

### 1. DATOS INFORMATIVOS

ASIGNATURA: <b>EMPRESA CULTURA Y NEGOCIOS EN EL MUNDO</b>	CÓDIGO: CADM CADM CE U07	NRC: 4003-4004	NIVEL: SEGUNDO	CRÉDITOS: 6
DEPARTAMENTO: CEAC	CARRERAS: Lic. COMERCIO EXTERIOR	ÁREA DEL CONOCIMIENTO: COMERCIO EXTERIOR		
DOCENTE: MSC PAOLA VEGA / MIB RAMIRO LEGARDA	PERÍODO ACADÉMICO: OCTUBRE 2018 -FEBRERO 2019	SESIONES/SEMANA: TEÓRICAS: 6H	PRÁCTICA S: 4H	EJE DE FORMACIÓN Profesional en comercio exterior
PRE-REQUISITOS: OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR BASICO				
CO-REQUISITOS: PERSPECTIVA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS.				
<p><u>DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:</u> Descripción general: Esta asignatura permitirá al estudiante tener un panorama global de la economía mundial; conocer el funcionamiento de las empresas multinacionales en la economía global, determinar quiénes son los partícipes principales en esta economía, así como el funcionamiento de los principales bloques comerciales; podrá determinar los factores que influyen en la ejecución de negocios internacionales; sus características, sus estrategias, así como los factores culturales que afectan a los negocios, complementados por en estudio de lo que actualmente es la participación de las empresas en la economía global.</p>				
<p><u>UNIDADES DE COMPETENCIAS A LOGRAR:</u> <u>GENÉRICAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr ejecutar estudios y análisis del comportamiento de la economía mundial que permita determinar la posición que tiene el país en ese entorno;</li> <li>Conocer el porque es importante el desarrollo de los negocios internacionales, de qué forma se expanden en los mercados ; llegar a determinar sus estrategias de crecimiento y su afectación y razones para la internacionalización.</li> <li>Determinar cuáles son los mecanismos principales que se aplican en los diversos acuerdos comerciales y que inciden en las negociaciones internacionales, a fin de contribuir al crecimiento del libre comercio;</li> <li>Finalmente el estudiante estará en capacidad de analizar los factores que influyen en el comercio tanto a nivel de gobiernos y sectores empresariales sean estos grandes empresas o PYMES;</li> <li>Tener dominio sobre el manejo de exportaciones como mecanismo principal para la inserción en los mercados internacionales.</li> </ul> <p><u>ESPECÍFICAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Contextualiza las variables que influyen en el análisis de los aspectos culturales, con el objeto de determinar el mejor proceso de internalización <ul style="list-style-type: none"> <li>Establece el término de negociación internacional, con el objeto de determinar los elementos que participaran en la estructura de la operación en aduana.</li> <li>Estudia los elementos operativos y los relaciona con las características propias del producto, señalando su participación en la cadena.</li> <li>Analiza el entorno de los negocios internacionales, basados en acuerdos comerciales y de preferencia arancelaria.</li> <li>Establece el proceso logística integral de cada una de las diferentes formas de internalización.</li> </ul> </li> </ul>				
<p><u>ELEMENTO DE COMPETENCIA:</u> Con el dominio de los elementos esenciales de la operación de negociación internacional y exportación establece el procedimiento de internalización y selecciona técnicamente en función del requerimiento y de la cultura del país de destino idóneo a la operación específica.</p>				

**RESULTADO FINAL DEL APRENDIZAJE:** Establece el procedimiento técnico, cumpliendo los requisitos establecidos en las leyes y reglamentos, para la Internalización de las empresas y complementando con la aplicación de requisitos culturales de los países de destino.

**CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL:**

El dominio de la asignatura permitirá que el estudiante esté en capacidad de resolver los problemas que se presenten durante el proceso de internalización de la empresa, contemplando las disposiciones que regulan las exportaciones a consumo, como también el análisis cultural del los mercados objetivos en el exterior, el requerimiento de cumplimiento de normas técnicas, así como la obtención del certificado de origen; complementariamente, estará en la posibilidad de relacionar las exportaciones con búsqueda de mercados a nivel internacional.

