



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**PROYECTO DE IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA
LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ENTIDAD ACADÉMICA RESPONSABLE:

Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad Juriquilla

ENTIDAD ASESORA:

Facultad de Contaduría y Administración

TÍTULO QUE SE OTORGA:

Licenciado(a) en Negocios Internacionales

SISTEMA: ESCOLARIZADO

TOMO II

Fecha de aprobación del H. Consejo Técnico: 6 de marzo de 2019

Fecha de aprobación del Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales:



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES

UNIDAD JURIQUILLA



INDICE

Primer semestre	5
Administración	6
Economía I	10
Matemáticas	13
Asuntos Internacionales I	16
Ética I	19
Contabilidad y Administración Financiera	22
Inglés (1^{er} semestre)	25
Segundo semestre	28
Comportamiento Organizacional	29
Economía II	32
Estadística	35
Asuntos Internacionales II	38
Ética II	40
Estados y Mercados	43
Inglés (2^o semestre)	46
Tercer semestre	49
Mercadotecnia	50
Microeconomía	53
Métodos de Investigación Organizacional	55
Derecho Corporativo	58
Sociología del trabajo	61
Innovación y Tecnología	64
Inglés (3^{er} semestre)	67

Cuarto semestre.....	70
Administración de Proyectos.....	71
Economía Aplicada	74
TIC en la Gestión Empresarial	77
Derecho Internacional.....	80
Trabajo, Organizaciones y Sociedad.....	84
Responsabilidad Social y Sustentabilidad	89
Inglés (4° semestre)	92
Quinto semestre.....	95
Administración Estratégica Internacional	96
Plan de negocios.....	100
Seminario de Negocios Internacionales I	103
Inglés (5° semestre)	106
Sexto semestre	109
Estancia de Prácticas Profesionales.....	110
Seminario de Negocios Internacionales II	112
Inglés (6° semestre)	115
Séptimo semestre	118
Seminario de Negocios Internacionales III	119
Inglés (7° semestre)	122
Octavo semestre	125
Seminario de Negocios Internacionales IV.....	126
Inglés (8° semestre)	129
Optativas Asuntos Globales	132
Globalización y Empleo	133
Gobierno, Gestión de Energía y Recursos Naturales.....	136
Mercados Emergentes	139
Migración y Desarrollo.....	142
Movimientos Sociales y Sociedad Civil en Mercados Emergentes.....	145
Política Económica en América Latina y el Caribe	148
Política Económica en América del Norte	151
Optativas Administración y Negocios	154
Administración de Inversiones	155
Administración de Ventas	158
Administración de los Recursos Humanos en el Ámbito Internacional.....	161

Cambio Organizacional	164
Comercio Internacional	167
Comportamiento del Consumidor	170
Economía Internacional.....	173
Efectos Fiscales de las Operaciones Internacionales.....	176
Finanzas Corporativas.....	180
Finanzas Internacionales.....	183
Gerencia de Producto	186
Gobierno y Negocios	189
Impuestos al Comercio Exterior y Tratados de Libre Comercio	192
Liderazgo: Teoría y Práctica	197
Mercadotecnia Internacional.....	200
Organización Industrial	203
Psicología del emprendimiento	206
Psicología Social de los Mercados Financieros	209
Publicidad	212
Sistema de Información Mercadológica.....	215
Sistema Financiero Internacional	218
Técnicas de Negociación Empresarial.....	221

Primer semestre



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Administración

Clave	Semestre 1º	Créditos 8	Área					
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios				
			Etapas	Conocimientos fundamentales				
Modalidad		Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()			
Carácter		Obligatorio (X) Optativo ()		Horas				
		Obligatorio E () Optativo E ()						
					Semana		Semestre	
					Teóricas	4	Teóricas	64
					Prácticas	0	Prácticas	0
					Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Identificará la relación existente entre la administración, la organización y la informática para comprender la importancia de la función de la administración en las organizaciones.
2. Comprenderá el surgimiento y evolución de la teoría administrativa, a través del conocimiento de las principales corrientes o escuelas administrativas.
3. Comprenderá las funciones de la administración o proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control.
4. Identificará las principales áreas funcionales de la organización y su relación con las funciones administrativas o proceso administrativo
5. Reconocerá los fundamentos de la administración estratégica y su impacto en el logro de los objetivos de las organizaciones.
6. Identificará la importancia del comportamiento ético de los individuos en la administración de las organizaciones y reconocerá la responsabilidad social de éstas.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	La administración y las organizaciones	10	0
2	Surgimiento y evolución de la teoría administrativa	10	0
3	Funciones de la administración o proceso administrativo	14	0
4	Principales áreas funcionales	14	0
5	Introducción a la administración estratégica	10	0
6	Ética y responsabilidad social de las organizaciones	6	0
Total		64	0
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			

Título o grado	Licenciatura en Administración o áreas afines, Maestría en Administración o experiencia equivalente.
Experiencia docente	Dos años en Administración general o en una área funcional en organizaciones públicas, privadas o del sector social. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el " <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> ", que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Aktouf, O. y T. Suárez (2012). *Administración. Tradición, revisión y renovación*. México: Pearson.
2. Álvarez, D. (2015). *Conceptos de Administración. Un enfoque para la acción*. La Plata: Haber.
3. Álvarez, H. (2007). *Principios de Administración*. (2ª ed.), Argentina: Eudecor.
4. Amaru, A. (2009). *Fundamentos de administración. Teoría general y proceso administrativo*. México: Pearson.
5. Anzola, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. (3ª ed.), México: McGraw-Hill.
6. Arbaiza, L. (2014). *Administración y organización. Un enfoque contemporáneo*. México: Cengage.
7. Bateman, T. y S. Snell (2010). *Administración*. (8ª ed.), México: McGraw-Hill.
8. Chiavenato, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. México: McGraw-Hill.
9. Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración*. (8ª ed.), México: McGraw-Hill.
10. Daft, R. y D. Marcic (2006). *Administración*. (4ª ed.), México: Thomson.
11. Fayol, H. (1974). *Administración Industrial y General*. (19ª ed.), México: Herrero Hnos.
12. Griffin, R. (2010). *Administración*. (10ª ed.), México: Cengage.
13. Hellriegel, D., S. Jackson y J. Slocum (2010). *Administración. Un enfoque por competencias*. (11ª ed.), México: Cengage.
14. Hernández, S y A. Pulido (2011). *Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias*. México: McGraw-Hill.
15. Hernández, S. y G. Palafox de Anda (2012). *Administración: Teoría, proceso, áreas funcionales y estratégicas*. (3ª ed.), México: McGraw-Hill.
16. Jones, G. y J. George (2015). *Administración contemporánea*. (8ª ed.), México: McGraw-Hill.
17. Koontz, H. y H. Weihrich (2012). *Administración*. (14ª ed.), México: McGraw-Hill.
18. Koontz, H. y H. Weihrich (2014). *Elementos de Administración*. (8ª ed.), México: McGraw-Hill.
19. Mayo, E. (1972). *Los problemas humanos de una civilización industrial*. (2ª ed.), Buenos Aires: Nueva Visión.
20. Munch, L. y J. García (2010). *Fundamentos de Administración*. (11ª ed.), México: Trillas.
21. Pfeffer, J. (2000). *Nuevos rumbos en la teoría de la administración*. (8ª ed.), México: Oxford.
22. Pride, W., R. Hughes y J. Kapoor (2017). *Introducción a los negocios*. (4ª ed.), México: Cengage Learning.
23. Robbins, S. y M. Coulter (2014). *Administración*. (12ª ed.), México: Pearson.
24. Robbins, S., D. De Cenzo y M. Coulter (2013). *Fundamentos de Administración* (8ª ed.), México: Pearson.
25. Stoner, J. y Ch. Wankel (2001). *Administración*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
26. Taylor, F. (1974). *Principios de Administración*. (19ª ed.), México: Herrero Hnos.
27. Torres, Z. (2013). *Teoría general de la administración*. (2ª ed.), México: Patria.

28. Weber, Max. (1944). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
29. Williams, C. (2013). *Administración*. (6ª ed.), México: Cengage.

Libro electrónico:

1. Etkin, J. (2005). *Gestión de la complejidad. La estrategia entre lo imprevisto y lo impensado*. México: Granica.

Bibliografía complementaria:

1. Boland, E. y C. Hoffer (2001). *Las empresas del futuro*. México: Oxford.
2. Chiavenato, I. (2011). *Innovaciones de la administración*. (5ª ed.), México: McGraw-Hill.
3. Claude, G. y Ma. de L. Álvarez (2005). *Historia del Pensamiento Administrativo*. México: Prentice Hall.
4. CONLA, (2004). *Código de ética*. México: Thompson Learning
5. De La Cerda, J. y F. Núñez (2002). *La Administración en el desarrollo*. México: Granica.
6. Duncan, J. (1999). *Las ideas y la práctica de la Administración*. México: Oxford.
7. Fernández, E. (2013). *Dirección estratégica de la empresa*. España: Delta.
8. Frances, H. (1998). *La organización del futuro*. México: Granica.
9. Gibson, J. (2013). *Las organizaciones, comportamiento, estructura, procesos*. (13ª ed.), México: McGraw-Hill.
10. Gorbanev, I. (2014). *Administración general en ejercicios. Problemas, experimentos y juego de roles*. México: Cengage.
11. Hein, G. y D. Stephens (2002). *El pensamiento visionario*. México: Oxford.
12. Hitt, M.; Ireland, D y R. Hoskisson (2015). *Administración estratégica. Competitividad y globalización: conceptos y casos*. (11ª ed.), México: Cengage.
13. Ibarra, E. y (et al.) (1999). *Ensayos críticos para el estudio de las organizaciones en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana / Iztapalapa-Oxford.
14. Nadler, D. (1999). *El diseño de la organización como arma competitiva*. México: Oxford.
15. Nonaka, I. y T. Hirotaka (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford.
16. Ostroff, F. (1999). *La organización horizontal*. México: Oxford.
17. Stoner, J. (1996). *Administración*. (6ª ed.), México: Pearson Educación.
18. Yeung, A. (1999). *Las capacidades de aprendizaje en la organización*. México: Oxford.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Economía I

Clave	Semestre 1°	Créditos 7	Área			
			Campo de conocimiento	Economía		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 3	Teóricas 48		
			Prácticas 1	Prácticas 16		
			Total 4	Total 64		

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Economía II

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Reconocerá los principios que explican las decisiones económicas individuales.

