business Review 90.1-2: 145-149.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. (h.), Sullivan, D. P. (2018). Negocios Internacionales - Ambientes y operaciones. Editorial Pearson Prentice Hall. 15va Edición.
- Sitios web: <https://hbr.org/2011/10/case-study-play-it-safe-at-hom.html>
<https://hbr.org/2011/10/case-study-play-it-safe-at-hom?language=es>

Unidad 2

- Abdullah, Z. B. (2016). The Evolution of Theories of MNEs: Minimizing the Liability of Foreignness through Globally Intelligent Subunits. International Journal of Business and Management, 11(7), pp. 1-95.
- Agramunt, L. F. (2009). La integración económica de la Unión Europea. Editorial UNL - Santa Fe - Argentina. Capítulos 1 y 2.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. (h.), Sullivan, D. P. (2018). Negocios Internacionales - Ambientes y operaciones. Editorial Pearson Prentice Hall. 15va Edición.
- López Duarte, C., Vidal Suárez, M. M., & González Díaz, B. (2016). ¿Cómo afecta la cultura nacional a la forma de entrar en los mercados internacionales?. Emprendimiento y negocios internacionales. Vol. 1, pp. 29-36
- Rozemberg R., Campos R., Gayá R., Makuc A., Avarzman G. (2019). Informe Mercosur: hacia cambio necesario, Banco Interamericano de Desarrollo.

Unidad 3

- Andrés, M. F., y Salvaj, E. (2011). La internacionalización acelerada en Pymes de reciente creación. I Congreso de la Red de Integración Latinoamericana 2011 (pp. 10-18). Santa Fe, Argentina: Universidad Nacional del Litoral.
- Arechavala Vargas, R; Andres, M. F. y Agramunt, L. F., (2015). Market Knowledge and Innovation Capabilities in Small Technology Firms From Emerging Countries. 2015 ICSB World Conference Proceedings, Dubai, UAE.

(1994-
2024)

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



- Daniels, J. D., Radebaugh, L. (h.), Sullivan, D. P. (2018). *Negocios Internacionales - Ambientes y operaciones*. Editorial Pearson Prentice Hall. 15va Edición.
- Keegan, W. y Green, M. (2009). *Marketing Internacional*. 5º. edición, Pearson Educación, México.
- Ochoa, P. y Vicchi, A. (2018). *Política comercial, Inserción Internacional y Desarrollo Productivo - Eje Temático 8, Inversión Extranjera Directa, Comercio Internacional y Desarrollo Productivo*. Documento de Trabajo N° 23. Cadenas de Valor Globales como Estrategia de Internacionalización.
- Sánchez, R. J., & Weikert Bicalho, F. (2021). *Logística internacional pospandemia: Análisis de las industrias aérea y de transporte marítimo de contenedores* (No. 162). Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). ISSN 1680-872X.
- Sitio web:
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/Oed23847-aa5f-4aa3-856a77327a368f23/content>

Bibliografía Complementaria

- Barbero, M. (2018). *Introducción Las nuevas multinacionales: entre la historia y la teoría*. Anuario Centro De Estudios Económicos De La Empresa Y El Desarrollo, 10(10). Recuperado a partir de: <https://ojs.econ.uba.ar/index.php/CEEED/article/view/1212>
- BBVA - Guia 2020. *Incoterms 2020*
- Caicedo Marulanda, C., Pla Barber, J., León Darder, F., y Mora Rodríguez, J. J. (2017). *Hacia una visión holística de la distancia en los negocios internacionales: el caso colombiano // Towards Holistic Version of Distance in International Business: The Colombian Case*. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 23, Páginas 24 a 47. Recuperado a partir de: <https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/2685>
- CEPAL, 2021. *Informe Anual “Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe: en busca de una recuperación resiliente y sostenible*. Recuperado a partir de: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/47535>
- Duque Hurtado, P. L., Meza Aguirre, O. E., Zapata Lesmes, G. A., & Giraldo Castellanos, J. D. (2020). *Internacionalización de empresas latinas: evolución y tendencias*. *ECONÓMICAS CUC*, 42(1), 122–152. <https://doi.org/10.17981/econcuc.42.1.2021.Org.1>
- Friedman, T. (2005). *It’s a Flat World After All*, *New York Times Magazine*, 4/3/05, pp. 32-37.

(1994-
2024)

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



- Guillén, M. F. y García-Canal, E. (2009). The American model of the multinational firm and the “new” multinationals from emerging economies. *Academy of Management Perspectives*, 23(2), 23-35.
- Kantis, H. (2019). Condiciones sistémicas para el emprendimiento en América latina 2019 Emprendimientos y digitalización: una agenda común de posibilidades y desafíos. PRODEM
- Porter, M. E. (1993). *La ventaja competitiva de la Naciones*. Editorial Vergara, Buenos Aires
- Prahalad, C. K. y HAMEL, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review* 68.3: 79-91.

Sitios web:

- https://www.wto.org/spanish/news_s/news23_s/sdgs_06sep23_s.htm
- https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/brochure_rio_20_s.p
- <https://www.comoimportarenargentina.com.ar/sostenibilidad-en-el-com>
- <https://www.ods.ceads.org.ar/>

Sistemas de Evaluación

1) PROMOCIÓN SIN EXAMEN FINAL

- **Regularidad:** la regularidad se alcanzará con el 80% de asistencia a las clases teórico-prácticas.
- **Promoción:** Durante el curso se deberá cumplir con la aprobación de dos (2) exámenes parciales individuales con opción de recuperación de uno de ellos en el turno de exámenes inmediato siguiente al de finalización del dictado. La aprobación exige al menos alcanzar el sesenta por ciento (60%) de aprobación de los contenidos de cada examen parcial.
- **EXAMEN FINAL:** una única instancia escrita teórico-práctica y se exige el sesenta por ciento (60%) de aprobación de los contenidos del examen.

Observación a la evaluación sin examen final: La calificación final resulta de la siguiente ponderación: 90% la calificación promedio simple de ambos parciales y 10% la calificación del docente sobre el cumplimiento de actividades prácticas del alumno durante las clases.

Recursado y Seguimiento Académico

La cátedra no adhiere al seguimiento académico.

Sin embargo, aquellos alumnos que lo deseen podrán solicitar un acompañamiento adicional a través de un seguimiento personalizado. Este seguimiento consistirá en

**(1994-
2024)**

30 años de la
Consagración Constitucional
de la Autonomía y Autarquía
Universitaria en Argentina.



actividades semanales que se indicarán y podrán llevarse a cabo de manera presencial y/o virtual durante el período de dictado de clases de cada cuatrimestre. El objetivo es brindar apoyo a los estudiantes que busquen mejorar su rendimiento y superar las dificultades académicas.