**2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y PRODUCTOS DEL APRENDIZAJE**

No.	UNIDADES DE ESTUDIO Y SUS CONTENIDOS	EVIDENCIAS DEL APRENDIZAJE Y SISTEMA DE TAREAS
	Unidad 1:  <b>ECONOMIA GLOBAL Y SUS PARTICIPANTES</b>	Dominio de los elementos esenciales para el inicio de la operación Empresarial de internalización y estructuración de la oferta exportable.
1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Panorama de la economía mundial.               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Globalización                   <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1.1. ¿Dónde estamos?</li> <li>1.1.2. ¿Hacia dónde vamos?</li> <li>1.1.3. ¿Cómo lograrlo?</li> <li>1.1.4. Un Marco ético más sólido</li> </ol> </li> <li>1.2. Desarrollo de comercio internacional de bienes y servicios                   <ol style="list-style-type: none"> <li>1.2.1. Factores importantes dentro del Desarrollo</li> <li>1.2.2. Entornos</li> <li>1.2.3. Competitividad                       <ol style="list-style-type: none"> <li>1.2.3.1. Ventaja comparativa</li> <li>1.2.3.2. Ventaja Absoluta</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol> </li> <li>2. Empresas Multinacionales en la Economía Global               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Negocios Internacionales                   <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1.1. Estrategias de crecimiento de las empresas</li> <li>2.1.2. Expansión del mercado</li> <li>2.1.3. Internacionalización de la empresa</li> <li>2.1.4. Motivos y razones para internacionalizarse</li> <li>2.1.5. Formas de entrada a Mercados Internacionales.</li> </ol> </li> </ol> </li> <li>3. Principales Participantes de la Economía Global               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Definición de Organismos Internacionales                   <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1.1. Noción Global de los Organismos Internacionales.</li> <li>3.1.2. Actores en los Organismos Internacionales</li> <li>3.1.3. Organización mundial del Comercio                       <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1.3.1. Estructura</li> <li>3.1.3.2. Actividades</li> </ol> </li> <li>3.1.4. Fondo Monetario Internacional                       <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1.4.1. Miembros</li> </ol> </li> <li>3.1.5. Banco Mundial</li> <li>3.1.6. Organización de las Naciones Unidas.</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>	Tarea1: Establecer la internacionalización de las empresas en base a su historia y a las estrategias utilizadas para llegar a su internacionalización y a la actualidad como empresas de éxito.  Tarea 2 Investigar y analizar el rol del gobierno con las empresas y los negocios internacionales.

	<p>3.2. Bloques de Integración Económica</p> <p>3.2.1. Comunidad Andina de Naciones</p> <p>3.2.2. ALADI</p> <p>3.2.3. MERCOSUR</p> <p>3.2.4. NAFTA</p> <p>3.2.5. Unión Europea</p>	
	<p>Unidad 2:</p> <p><b>EMPRESAS Y FORMAS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES</b></p>	<p>Establece el procedimiento exportable, utilizando la Cultura de los mercados Objetivos para la optimización de la internalización de la Empresa</p>
	<p>Módulo 2. Factores que influyen en el negocio internacional</p> <p>2.1 Empresa y Entorno Global</p> <p>2.1.1 Comunicación entre gobierno y empresarios</p> <p>2.1.2 Apoyo de los gobiernos a las PYMES en los negocios internacionales</p> <p>2.1.3 Característica de las estrategia empresarial hacia la comercialización de la producción en el exterior</p> <p>2.2. Factores que afectan las actividades de la empresa en el entorno global</p> <p>2.2.1. Factores Culturales</p> <p>2.2.2. Factores Ambientales</p> <p>2.2.3. Factores Económicos</p> <p>2.2.4. Factores Sociales</p> <p>2.2.5. Factores Políticos</p> <p>2.2.6. Factores Legales-Financieros</p> <p>2.2.7. Factores Laborales</p> <p>2.3. Dinámica Empresarial frente a los productos que se exportan.</p> <p>2.4. La exportación como actividad concreta para insertarse en mercados internacionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los aspectos clave que afectan al entorno de negocios.</li> <li>• Aprender la naturaleza del conflicto y su Relación con la negociación.</li> <li>• Identificar los pasos para desarrollar los estilos de negociación efectivos.</li> <li>• Conocer los cuatro temperamentos negociadores clave.</li> <li>• Entender la comunicación como un proceso.</li> <li>• Aprender las diferencias culturales en la negociación.</li> <li>• Aprender cómo identificar y clasificar los objetivos en la negociación.</li> <li>• Entender los principios psicológicos básicos de la percepción.</li> <li>• Distinguir entre el poder real y el percibido en una negociación</li> </ul>
	<p>Unidad 3:</p> <p><b>EMPRESA Y MERCADO EN LA ECONOMÍA GLOBAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para determinar, estudiar y analizar los factores principales que facilitan la inserción de las empresas en mercados internacionales .</li> </ul>
3	<p>Módulo 3. Empresa y Mercado</p> <p>3.1. Empresa y Mercado en la Economía Global</p> <p>3.1.1. Motivos para hacer negocios internacionales</p> <p>3.1.2 Características de las empresas Internacionales</p> <p>3.2. Evaluación y Selección de mercados internacionales.</p> <p>3.2.1. Definición de Mercado</p> <p>3.2.2. Concepto de Consumidor y su comportamiento</p> <p>3.2.3. Categoría de Mercado</p> <p>3.2.3.1 Mercado Potencial</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite al estudiante diferenciar claramente los elementos y terminología vinculada con los procesos de negociación que rigen a las empresas locales e internacionales</li> <li>• Permite al estudiante definir y entender el proceso de negociación, necesario para obtener resultados satisfactorios para su empresa.</li> <li>• Concientizar en la necesidad de estructurar una negociación.</li> </ul>