2. Analizará los conceptos básicos de la economía neoclásica como el equilibrio y la eficiencia para explicar la conducta de individuos, hogares y empresas.
3. Contrastará los criterios teóricos que subyacen a la interacción de los agentes económicos para alcanzar el equilibrio competitivo.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Principios básicos	6	2
2	Oferta y demanda	6	2
3	La conducta de los consumidores	10	3
4	Demanda individual y de mercado	8	3
5	La producción y los costos	10	3
6	El equilibrio en el mercado competitivo	8	3
Total		48	16
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar): Debate en clase	(X)	Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)”, que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Bowles, S. (2004). *Microeconomics, behavior, institutions and evolution*. USA: Princeton University Press.
2. Dixit, A. (2014). *Microeconomics: A Very Short Introduction*. UK: Oxford University Press.
3. Frank, R.H. (2015). *Microeconomics and behavior*. USA: McGraw-Hill.
4. Mankiw, N.G. (2012). *Principios de economía*. México: Cengage Learning.
5. Mankiw, N.G. and Taylor, M. (2014) *Economics*. UK: Cengage Learning.
6. Varian, H.R. (2015). *Microeconomía intermedia*. España: Antoni Bosch.

Bibliografía complementaria:

1. Clark, A. (2016) *Economics through everyday life: from China a chili dogs to Marx and marijuana*. USA: Zephyros Press.
2. Goolsbee, A., Levitt, S., Syverson, C. (2016) *Microeconomics*. USA: Macmillan.
3. Nicholson, W. (2006). *Microeconomía intermedia y aplicaciones*. España: Thomson.
4. Pindyck, R y Rubinfeld, D.L. (2009). *Microeconomía*. España: Pearson Education.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Matemáticas

Clave	Semestre 1°	Créditos 7	Área			
			Campo de conocimiento	TIC y Métodos Cuantitativos		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas	3	Teóricas 48
				Prácticas	1	Prácticas 16
				Total	4	Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará los fundamentos para el análisis matemático.

2. Realizará operaciones de conjuntos.
3. Identificará diferentes tipos de funciones matemáticas.
4. Resolverá sistemas de ecuaciones lineales.
5. Realizará operaciones de álgebra matricial.
6. Realizará operaciones de cálculo diferencial y optimización.
7. Identificará aplicaciones prácticas de las matemáticas en el ámbito de la administración, los negocios internacionales y la economía.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Fundamentos para el análisis matemático	6	2
2	Teoría de conjuntos	6	2
3	Relaciones y funciones	8	2
4	Sistema de ecuaciones lineales	8	2
5	Álgebra matricial	6	2
6	Cálculo diferencial	8	4
7	Optimización	6	2
Total		48	16
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	()	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Matemáticas, Actuarial, Economía o equivalentes. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Chiang, A.C. y Wainwright, K. (2005). *Fundamental Methods of Mathematical Economics* (4^{ta} Ed.) USA: McGraw Hill.
2. Jacques, I. (2012). *Mathematics for Economics and Business* (7^a Ed.). USA: Prentice-Hall.

Bibliografía complementaria:

1. Haeusler, E.F. (2015). *Matemáticas para administración y economía*. (13ª ed.) México: Pearson Educación.
2. Sydsaeter, K. (2012). *Matemáticas para el análisis económico* (2ª ed.) España: Pearson.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Asuntos Internacionales I

Clave	Semestre 1°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 3		Teóricas 48	
			Prácticas 0		Prácticas 0	
			Total 3		Total 48	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Examinará el proceso de globalización en las dimensiones social, política, cultural y económica.
2. Analizará el papel que desempeñan las instituciones mundiales en el ámbito de los negocios.

3. Determinará cuáles son los principales retos que enfrentan las corporaciones multinacionales para producir y participar en el mercado global. 4. Elaborará argumentos en torno al debate de la globalización en la sociedad del siglo XXI.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la globalización	10	0
2	Dimensiones de la globalización	10	0
3	El papel de las instituciones mundiales	8	0
4	Los retos de producir en una economía global	10	0
5	Debate sobre la globalización	10	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesióngráfico	
Título o grado	Licenciatura en Relaciones Internacionales, Economía o equivalentes. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Osterhammel, J., Petersson, N. y Geyer, D. (2009). *Globalization: A Short History*. USA: Princeton University Press.
2. Singer, P. (2016). *One World Now: The Ethics of Globalization*. USA: Yale University Press.
3. Stiglitz, J.E. (2003). *Globalization and Its Discontents*. New York: Northon and Company.
4. Stiglitz, J.E. (2007). *Making Globalization Work*. New York: Northon and Company.
5. Woolcock, S. y Bayne, N. (2016). *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations (Global Finance)* (3rd Ed.). New York: Routledge Taylor and Francis.

Bibliografia complementaria:

1. Bhagwati, J. (2007). *In Defense of Globalization: With a New Afterword*. New York: Oxford University Press.
2. Mäler, K.G. y Vincent, J.R. (2005). *Handbook of Environmental Economics* (Vol. 3). USA: Elsevier.
3. Rodrik, D (2012). *The Globalization Paradox: Democracy and the Future of the World Economy*. New York: Northon and Company.
4. Rodrik, D. y Rosenzweig, M. (2010). *Handbook of Development Economics* (Vol. 5). USA: Elsevier.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Ética I

Clave	Semestre 1°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Ética y Sociología		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T (X) P () T/P ()	
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas	3	Teóricas 48
				Prácticas	0	Prácticas 0
				Total	3	Total 48

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Ética II

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará las nociones básicas de la condición ontológica humana. 2. Debatirá sobre las pasiones y los intereses que mueven la conducta. 3. Debatirá sobre los valores, las virtudes y la moral que orientan la conducta. 4. Revisará los fundamentos filosóficos de las principales teorías éticas. 5. Analizará de qué forma diferentes posturas filosóficas han abordado el tema de la felicidad. 6. Explicará en qué medida lo aprendido incide en el desarrollo de los negocios.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	La condición humana	8	0
2	Las pasiones y los intereses	8	0
3	La moral y las virtudes	6	0
4	Fundamentos filosóficos de las principales teorías éticas	8	0
5	La concepción filosófica de la justicia	8	0
6	El compromiso ético, el bien común y la felicidad en el mundo contemporáneo	10	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar): Debate	(X)	Otras (especificar)	

Perfil profesióngráfico	
Título o grado	Licenciatura en Filosofía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. GONZÁLEZ, JULIANA, *El ethos, destino del hombre*, UNAM-FCE, México, 1996.
2. _____, *Ética y libertad*, FCE/UNAM, México, 1997.
3. JONAS, HANS, *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Herder, Barcelona, 1995.
4. SINGER, PETER, *Ética práctica*, 2ª Ed., Cambridge University Press, U.K., 1995.
5. _____, *The Expanding Circle. Ethics, Evolution and Moral Progress*, Princeton University Press, 1981.
6. MOSTERIN, JESÚS, *La naturaleza humana*, Espasa-Calpe, Madrid, 2006.

Bibliografía complementaria:

1. CANTO-SPERBER, MONIQUE (COORD.), *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, 3e. ed., Presses Universitaires de France, Paris, 2001. [*Diccionario de Ética y filosofía moral*, FCE, México, 2004]
2. MACINTYRE, ALASDAIR, *Historia de la ética*, Paidós, Barcelona, 1998.
3. SINGER, PETER (ED.), *Compendio de ética*, Alianza, Madrid, 1995.
4. _____, *Ethics*, Oxford University Press, 1994
5. GAZZANIGA, MICHAEL, *El cerebro ético*, Paidós, Barcelona, 2006.
6. GÓMEZ, CARLOS Y MUGUERZA, JAVIER (EDS.), *La aventura de la moralidad*, Alianza, Madrid, 2007.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Contabilidad y Administración Financiera

Clave	Semestre 1º	Créditos 8	Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapa	Conocimientos Fundamentales			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas			
	Obligatorio de E ()		Optativo de E ()	Semana		Semestre	
				Teóricas	4	Teóricas	64
				Prácticas	0	Prácticas	0
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Administración de Proyectos

Objetivo general: El alumno comprenderá el procedimiento contable y la elaboración, análisis e interpretación de la información financiera conforme a la normatividad contable internacional para aplicarla en la toma de decisiones en las organizaciones.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Distinguirá los conceptos fundamentales de la técnica contable y las normas que le son aplicables en el contexto internacional; asimismo, identificará los requerimientos de los diferentes usuarios de la información financiera. 2. Identificará el concepto de análisis de la información financiera y aplicará las razones financieras para interpretar información contable respecto a rentabilidad, eficiencia, liquidez y estructura de capital. 3. Identificará los elementos del costo y los sistemas de costeo en los sectores comercial, industrial y de servicios; asimismo, comprenderá la importancia de la planeación y el control para la toma de decisiones referente a los costos basados en actividades (Costos ABC), y analizará el punto de equilibrio, el modelo costo-volumen-utilidad y margen de seguridad como visión financiera. 4.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Fundamentos de la contabilidad financiera	28	0
2	Análisis e interpretación de la información financiera	22	0
3	Planeación, control y toma de decisiones basados en la información financiera.	14	0
Total		64	0
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> ”, que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		

Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. International Accounting Standards Board (IASB). (Vigente). <i>Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)</i>. México: IMCP. 2. KPMG. (Vigente). <i>NIIF comentadas: guía práctica de KPMG para comprender las normas internacionales de la información financiera</i> (4ª ed.). España: Aranzandi. 3. Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., & Warren, C. S. (2017). <i>Contabilidad financiera avanzada</i>. México, D. F: Cengage Learning, [2017]. 4. Warren, C. S., Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2010). <i>Contabilidad administrativa</i>. México, D.F: Cengage Learning, [2010]. Sitios de internet: • International Accounting Standards Board (IASB) http://www.ifrs.org/ • International Association for Business and Society http://www.iabs.net/	
Bibliografía complementaria: 1. Celaya, R. (2013). <i>Contabilidad Básica, un enfoque basado en competencias</i> (1ª ed.) México: CENGAGE Learning. 2. Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera (CINIF). (Vigente). <i>Normas de Información Financiera (NIF)</i>. México: IMCP. 3. Contreras, A. Medina, C. y Padilla, G. (2013). <i>Introducción al Estudio de la Información Financiera</i>. México: FCA Publishing-Publicaciones Empresariales. 4. Guajardo, G. (2014). <i>Contabilidad Financiera</i>. (6ª ed.). México: Mc Graw Hill. 5. IMPC (2011). <i>Normas de Información Financiera</i>. México: IMPC, A.C. 6. Juárez, L. (2011). <i>Principios de Contabilidad, enfoque emprendedor</i>. México: CENAGE LEARNING. 7. Mendoza, M. (2012). <i>Contabilidad Intermedia</i>. México, IMPC. 8. Oropeza, H. (2009). <i>Costos guía propedéutica elemental</i>, 1ª ed. México: Trillas. 9. Romero, J. (2010). <i>Principios de contabilidad</i>. México: McGraw-Hill Interamericana. 10. Sánchez, O. (2011). <i>Introducción a la Contaduría</i>, 2ª ed. México: Pearson Addison-Wesley.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Inglés (1^{er} semestre)

Clave	Semestre	Créditos	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera	
	1°	7	Etapas	Conocimientos Fundamentales	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas	
	Obligatorio de E ()		Optativo de E ()	Semana	Semestre
				Teóricas 2	Teóricas 32
				Prácticas 3	Prácticas 48
				Total 5	Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Inglés (2° semestre)

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

This course aims to review all aspects of question formation, the use of auxiliary verbs, present perfect simple and continuous, the use of adjectives as nouns and adjective order, narrative tenses, past perfect continuous, the use of so/such. that, adverbs and adverbial phrases, future perfect and future continuous, zero and first conditionals, future time clauses, unreal conditionals and structures after wish.

Objetivos específicos:

The students will achieve the abilities and knowledge of grammar structures, in order to communicate with others.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Question formation	4	6
2	Auxiliary verbs; <i>the ... the... + comparatives</i>	3	4
3	Present perfect simple and continuous	3	4
4	Using adjectives as nouns, adjective order	3	5
5	Narrative tenses, past perfect continuous; <i>so / such ... that</i>	3	5
6	The position of adverbs and adverbial phrases	3	5
7	Future perfect and future continuous	4	5
8	Zero and first conditionals, future time clauses	3	4
9	Unreal conditionals	3	5
10	Structures after <i>wish</i>	3	5
Total		32	48
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		

Bibliografía básica: <i>American English File 4A</i> Second Edition Christina Latham – Koenig Clive Oxeden Oxford University Press
Bibliografía complementaria: Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor Advanced Grammar in use autor Martin Hewings Grammar and Beyond autor Randi Reppen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz

Segundo semestre



Plan de estudios de la licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Comportamiento Organizacional

Clave	Semestre 2°	Créditos 6					
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Conocimientos Fundamentales			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	3	Teóricas	48
				Prácticas	0	Prácticas	0
				Total	3	Total	48

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá la evolución del estudio del comportamiento organizacional hasta la actualidad, incluyendo el uso en la práctica de teorías alternativas de ciencias sociales.
2. Identificará los aportes de las teorías de la personalidad junto con el impacto de los elementos psicológicos en la toma de decisiones en cuanto a su repercusión en el campo del comportamiento organizacional.
3. Analizará la estructura y el diseño de la organización, así como la relación entre individuos y sistemas organizacionales, en tanto elementos que influyen sobre la efectividad de gestión.
4. Comprenderá la concepción del comportamiento organizacional, de la influencia interpersonal y de los comportamientos grupales según son percibidos y practicados por los mandos como medios para mejorar la capacidad de gestión.
5. Reconocerá los aspectos socioculturales del contexto y su influencia sobre el comportamiento organizacional.
6. Destacará la importancia de la motivación, del trabajo colaborativo, de la conservación y fomento de la salud, y de una percepción común, así como la necesidad de su manejo en las organizaciones.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	El comportamiento organizacional como campo de estudio	6	0
2	Motivación y recompensas en las organizaciones: teorías y sistemas	8	0
3	Liderazgo: teorías de la personalidad, estilo de mando, autoridad y poder, manejo y resolución de conflictos	6	0
4	Configuración y comportamiento organizacionales: diseño del trabajo, diseño de la estructura, políticas y prácticas de recursos humanos	8	0
5	Influencia de elementos psicológicos sobre los procesos organizacionales: control de gestión, toma de decisiones y comunicación	8	0
6	Trabajo colaborativo dentro de las organizaciones: procesos de grupo y trabajo en equipo	6	0
7	Cultura organizacional y desempeño: cambio y desarrollo organizacional, aspectos socioculturales del contexto, la salud en la organización	6	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Psicología con Maestría en Psicología, Maestría en Administración o con estudios de Especialización en Recursos Humanos.		
Experiencia docente	Dos años, a nivel preparatoria o licenciatura. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración		
Otra característica	• Tener experiencia en puestos, como: Director, Gerente o Jefe de Departamento de Administración, Departamento de Recursos Humanos en organismos públicos o privados. • Conocimientos a nivel comprensión del idioma inglés. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Bernal, C y H. Sierra (2008). Proceso administrativo para las organizaciones del Siglo XXI. México: Pearson Educación.			
2. Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones. (2ª ed.), México: Thomson.			
3. Davis, K. y J. Newstrom (2012). Comportamiento humano en el trabajo. México: McGraw-Hill.			
4. Franklin, E. y M. Krieger (2011). Comportamiento organizacional. Enfoque para América Latina. México: Pearson Educación.			
5. Griffin, R. (2011). Comportamiento organizacional. México: Cengage Learning.			
6. Hellriegel, D. (2013). Comportamiento organizacional. (12ª ed.), México: International Thomson.			
7. Kreitner, R. (2003).Comportamiento organizacional, México: McGraw-Hill.			
8. Robbins, S. (2013). Comportamiento organizacional. (15ª ed.), México: Pearson Educación.			
9. Velázquez, G. (2013). Comportamiento en las organizaciones. (15ª ed.), México: Limusa.			
Bibliografía complementaria:			
1. Carreño, P. (2015). Equipos. (2ª ed.), Madrid: Delta.			
2. Hill, C. (2016). Negocios internacionales. Cómo competir en un mercado global. (8ª ed.), México: McGraw-Hill.			
3. Landy, F. (2007). Psicología industrial: Introducción a la psicología industrial y organizacional. México: McGraw-Hill.			



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Economía II

Clave	Semestre 2°	Créditos 7	Área			
			Campo de conocimiento	Economía		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 3	Teóricas 48		
			Prácticas 1	Prácticas 16		
			Total 4	Total 64		

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Economía I
Asignatura subsecuente	Microeconomía

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Comprenderá los conceptos básicos de macroeconomía.

2. Identificará los elementos que integran el sistema de cuentas nacionales.
3. Definirá los factores que afectan la demanda y la oferta agregada de una economía.
4. Reconocerá la importancia de la demanda agregada y de la incertidumbre en el comportamiento del ciclo económico.
5. Explicará los efectos de una economía abierta en las variables macroeconómicas de un país.
6. Distinguirá los efectos de *shocks* de distintos tipos en la economía y las formas en las que pueden atenuarse a través de la política monetaria y la política fiscal.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la teoría macroeconómica	6	2
2	El sistema de cuentas nacionales	6	2
3	Demanda y oferta agregada	8	2
4	Modelo Keynesiano simple	10	2
5	La economía abierta	8	4
6	Política monetaria y política fiscal	10	4
Total		48	16
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Debate en clase	(X)		
Elaboración de ensayos	(X)		

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Baumol, W. y Blinder, A. (2015). *Macroeconomics: Principles and Policy* (13^{ra} ed.). USA: Cengage Learning.
2. Dornbusch, R. S y Fisher, S. (2013). *Macroeconomía* (12^{va} ed.). USA: McGraw Hill.
3. Mankiw, N. G. (2002). *Principios de Economía* (2^{da} ed.). México: Cengage Learning Editores.
4. Mankiw, N. G. (2014). *Macroeconomics* (8^{da} ed.). España: Antoni Bosch.