	3.2.3.2 Mercado Cautivo 3.2.4 Tipos de Mercado.  3.3. Estrategía Global de entrada a mercados internacionales 3.3.1 Segmentación de Mercados 3.3.1.1 Concepto 3.3.1.2 Importancia 3.3.1.3 Variables de Segmentación 3.3.2 Posicionamiento en el mercado 3.3.3 Selección de Mercado meta  3.4 Estructura de Mercado 3.4.1 Estructura de la Oferta 3.4.2 Estructura de la Demanda	•
--	--	---

### 3. RESULTADOS Y CONTRIBUCIONES A LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES:

LOGRO O RESULTADOS DE APRENDIZAJE	NIVELES DE LOGRO			El estudiante debe
	A Alta	B Media	C Baja	
1) <i>Dominio de los elementos esenciales para el inicio de las operaciones de la empresa y su estructura.</i>	X			Desarrollar sus actividades Empresariales a través de una comunicación ética.
2) <i>Establece el procedimiento exportable, conociendo la cultura del país de destino para su posterior internalización</i>	X			Procurar estar actualizado en el entorno económico, comercial y social local y del exterior.
3) <i>Selecciona técnicamente los mercados a negociar utilizando el régimen de exportación idóneo a la operación específica requerida.</i>	X			Cuantifica el beneficio propio de cada régimen y su aporte en el proceso de negocio y la internalización de la empresa.

### 4. FORMAS Y PONDERACIÓN DE LA EVALUACIÓN.

	1er Parcial*	2do Parcial*	3er Parcial*
Tareas/ejercicios			
Investigación			
Lecciones	6	6	6
Pruebas	6	6	6
Laboratorios/informes			
Evaluación parcial	8	8	8
Producto de unidad			
Defensa del Resultado final del aprendizaje y documento	-	-	
Otras formas de evaluación			
Total:	20	20	20

### 5. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA

EL APRENDIZAJE SE DESARROLLARÁ A TRAVÉS DE EXPOSICIONES DE CONOCIMIENTOS GENERALES, DONDE SE ENTREGARÁ CONCEPTOS BÁSICOS Y FUNDAMENTALES PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE; SE COMPLEMENTARÁ CON EL ESTABLECIMIENTO DE ACTIVIDADES Y DESTREZAS QUE SE DESARROLLARÁN DURANTE EL SEMESTRE Y FINALMENTE SE TRABAJARÁ EN CONTENIDOS ACTITUDINALES QUE PERMITAN PROMOVER ACTITUDES VALORATIVAS EN LOS ESTUDIANTES, DE ESTA MANERA SE LOGRARÁ UNA COMPRESIÓN E INTERPRETACIÓN CORRECTA DE LA MATERIA QUE LE PERMITA REALIZAR UN ANÁLISIS DE ELEMENTOS Y RELACIONES DE TODOS LOS CONCEPTOS Y FUNCIONAMIENTO DE LOS PRINCIPIOS INTEGRACIONISTAS Y DE GLOBALIZACIÓN, DE TAL FORMA QUE EL ESTUDIANTE LOGRE SINTETIZAR EL CONOCIMIENTO, PARA SOBRE ELLO EJECUTAR LAS CORRESPONDIENTES EVALUACIONES.