Bibliografía complementaria:

1. Clark, A. (2016) *Economics through everyday life: from China a chili dogs to Marx and marijuana*. USA: Zephyros Press.
2. Nicholson, W. (2006). *Microeconomía intermedia y aplicaciones*. España: Thomson.
3. Romer, D. (2006). *Macroeconomía Avanzada* (3^{ra} ed.). México: Mc Graw Hill.
4. Sachs, J.D. (1994). *Macroeconomía en la Economía Global*. México: Prentice Hall.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Estadística

Clave	Semestre 2°	Créditos 7	Área			
			Campo de conocimiento	TIC y Métodos Cuantitativos		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas	3	Teóricas	48
			Prácticas	1	Prácticas	16
			Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ninguna
Asignatura subsecuente	Métodos de investigación organizacional

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Profundizará en los conceptos básicos de estadística y probabilidad.

2. Generará información estadística relevante para la toma de decisiones. 3. Utilizará los conceptos de estadística y probabilidad en problemas de aplicación. 4. Estimaré las relaciones entre variables a través del análisis de regresión lineal.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Estadística descriptiva	6	2
2	Medidas de tendencia central y dispersión	6	2
3	Introducción a la teoría de la probabilidad	6	2
4	Distribuciones de probabilidad	6	2
5	Inferencia estadística	6	2
6	Modelo de regresión lineal simple	8	4
7	Modelo de regresión lineal múltiple	6	1
8	Números índice	4	1
Total		48	16
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	()	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesióngráfico	
Título o grado	Licenciatura en Matemáticas, Actuarial, Economía o equivalentes. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

- Freeman, J., Shoesmith, E., Sweeney, D., Anderson, A. y Williams, T.A. (2012). *Statistics for Business and Economics* (12ª Ed.). USA: Pearson Education Limited.
- Larsen, R.J. y Marx, M.L. (2017). *An Introduction to Mathematical Statistics and Its Applications* (5ª Ed.). USA: Prentice Hall.
- Montgomery, D.C., Peck, E.A. y Vining, G.G. (2012). *Introduction to Linear Regression Analysis* (5ª Ed.). USA: Wiley.

Bibliografía complementaria:

1. Anderson, D.R. (2016). *Estadística para negocios y economía* (12ª Ed.). México: Cengage Learning.
2. Lind, A.D. (2015). *Estadística aplicada a los negocios y a la economía* (16ª Ed.). México: McGraw-Hill.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Asuntos Internacionales II

Clave	Semestre 2°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales		
			Etapa	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 3		Teóricas 48	
			Prácticas 0		Prácticas 0	
			Total 3		Total 48	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Reconocerá los principales desafíos que enfrentan los países en una economía global.
2. Analizará las causas y repercusiones de las crisis internacionales en el mundo.
3. Interpretará de qué forma diversos temas de la agenda global inciden en el ámbito de los negocios internacionales.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Desafíos de la economía globalizada	8	0
2	Crisis internacionales	10	0
3	Bienes públicos globales	10	0
4	Pobreza y desigualdad	10	0
5	Cambio climático	10	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico

Título o grado	Licenciatura en Relaciones Internacionales, Economía o equivalentes. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Constantinides, G.M, Milton Harris, M. y Stulz, R.M. (2013). *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 2 b). Netherlands: Elsevier.
2. Financial Crisis Inquiry Commission (2011). *Final Report of the National Commission on the Causes of the Financial and Economic Crisis in the United States*. Washington DC: US Government Printing Office.
3. Gopinath, G., Helpman, E. y Rogoff, K. (2014). *Handbook of International Economics* (Vol. 4). Poland: Elsevier.
4. Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*. México: Fondo de Cultura Económica.
5. Stiglitz, J.E. (2003). *Globalization and Its Discontents*. New York: Northon and Company.
6. Stiglitz, J.E. (2007). *Making Globalization Work*. New York: Northon and Company.

Bibliografía complementaria:

1. Mäler, K.G. y and Vincent, J.R. (2005). *Handbook of Environmental Economics* (Vol. 3). USA: Elsevier.
2. Rodrik, D. y Rosenzweig, M. (2010). *Handbook of Development Economics* (Vol. 5). USA: Elsevier.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Ética II

Clave	Semestre 2°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Ética y Sociología		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 3	Teóricas 48		
			Prácticas 0	Prácticas 0		
			Total 3	Total 48		

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Ética I
Asignatura subsecuente	Ninguna

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Reconocerá la complejidad de las implicaciones éticas dentro del desarrollo de los negocios en un contexto de globalización.

2. Identificará los problemas que, derivados del desarrollo de las nuevas tecnologías, el deterioro ambiental y el nuevo orden económico, actualmente enfrentan los negocios internacionales.
3. Identificará diversos dilemas éticos en el ámbito de los negocios internacionales.
4. Contrastará desde distintos planteamientos éticos los efectos que tienen las decisiones empresariales en los ámbitos local y global.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Sobre ética y negocios	8	0
2	Dilemas éticos en los negocios internacionales	10	0
3	Principios y valores éticos en las sociedades contemporáneas	8	0
4	La ética en la toma de decisiones	10	0
5	Hacia la creación de una cultura ética de negocios	12	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Filosofía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. ATTFIELD, ROBIN, *The Ethics of The Global Environment*, Purdue University Press, Indiana, 1999.
2. _____, *Environmental Ethics: An Overview for the Twenty-First Century*, 2nd Edition, Polity, 2014.
3. CORTINA, ADELA, *Construir confianza: Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta, 2003.
4. _____, *Por una ética del consumo*. Taurus. 2002.
5. _____, *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Tecnos, 1994.
6. JONAS, HANS, *El principio de responsabilidad*, Herder, Barcelona, 1995.

7. SINGER, PETER, *One World Now. The Ethics of Globalization*, Yale University Press, 2016.
8. RIECHMANN, JORGE, *Un mundo vulnerable. Ensayos sobre ecología, ética y tecnociencia*, Libros de la Catarata, Madrid, 2000.
9. SINGER, PETER, *Ética práctica*, 2ª Ed., Cambridge University Press, U.K., 1995.
10. OLIVÉ, LEÓN, *Ética y diversidad cultural*, FCE-UNAM, México, 2011.
11. VILLORO, LUIS (COORD.), *Los linderos de la ética*, Siglo XXI-UNAM (CEIICH), México, 2000.

Bibliografía complementaria:

1. SINGER, PETER (ED.), *Compendio de ética*, Alianza, Madrid, 1995.
2. _____, *Ethics*, Oxford University Press, 1994
3. LINARES, JORGE E., *Ética y Mundo tecnológico*, FCE-UNAM, México, 2008.
4. STIGLITZ, JOSEPH, *Cómo hacer que funcione la globalización*, Taurus, Madrid, 2010.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Estados y Mercados

Clave	Semestre 2°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Economía			
			Etapas	Conocimientos Fundamentales			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()			
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas				
	Obligatorio E () Optativo E ()						
			Semana		Semestre		
			Teóricas 3	Teóricas 48			
			Prácticas 0	Prácticas 0			
			Total 3	Total 48			

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará el desarrollo histórico de los negocios y su papel en la economía.
2. Evaluará la relación entre Estado y Economía.

3. Determinará en qué medida la regulación del Estado incide en los resultados económicos. Analizará las relaciones entre Economía y Derecho. 4. Argumentará de forma reflexiva las implicaciones que tiene la regulación y la definición de derechos de propiedad en los negocios a través del estudio de diferentes casos.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Desarrollo histórico de los negocios	8	0
2	Los mercados y la mano invisible	6	0
3	Competencia y bienestar social	6	0
4	El papel del Estado en la economía	8	0
5	Economía y Derecho	6	0
6	La regulación y los negocios	8	0
7	Derechos de propiedad	6	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar):		Otras (especificar)	
Debate en clase	(X)		
Elaboración de ensayos	(X)		

Perfil profesióngráfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Amatory, F. y Colli, A. (2011). *Business History. Complexities and Comparisons*. USA: Routledge.
2. Balleisen, E. y Moss, D. (2012). *Government and Markets: Toward a New Theory of Regulation*. New York: Cambridge University Press.
3. Basu, K. (2013) *Más allá de la mano invisible. Fundamentos para una nueva economía*. México: Fondo de Cultura Económica.
4. Bowles, S. (2004). *Microeconomics, behavior, institutions and evolution*. USA: Princeton University Press.

5. Dixit, A. (2004) *Lawlessness and economics: alternative modes of governance*. USA: Princeton University Press.
6. Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*. México: Fondo de Cultura Económica.
7. Polinsky, A.M. y Shavell, S. (2007) *Handbook of Law and Economics*. Netherlands: Elsevier.
8. Stiglitz, J. (2000). *La economía del sector público*. (3ª Ed.) España: Antoni Bosch.