(PROYECCIÓN DEL EMPLEO DE LAS TIC EN LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE)

- El estudiante necesariamente deberá ampliar sus conocimientos haciendo uso de la investigación a través de las diferentes páginas de internet en los cuales sustentará y ampliará sus conocimientos, abasteciéndose de información de carácter técnico sobre cada producto estudiado.
- Para la defensa de trabajos individuales o grupales, hará uso del proyector

#### 6. DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO: PRESENCIAL

TOTAL HORAS	CONFERENCIAS	CLASES PRÁCTICAS	LABORATORIOS	CLASES DEBATES	CLASES EVALUACIÓN	TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE
96	38	30		6	9	9

#### 7. TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

TÍTULO	CODIGO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
Estrategia Competitiva		Michael Porter		2009	Español	Pirámide

#### 8. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
Negocios Internacionales	DANIELS, John RADEBAUGH, Lee H. y SULLIVAN, Daniel	DECIMO SEGUNDA EDICIÓN	2010	Español	
Código Orgánico de la Producción comercio e inversiones	Asamblea Nacional		2010		Registro Oficial – Miércoles 29 de diciembre del 2010
Manual del exportador	Minervini Nicola	Nicola	2010	Español	Mc Graw Hill

#### 9. LECTURAS PRINCIPALES:

TEMA	TEXTO	PÁGINA
<a href="http://www.bibliotecasdelecuador.com">http://www.bibliotecasdelecuador.com</a>	Investigación y Normas APA	Repositorio ESPE
<a href="http://www.can.org.ec">www.can.org.ec</a>	Normativa Internacional	

www.trade.maps	Estadísticas	
----------------	--------------	--

## 10. ACUERDOS:

### COMO DOCENTE

- Esforzarme en conocer con amplitud y profundidad al campo académico, científico y práctico de la asignatura que enseño y preparar debidamente actualizado cada tema que exponga
- Asistir a clases siempre y puntualmente dando ejemplo al estudiante para exigirle igual comportamiento
- Motivar, estimular y mostrar interés por el aprendizaje significativo de los estudiantes y evaluar a conciencia y con justicia el grado de aprendizaje de los estudiantes
- Fomentar en los estudiantes el interés por la ciencia y la innovación tecnológica, propugnando además una conciencia social que los impulse a conocer la situación económica y social del país, con un sentido de participación y compromiso
- Las relaciones con mis colegas deberán estar sustentadas en los principios de lealtad, mutuo respeto, consideración, solidaridad y en la promoción permanente de oportunidades para mejorar el desarrollo profesional
- Contribuir en forma comprometida, con calidad de mi labor educativa, al prestigio y eficiencia de nuestra institución
- Promover y mantener el cuidado de las propiedades físicas e intelectuales de la institución, para asegurar un ambiente propicio para el mejoramiento continuo del proceso enseñanza aprendizaje
- La solución de conflictos y diferencias entre docentes y demás compañeros de la institución deberán resolverse mediante el dialogo y el consenso.

### COMO ESTUDIANTE

- Ser honesto, no copiar, no mentir ni robar en ninguna forma
- Firmar toda prueba y trabajo que realizo en conocimiento de que no he copiado de fuentes no permitidas
- Mantener en reserva pruebas, exámenes y toda información confidencial
- Colaborar con los eventos programados por la institución e identificarme con la Carrera
- Llevar siempre mi identificación en un lugar visible
- Ser partícipe de una educación libre, trabajar en grupo y colaborar en todo sentido con los demás
- Conducirme de tal manera que no debilite en forma alguna las oportunidades de realización personal y profesional de otras personas dentro de la comunidad universitaria; evitaré la calumnia, la mentira la codicia, la envidia
- Promover la bondad, reconocimiento, la felicidad, la amistad, la solidaridad y la verdad
- Respetar y cuidar todas las instalaciones físicas que conforman la carrera, así como sus laboratorios y el campus en general

Ing. Ramiro Legarda MIB.  
**DOCENTE DE LA MATERIA**

**Mcs.**  
**DOCENTE DE LA MATERIA**

Ing. Fabián Guayasamín S. MIB  
**COORDINADOR DEL ÁREA DE CONOCIMIENTO  
 DE COMERCIO EXTERIOR**

Tcrl. Efrén Cisneros.  
**DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
 ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