Bibliografía complementaria:

1. Hanushek, E. A., Machin, S. y Woessmann, L. (2016). *Handbook of the Economics of Education* (Vol. 5). Netherlands: Elsevier.
2. Hirschman A. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. USA: Harvard University Press.
3. Stigler, G. (1971). "The Theory of Economic Regulation." *Bell Journal of Economics and Management* 2(1).



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Inglés (2° semestre)

Clave	Semestre 2°	Créditos 7	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera	
			Etapas	Conocimientos Fundamentales	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas	
	Obligatorio de E ()		Optativo de E ()	Semana	Semestre
				Teóricas 2	Teóricas 32
				Prácticas 3	Prácticas 48
				Total 5	Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Inglés (1er semestre)
Asignatura subsecuente	Inglés (3er semestre)

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

This course has a grammar focus on the uses of gerunds and infinitives, past actions, the use of past modals, the use of verb senses, use of passive forms, reporting verbs, clauses of contrast and purpose, uncountable and plural nouns, the use of quantifiers and the use of articles.

Objetivos específicos:

The students will have the abilities and tools to communicate in English using different grammar structures and tenses.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Gerunds and infinitives	4	6
2	<i>Used to, be used to, get used to</i>	3	4
3	Past modals: <i>must, might/may should, can't, couldn't + have, etc.; would rather</i>	3	4
4	Verbs of the senses	3	5
5	The passive (all forms); <i>it is said that..., he is thought to ... , etc.; have something done</i>	3	5
6	Reporting verbs	3	5
7	Clauses of contrast and purpose; <i>whatever, whenever, etc.</i>	4	5
8	Uncountable and plural nouns	3	4
9	Quantifiers: all, every, both, etc.	3	5
10	Articles	3	5
Total		32	48
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas	Evaluación del aprendizaje
Exposición (X)	Exámenes parciales (X)
Trabajo en equipo ()	Examen final (X)
Lecturas (X)	Trabajos y tareas (X)

Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		

Bibliografía básica: <i>American English File 4B</i> Second Edition Christina Latham – Koenig Clive Oxeden Oxford University Press
Bibliografía complementaria: Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor Advanced Grammar in use autor Martin Hewings Grammar and Beyond autor Randi Reppen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz

Tercer semestre

Tercer semestre



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Mercadotecnia

Clave	Semestre 3°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 2		Teóricas 32	
			Prácticas 2		Prácticas 32	
			Total 4		Total 64	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los fundamentos y conceptos básicos de la mercadotecnia, así como su relevancia en los negocios internacionales.
2. Analizará la conducta del consumidor contemporáneo con base en las teorías que lo fundamentan.
3. Conocerá procedimientos y programas que le permitan diseñar productos acordes con un plan de mercadotecnia.
4. Aprenderá a interpretar datos estadísticos que le permitan determinar la plaza más conveniente de sus productos en un plan de mercadotecnia.
5. Analizará las distintas estrategias de precios empleadas por empresas reconocidas a nivel mundial para que sea capaz de determinar la estrategia de precio óptima para un plan de mercadotecnia específico.
6. Comprenderá la importancia de la promoción en un plan de mercadotecnia y el impacto de las redes sociales, el *e-commerce* y el *e-business* en ésta.
7. Conocerá la importancia y políticas que implica la responsabilidad social en la mercadotecnia.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre / Año	
		Teóricas	Prácticas
1	La mercadotecnia en los negocios internacionales, conceptos, principios y funciones fundamentales	6	0
2	Comportamiento del consumidor y las teorías que lo fundamentan	6	2
3	El diseño del producto y su papel en el plan de mercadotecnia.	4	8
4	Plaza, los estudios que la determinan y su papel en el plan de mercadotecnia	4	6
5	El precio como estrategia en un plan de mercadotecnia	4	6
6	La promoción de productos o servicios en un plan de mercadotecnia y el impacto que tienen en ésta las redes sociales, <i>e-commerce</i> y <i>e-business</i>	4	10
7	El marco legal y la responsabilidad social de la función de mercadotecnia	4	0
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	()

Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración, Mercadotecnia, o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración		
Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín, en organizaciones públicas, privadas o del sector social. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica: 1. Fernández, R. (2002). <i>Fundamentos de Mercadotecnia</i>. México: Thomson. 2. Fischer, L. & J. Espejo (2011). <i>Mercadotecnia</i>. (4ª ed.). México: McGraw-Hill. 3. Hernández, C. & C. Maubert (2009). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: Editorial Pearson. 4. Kotler, P. (2013). <i>Fundamentos de Marketing</i>. (11ª ed.). México: Pearson Educación.			
Leyes: • La Ley Federal de Protección al Consumidor • La Ley General de Salud. Artículos (300 a 312) • La Ley de la Propiedad Industrial. (Título cuarto)			
Bibliografía complementaria: 1. Ávila, O. (2016). La mercadotecnia lógica en el cambio. (3ª ed.). México: Servicio Express de Impresión. 2. Czinkota, R. y M. Kotable. (2001). Administración de Mercadotecnia. 2ª ed. México: Thomson. 3. Kerin, A.R. (2014). Marketing. (11ª ed.). México: McGraw-Hill. 4. Lamb, C., J. Hair y C. McDaniel (2014). Marketing. (7ª ed.). México: Thomson. 5. Sandhusen, R. (2002). Mercadotecnia. México: CECSA. 6. Stanton, W., M. Etzel & W. Bruce. (2003). Fundamentos de Marketing. (13ª ed.). México: McGraw-Hill.			



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Microeconomía

Clave	Semestre 3°	Créditos 8	Área		
			Campo de conocimiento	Economía	
			Etapas	Conocimientos Fundamentales	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()				
			Semana		Semestre
			Teóricas 3		Teóricas 48
			Prácticas 2		Prácticas 32
			Total 5		Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Economía II
Asignatura subsecuente	Ninguna

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará los supuestos de la economía competitiva y sus efectos en las decisiones de los agentes económicos.
2. Determinará la oferta y demanda en competencia perfecta.

3.	Evaluará los efectos del control de precios e impuestos en el equilibrio de mercado.		
4.	Reconocerá diferentes estructuras de mercado y sus implicaciones en el bienestar.		
5.	Evaluará los efectos de las fallas de mercado en el funcionamiento de la economía.		
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Mercados competitivos	6	4
2	Oferta, demanda y precios	8	6
3	Control de precios e impuestos	8	6
4	Competencia y monopolios	8	6
5	Economía del bienestar	10	6
6	Externalidades y bienes públicos	8	4
Total		48	32
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar): Debate en clase	(X)	Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Frank, R.H. (2015). *Microeconomics and Behavior*. USA: Mcgraw-Hill.
2. Goolsbee, A., Levitt, S., Syverson, C. (2016) *Microeconomics*. USA: Macmillan.
3. Mankiw, N.G. y Taylor, M. (2014) *Economics*. UK: Cengage Learning
4. Varian, H.R. (2015). *Microeconomía intermedia*. España: Antoni Bosch.

Bibliografía complementaria:

1. Aker, J. (2010) "Information from markets near and far: mobile phones and agricultural markets in Niger", *American Economic Journal: Applied Economics*. 2(3): 46–59.
2. Nicholson, W. (2006). *Microeconomía intermedia y aplicaciones*. España: Thomson.
3. Pindyck, R y Rubinfeld, D.L. (2009). *Microeconomía*. España: Pearson Education.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Métodos de Investigación Organizacional

Clave	Semestre	Créditos				
			Campo de conocimiento	TIC y Métodos Cuantitativos		
				Etapas	Conocimientos fundamentales	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Estadística
Asignatura subsecuente	Ninguna

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los fundamentos de la investigación y sus tipos básicos y valorará la importancia de la ética en la investigación y en su papel como investigador.
2. Comprenderá y evaluará los distintos enfoques de exploración aplicables a los diversos tipos de preguntas de investigación.
3. Comprenderá los elementos esenciales en el proceso de la investigación científica, tanto desde la perspectiva cuantitativa como cualitativa.
4. Demostrará conocimiento de una gama de medición de conceptos, recolección de datos y técnicas estadísticas a través de un trabajo práctico realizado en el curso. Utilizará el SPSS para llevar a cabo este análisis estadístico.
5. Diseñará y realizará un pequeño proyecto de investigación observacional.
6. Conocerá diferentes maneras de presentar los resultados de una investigación.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Fundamentos de la Investigación y ética de la investigación	6	0
2	El proceso de la investigación científica.	6	6
3	Investigación en temas administrativos. Enfoque cuantitativo	8	12
4	Investigación en temas administrativos. Enfoque cualitativo	8	10
5	Estructura y presentación de reporte de investigación	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	(X)	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			

Título o grado	Licenciatura en Sociología, Economía, Psicología o equivalentes. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Haber realizado y publicado investigaciones. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Ander-Egg, E. (2013). <i>Técnicas de investigación social</i>. España: Lumen Argentina. 2. Bernal. C. (2010) 3ª. Ed. Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México: Pearson educación. 3. Bryman, A. y Bell, E. (2012) <i>Métodos de Investigación Social</i>. Oxfrord: Oxford University Press. 4. Campbell, D. (2005). <i>Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social</i>. Argentina: Amorrortu 5. Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2003). <i>Metodología de la investigación</i>. México: McGrawHill.	
Bibliografía complementaria: 1. Bunge, M. (2004). <i>La investigación científica</i>. (3ª ed.), México: Siglo XXI. 2. Cázares, L. Ma. (et al) (2000). <i>Técnicas actuales de investigación documental</i>. México: Trillas, UAM. 3. Rojas, R. (2001). <i>Guía para realizar investigaciones sociales</i>. (27ª ed.), México: Plaza y Valdés. 4. Silva, J. M. (2000). Humanismo, técnica y tecnología [tres partes]. <i>Contaduría y Administración</i>. (197,198, 199).	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Derecho Corporativo

Clave	Semestre 3°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales			
			Etapas	Conocimientos Fundamentales			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()			
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas				
	Obligatorio E () Optativo E ()						
			Semana		Semestre		
			Teóricas 3		Teóricas 48		
			Prácticas 0		Prácticas 0		
			Total 3		Total 48		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Comprenderá los conceptos de derecho empresarial y corporativo, su naturaleza y el bien jurídico que tutela, así como las ramas del derecho de las que abrevia.
2. Conocerá los diversos tipos de sociedades mercantiles y los elementos jurídicos básicos que se requieren para su constitución.
3. Comprenderá el concepto, características y componentes de la empresa mercantil, así como las formas en que se organizan.
4. Conocerá la naturaleza y aplicación de los diversos tipos de contratos empleados en las empresas, de los convenios y las prácticas mercantiles del comercio internacional.
5. Comprenderá la naturaleza y tratamiento jurídico del comercio electrónico, así como los requisitos y limitantes legales de los mensajes de datos y las firmas electrónicas.
6. Conocerá las normas reguladoras de la propiedad intelectual, sus mecanismos de protección y las instituciones que la regulan.
7. Comprenderá la conformación del Régimen Fiscal, las personalidades jurídicas que regula, el tipo de ingresos que afecta y los gravámenes que puede imponer.
8. Reconocerá las responsabilidades empresariales y comprenderá los procedimientos y autoridades competentes en la defensa fiscal corporativa.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Derecho empresarial y corporativo	4	0
2	Creación de sociedades	6	0
3	Empresa mercantil	6	0
4	Contratos, convenios y prácticas mercantiles	6	0
5	Comercio electrónico	4	0
6	Propiedad intelectual	8	0
7	Régimen Fiscal	8	0
8	Defensa corporativa frente a los actos de la Administración Pública Federal	6	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(x)	Exámenes parciales	(x)
Trabajo en equipo	(x)	Examen final	(x)
Lecturas	(x)	Trabajos y tareas	(x)
Trabajo de investigación	(x)	Presentación de tema	(x)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(x)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(x)
Aprendizaje por proyectos	(x)	Rúbricas	(x)
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Portafolios	(x)
Casos de enseñanza	(x)	Listas de cotejo	(x)
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Derecho o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para</i>		

	<i>Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Ayllon, M.E. (2008). <i>Nuevos temas de Derecho Corporativo</i>. México: Editorial Porrúa/ Universidad Anáhuac. 2. Hernández A. (2015), <i>Derecho Empresarial</i>, (1Era. Ed.) México, Edit. EFJ. 3. Ramírez Á.D. (2005), <i>Manual Teórico Práctico de derecho corporativo</i>, México, Universidad Anahuac del Sur: M.A. Porrúa. 4. Zarkin S.S. (2012), <i>Derecho Corporativo</i>, México, Editorial Porrúa. Leyes: • México. Código de Comercio. (Vigente) • México. Código Fiscal de la Federación. (Vigente) • México. Ley General de Sociedades Mercantiles. (Vigente) • México. Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito. (Vigente)	
Bibliografía complementaria: 1. Acosta, M. y F. García (2001). <i>Tratado de Sociedades Mercantiles con énfasis en la Sociedad Anónima</i>. México: Porrúa. 2. Acosta, M. y J.Lara (2003). <i>Nuevo Derecho Mercantil</i>. (2ª ed.), México: Porrúa. 3. Athié, A. (2003). <i>Derecho Mercantil</i>. México: Porrúa. 4. Barrera, J. (2003). <i>Instituciones de Derecho Mercantil</i>. (5ª ed.), México: Porrúa.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Sociología del trabajo

Clave	Semestre 3º	Créditos 6	Campo de conocimiento	Ética y Sociología		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T (X) P () T/P ()	
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas		
	Obligatorio de E ()		Optativo de E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 3		Teóricas 48
				Prácticas 0		Prácticas 0
				Total 3		Total 48

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Conocerá los principales enfoques de la teoría sociológica para comprender el trabajo. 2. Reconocerá las características centrales del trabajo y su evolución histórica. 3. Comprenderá el desarrollo de las relaciones de trabajo en las sociedades actuales. 4. Comprenderá la naturaleza colectiva del trabajo humano, así como las implicaciones sociales de aspectos tales como: la división del trabajo, las relaciones laborales, el conflicto, la estratificación y la conformación de clases sociales. 5. Identificará la influencia del género en las organizaciones y la necesidad de desarrollar su equidad en el trabajo.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	La sociología y los grupos sociales. Introducción a la Sociología del trabajo	6	0
2	Perspectiva histórica del trabajo 1700-1950 Historia de la industrialización	6	0
3	Debates contemporáneos sobre el trabajo 1960 - 2000	8	0
4	La globalización y el trabajo en el siglo XXI	8	0
5	La cultura organizacional	6	0
6	La Mujer en el trabajo	6	0
7	La economía del servicio	8	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesigráfico			
Título o grado	Licenciatura en Sociología o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Tener experiencia docente mínima de dos años.		

	Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otras características	• Tener experiencia en puestos como Director, Gerente o Jefe de Departamento de Administración, Departamento de Recursos Humanos en organismos públicos o privados. • Conocimientos a nivel comprensión del idioma Inglés. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Beck, U. (2000). <i>The brave new world of work</i>. Cambridge: Polity 2. Chiavenato, I. (2009). <i>Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones</i>. 2ª ed., México: Thomson. 3. De la Garza, E. (2003). <i>Tratado Latinoamericano de la Sociología del Trabajo</i>. México: Fondo de Cultura Económica, Colegio de México, UAM-I. 4. Etzioni, A. (1997). <i>Organizaciones Modernas</i>. México: Noriega. 5. González, M. y S. Olivares (2009). <i>Comportamiento Organizacional: Un enfoque latinoamericano</i>. México: CECSA. 6. Katz, D. y Kahn, L. (1967). <i>The Social Psychology of Organizations</i>. Nueva York: Wiley. 7. Krieger, M. (2003). <i>Sociología de las organizaciones</i>. Buenos Aires: Prentice Hall. 8. Lucas A. (2004). <i>Sociología de las organizaciones</i>. México: McGraw Hill 9. Marín, L. y P. García (2004). <i>Sociología de las Organizaciones</i>, Madrid: McGraw Hill. 10. Merton, R. (2011). <i>Teoría y estructuras sociales</i>. México: Fondo de Cultura Económica. 11. Pfeffer, J. (2000) <i>Nuevos rumbos en la teoría de la organización. Problemas y posibilidades</i>. México: Oxford University Press. 12. Redclift, M. y G. Woodgate (2002). <i>Sociología del Medio Ambiente: Una perspectiva internacional</i>. México: McGraw Hill. 13. Ríos, J. (1989). <i>La realidad cultural nacional y el estudio de la administración en México</i>. México: FCA-UNAM. 14. Ritzer, G. (2011). <i>Teoría Sociológica clásica</i>. Madrid: McGraw Hill. 15. Schermerhorn, et. al. (2004). <i>Comportamiento Organizacional</i>. México: Limusa Wiley. 16. Simon, H. (1982). <i>El comportamiento administrativo. Estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa</i>. 4ª ed., Argentina: Aguilar.	
Bibliografía complementaria: 1. Ibarra, E. y L. Montaña (1991). <i>Ensayos críticos para el estudio de las organizaciones en México</i>. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Miguel Ángel Porrúa. 2. Ibarra, E. y Montaña, L. (1991). <i>El orden organizacional: poder, estrategia y contradicción</i>. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Hispanicas.Gardner, B. y D. Moore (1976). <i>Relaciones humanas en la empresa</i>. 6ª ed., Madrid: Rialp. 3. Mayo, E. (1972). <i>Problemas humanos de una civilización industrial</i>. Buenos Aires: Nueva Visión. 4. Simon, H. (1982). <i>El comportamiento administrativo. Estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa</i>. 4ª ed., Argentina: Aguilar. 5. Taylor, F. (2000). <i>Principios de la administración científica</i>. México: Herrero Hermanos. 6. Weber, M. (2014). <i>Economía y sociedad</i>. 3ª ed., México: Fondo de Cultura Económica.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Innovación y Tecnología

Clave	Semestre 3°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	TIC y Métodos cuantitativos			
			Etapas	Conocimientos fundamentales			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

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

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Comprenderá el concepto de tecnología y sus modelos. 2. Diseñará una planeación estratégica y tecnológica. 3. Diseñará un plan de habilitación de tecnologías y recursos. 4. Aplicará métodos de protección del patrimonio tecnológico. 5. Comprenderá las particularidades de la innovación tecnológica en diferentes contextos industriales. 6. Comprenderá las tendencias de las tecnologías de información y de las ciencias naturales y sociales para su aplicación en las estrategias organizacionales.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	La tecnología y la innovación, conceptos y modelos básicos	4	0
2	Planeación estratégica y tecnológica	6	6
3	Habilitación de tecnologías y recursos	4	4
4	Protección del patrimonio tecnológico	4	4
5	Dinámica industrial de la innovación tecnológica	6	4
6	Prospectiva de las tecnologías de la información (tecnologías colaborativas, servicios web, administración del conocimiento, cómputo ubicuo)	4	8
7	Las tecnologías emergentes derivadas de las ciencias naturales y sociales en los negocios	4	6
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Informática, Ingeniería en computación o equivalente. Es deseable contar con una maestría en Administración.		
Experiencia docente	Tener experiencia docente mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		

Otras características	• Tener experiencia en puestos como Auditor tecnológico, Gerente o Jefe de Departamento en el de Desarrollo Tecnológico o Innovación en organismos públicos o privados. • Conocimientos a nivel comprensión del idioma Inglés. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. COTEC. (2001) <i>Gestión de la innovación y la tecnología en la empresa</i>, España: Fundación COTEC. 2. Gaynor, Gerard. (1999). <i>Manual de Gestión en Tecnología. Una estrategia para la competitividad de las empresas</i>. Colombia: McGrawHill. 3. Instituto de Electrónica Aplicada (2003). <i>La innovación tecnológica en las organizaciones</i>, España: Thomson. 4. King, N. y N. Anderson (2002). <i>Cómo administrar la innovación y el cambio. Guía crítica para 235 organizaciones</i>, España: Thomson. 5. Melissa, S. (2010). <i>Strategic management of technological innovation</i>. New York: McGraw Hill. 6. White Margaret, B. G. (2002). <i>The Management of Technology and Innovation: A Strategic Approach</i> (segunda ed.). EUA: Cengage Learning.	
Bibliografía complementaria: 1. Corona Treviño, L. (2002). <i>Teorías económicas de la innovación tecnológica</i>. México: CIECAS/IPN. 2. DRUCKER, P. (2002). "The discipline of innovation" en <i>Harvard Business Review</i>, vol. 80, No. 8. 3. Lara, Arturo y A. Díaz-Berrio (2003). "Cambio tecnológico y socialización del conocimiento tácito" en <i>Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas</i>. México: UAM – Miguel Ángel Porrúa. 4. Valdés Hernández, Luis (2004). "La administración del sistema tecnológico en las organizaciones" en Valdés Hernández, J. (coord.) <i>El valor de la tecnología en el siglo XXI</i>. México: FCA UNAM.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Inglés (3^{er} semestre)

Clave	Semestre 3°	Créditos 7	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera	
			Etapas	Conocimientos Fundamentales	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas	
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana	Semestre
				Teóricas 2	Teóricas 32
				Prácticas 3	Prácticas 48
				Total 5	Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Inglés (2° semestre)
Asignatura subsecuente	Inglés (4° semestre)

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

This course aims to review all of discourse markers, different uses of have, pronouns, past forms,

different meanings of get, the use of discourse markers, speculation and deduction, adding emphasis, distancing and special uses of the past tense.

Objetivos específicos:

The students will have the ability to use the past tense with different pronouns and the use of speculation and deduction.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Discourse markers (1): connectors	4	6
2	<i>Have</i>	3	4
3	Pronouns	3	4
4	The past: narrative tenses, <i>used to</i> , and <i>would</i>	3	5
5	Get	3	5
6	Discourse markers (2): adverbs and adverbial expressions	3	5
7	Speculation and deduction	4	5
8	Adding emphasis (1): inversion	3	4
9	Distancing	3	5
10	Unreal uses of past tenses	3	4
Total		32	48

Suma total de horas	80
----------------------------	-----------

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		

Bibliografía básica: <i>American English File 5A</i> Second Edition Christina Latham – Koenig Clive Oxeden Oxford University Press
Bibliografía complementaria: Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor Advanced Grammar in use autor Martin Hewings Grammar and Beyond autor Randi Reppen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz

Cuarto semestre



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Administración de Proyectos

Clave:	Semestre: 4º	Créditos: 8	Campo de conocimiento	Administración y Negocios	
			Etapas	Conocimientos Fundamentales	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas	
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana	Semestre
				Teóricas: 3	Teóricas: 48
				Prácticas: 2	Prácticas: 32
				Total: 5	Total: 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Contabilidad y Administración Financiera
Asignatura subsecuente	Ninguna

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará los conceptos básicos de la administración de proyectos.
2. Identificará las características generales del ciclo de vida de un proyecto.

3. Realizará la planeación de las operaciones de un proyecto.
4. Realizará la planeación de los recursos requeridos para un proyecto.
5. Calculará el tiempo para cada etapa del proyecto.
6. Analizará y elaborará los costos de un proyecto.
7. Elaborará el plan de riesgos de un proyecto.
8. Diseñará el sistema de información para un proyecto.
9. Integrará en un plan los elementos que se deben considerar en la administración de un proyecto.
10. Realizará una propuesta para administrar un proyecto mediante el uso del software Project Management o un software similar.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Conceptos básicos de la administración de proyectos	4	0
2	Ciclo de vida del proyecto	4	0
3	Planeación de las operaciones del proyecto	6	2
4	Planeación de recursos requeridos	4	2
5	Cálculo de tiempos en los proyectos	4	4
6	Análisis de costos del proyecto	4	4
7	Análisis cuantitativo y cualitativo de riesgos, diseño del plan de riesgos del proyecto	4	4
8	Diseño del sistema de información para el control del proyecto	4	4
9	Integración de la propuesta técnica del proyecto	8	8
10	Herramientas informáticas para la administración de proyectos	6	4
Total		48	32
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas	Evaluación del aprendizaje
Exposición (X)	Exámenes parciales (X)
Trabajo en equipo (X)	Examen final ()
Lecturas (X)	Trabajos y tareas (X)
Trabajo de investigación (X)	Presentación de tema ()
Prácticas (taller o laboratorio) ()	Participación en clase (X)
Prácticas de campo ()	Asistencia ()
Aprendizaje por proyectos (X)	Rúbricas (X)
Aprendizaje basado en problemas (X)	Portafolios ()
Casos de enseñanza (X)	Listas de cotejo ()
Otras (especificar)	Otras (especificar)
	Elaborar un proyecto

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Administración o áreas afines, Maestría en Administración o experiencia equivalente.
Experiencia docente	- Haber impartido clases por tres años o más y tener evaluaciones que muestren un excelente desempeño como profesor(a). Para profesores de nuevo ingreso: - Haber aprobado el <i>Curso fundamental para profesores de nuevo ingreso (Didáctica básica)</i>, que imparte la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, con duración de 40 horas.
Otras características	- Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo.) - Experiencia profesional en administración de organizaciones públicas, privadas o del sector social, en cualquier área y nivel jerárquico por espacio mínimo de tres años. - Experiencia en el diseño y puesta en marcha de proyectos. - Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa. - Haber participado recientemente en cursos de actualización, docente y disciplinar, con un mínimo de 20 horas cada uno. - Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: - Baca, Gabriel. (2000). <i>Evaluación de proyectos</i>. México: Mc Graw Hill. - Campo, R., Camo del, M. y Rodrigo, B. (2013). <i>Gestión de proyectos</i>. Bogotá: Ediciones de la U. - Casal, L. (2010). <i>Gestión de proyectos, elementos básicos como puntos de partida en su proyecto</i>. Bogotá: Ediciones de la U. - Chamoun, Y. (2004). <i>Administración profesional de proyectos, La Guía</i>. México: Mc Graw Hill. - Finnerty, J. (1998). <i>Financiamiento de proyectos, técnicas modernas de ingeniería económica</i>. México: Prentice Hall. - Gray, C. y Larson, E. (2014). <i>Administración de proyectos</i>. (4ª ed.). México: Mc Graw Hill. - Torres, Z. et.al. (2012). <i>Administración de proyectos</i>. México: Grupo editorial Patria.	
Bibliografía complementaria: - Cano, I. (2010). <i>Gestión de proyectos con las TIC. MS Projet. Introducción a MS Project con un ejemplo pasó a paso</i>. Bogotá: Ediciones de la U. - Díaz, A. (2010). <i>El arte de dirigir proyectos</i>. (3ª ed.). Bogotá: Ra-ma. - De la torre, J. y Zamarrón, B. <i>Evaluación de Proyectos de inversión</i>. México: Prentice Hall. - Finnerty, J. (1998). <i>Financiamiento de proyectos, técnicas modernas de ingeniería económica</i>. México: Prentice Hall. - García, A. (1998). <i>Evaluación de Proyectos de inversión</i>. México: Mc Graw Hill. - Graham, R. y Englund, R. (1998). <i>Administración de proyectos exitosos</i>. México: Prentice Hall.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Economía Aplicada

Clave	Semestre 4°	Créditos 7	Área			
			Campo de conocimiento	Economía		
			Etapas	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas	3	Teóricas	48
			Prácticas	1	Prácticas	16
			Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Elaborará argumentos sobre posibles escenarios en la economía global, a través de la lectura de textos y artículos de revistas especializadas en donde se aborden aspectos relacionados con la evolución y el funcionamiento de la economía global del siglo XXI.
2. Desarrollará habilidades de pensamiento crítico a través del análisis y la evaluación de temas económicos contemporáneos cruciales para los negocios internacionales.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Temas selectos de economía y negocios	10	4
2	Temas selectos de microeconomía y macroeconomía	10	3
3	Temas selectos de economía financiera	10	3
4	Temas selectos de economía e innovación	10	3
5	Temas selectos de economía pública	8	3
Total		48	16
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar): Debate en clase	(X)	Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Amatory, F. y Colli, A. (2011). *Business History. Complexities and Comparisons*. USA: Routledge.
2. Carson, R., Thomas, W. y Hecht, J. (2015). *Macroeconomic Issues Today: Alternative Approaches* (8th Ed.). New York: Routledge Taylor and Francis.
3. Constantinides, G.M, Milton Harris, M. y Stulz, R.M. (2013). *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 2 b). Netherlands: Elsevier.
4. Hall. B.H y Rosenberg, N. (2010). *Handbook of the Economics of Innovation* (Vo. 2). Netherlands: Elsevier.
5. Hindriks, J. y Myles, G. (2013). *Intermediate Public Economics*. USA: MIT Press.
6. Mandelbrot, B. y Hudson, R.L. (2014). *The Misbehavior of Markets: A Fractal View of Financial Turbulence*. New York: Benoit B. Mandelbrot.

7. Newmark, C. (Editor) (2009). *Readings in Applied Microeconomics: The Power of the Market*. USA: Routledge.

Bibliografía complementaria:

1. Bazerman, M. y Moore, D. (2012). *Judgment in Managerial Decision Making* (6th Ed.). New York: Wiley.
2. Ginsburgh, V.A. y Throsby, D. (2014). *Handbook of the Economics of Art and Culture* (Vol. 2). Netherlands: Elsevier.
3. Hanushek, E.A., Machin, S. y Woessmann, L. (2016). *Handbook of the Economics of Education* (Vol. 5). Netherlands: Elsevier.
4. Kolm, S.C. y Ythier, J.M. (2006). *Handbook of the Economics of Giving, Altruism and Reciprocity* (Vol. 2). Netherlands: Elsevier.
5. Taylor, J. B. y Uhlig H. (2016). *Handbook of Macroeconomics* (Vol. 2). Netherlands: Elsevier.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

TIC en la Gestión Empresarial

Clave	Semestre 4º	Créditos 6	Campo de conocimiento	TIC y Métodos Cuantitativos		
			Etapa	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo () Optativo E ()	Horas		
	Obligatorio E ()			Semana		Semestre
				Teóricas 2	Teóricas 32	
				Prácticas 2	Prácticas 32	
				Total 4	Total 64	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Aprenderá los conceptos básicos y la evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación; así como su impacto, utilidad y aplicación en el ámbito de los negocios.
2. Conocerá la importancia, clasificación y aplicación de los sistemas empresariales.
3. Conocerá las estrategias de Inteligencia de Negocios que permiten alinear los objetivos financieros de la empresa, a través del uso de la tecnología.
4. Aprenderá a utilizar de forma responsable y segura la información que se genera en las empresas.
5. Utilizará las diferentes aplicaciones del cómputo en la nube para incrementar la productividad de las empresas, a través del trabajo colaborativo.
6. Conocerá las tendencias de los sistemas de Planeación de los recursos empresariales (ERP), así como las diferentes plataformas que requieren para su implementación en las empresas.
7. Conocerá de forma práctica diferentes herramientas informáticas para la administración de proyectos.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Las tecnologías de información y comunicación (TIC) en las empresas	6	0
2	Sistemas empresariales	8	0
3	Inteligencia de negocios	10	0
4	Gestión, ética y seguridad de la información de las empresas	8	0
5	Cómputo en la nube	0	12
6	Planeación de los recursos empresariales (ERP)	0	10
7	Herramientas informáticas para la administración de proyectos	0	10
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Informática o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado		

Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México
Bibliografía básica: 1. Cohen Karen, D., Asín Lares, E., & Velázquez Sánchez, L. M. (2014). <i>Tecnologías de la información: estrategias y transformación en los negocios</i>. México: McGraw-Hill Interamericana. 2. Faynberg, I., Lu, H., & Skuler, D. (2016). <i>Cloud computing: business trends and technologies</i>. Chichester, West Sussex, United Kingdom: Wiley, [2016]. 3. Guérin, Brice-Arnaud (2015) <i>Gestión de proyectos informáticos: desarrollo, análisis y control</i> España: ENI ediciones, [recurso en línea]. 4. Hassan, M., Jabar, M., Sidi, F., Jusoh, Y., & Hassan, S. (2016). <i>Enterprise resource planning adoption lifecycle: A systematic literature review</i>. Journal Of Theoretical And Applied Information Technology, 85(3), 403-410. 5. Hernández Jiménez, Ricardo, (2015) <i>“Administración de la función informática”</i> México: Trillas. 6. Laudon, K., & Laudon, J. P. (2014). <i>Management Information Systems: Managing The Digital Firm</i>. USA: Global Edition Pearson Education. 7. Markandeya, S., & Roy, K. (2014). <i>SAP ABAP: hands-on test projects with business escenarios</i>. Berkeley, CA : Apress, 8. Másmela, R. (2014) <i>Como implementar sistemas para la gestión de proyectos en organizaciones de desarrollo de software, guiados por un modelo de mejora continua</i>. Bogotá, D. C., Colombia. 9. Mckeen, J. D., & Smith, H. (2012). <i>IT Strategy: Issues And Practices</i>. USA: Prentice Hall. 10. Pablos, C, & López-Hermoso, A. (2013). <i>Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa</i>. México: Alfaomega. 11. Solares, P., Baca, G., & Acosta E. (2014). <i>Administración informática I: análisis y evaluación de tecnologías de información</i>. México: Grupo Editorial Patria. 12. Tomeo, F. (2013). <i>Redes sociales y tecnologías 2.0</i>. Buenos Aires: Astrea. 13. Vasconcelos, J. (2012). <i>Tecnologías de la información</i>. México: Grupo Editorial Patria.	
Bibliografía complementaria: 1. Brocke, J, & Simons, A. (2014). <i>Enterprise content management in information systems research: foundations, methods and cases</i>. Berlin: Springer. 2. Campo, R., M. Camo del, & B. Rodrigo (2013). <i>Gestión de proyectos</i>. Bogotá. 3. Chamoun, Y. (2004). <i>Administración profesional de proyectos, La Guía</i>. México: Ediciones de la U. 4. Gray, C. y E. Larson (2014). <i>Administración de proyectos</i>. 4ª ed., México: McGraw Hill. 5. Laudon, K. C., Guercio Traver, C., Núñez Ramos, S. t., & Enríquez Brito, J. (2014). <i>E-commerce 2013: negocios, tecnología, sociedad</i>. México: Pearson. 6. Minnaard, V. A. (2013). <i>Metodología de la investigación científica: creatividad y TICs</i>. Saarbrücken: Publicia. 7. Pamplona, S., Martínez, A. & Bravo, J. (2013). <i>Tecnología y gestión de la información y del conocimiento</i>. Madrid: Centro de Estudios Financieros.	
Sitios de Internet: 1. Twentyman, J. (2012). <i>Byod: Omg! Or A-Ok?</i> [Versión electrónica]. SC Magazine UK. Recuperado el 31 de enero de 2017, https://www.scmagazineuk.com/bring-your-own-device-omg-or-a-ok/article/546400/	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**

**Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Derecho Internacional

Clave	Semestre 4º	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos globales		
			Etapas	Conocimientos fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 3		Teóricas 48	
			Prácticas 0		Prácticas 0	
			Total 3		Total 48	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general:

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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá la naturaleza jurídica del derecho internacional e identificará las diferencias y similitudes entre el derecho internacional público y privado.
2. Identificará los elementos de estudio en el derecho internacional privado y analizará las doctrinas francesa, española, italiana y alemana.
3. Conocerá la clasificación de las fuentes del derecho internacional privado.
4. Analizará los niveles en que se regula a los extranjeros: Constitución, Ley de Migración, Ley de Inversión Extranjera.
5. Analizará la capacidad de los extranjeros para adquirir inmuebles, sus límites constitucionales y la inconstitucionalidad de la Ley de Inversión Extranjera.
6. Identificará la situación jurídica de los extranjeros en cuanto a sus hechos y actos jurídicos tanto los de índole personal como los de índole comercial.
7. Analizará las principales escuelas en la solución de conflictos de leyes y los criterios empleados en la determinación del órgano jurisdiccional competente.
8. Identificará la naturaleza de los problemas que surgen en el ámbito judicial con motivo de la determinación de la competencia.
9. Conocerá las disposiciones establecidas en las Convenciones Interamericanas en materia de derecho internacional privado.
10. Conocerá las normas jurídicas creadas, transferidas, modificadas o extinguidas a partir de un convenio, es decir, de un acuerdo de voluntades.
11. Conocerá las alternativas de solución en desacuerdos sobre un punto de derecho o de hecho, las contradicciones o las oposiciones de tesis jurídicas o de intereses entre dos personas.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Ciencia del Derecho	3	0
2	Marco teórico del Derecho Internacional Privado	3	0
3	Fuentes del Derecho Internacional Privado	3	0
4	Condición jurídica de los extranjeros	3	0
5	Los extranjeros en cuanto a sus Bienes	6	0
6	Los extranjeros en cuanto a sus hechos y actos jurídicos	3	0
7	Conflictos de leyes sustantivas	6	0
8	Conflictos de competencia judicial	3	0
9	Derecho Convencional Mercantil	6	0
10	Derecho Convencional Administrativo	6	0

11	Solución de controversias	6	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	()
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado		Licenciatura, especialidad, maestría o doctorado en derecho, negocios internacionales o afín.	
Experiencia docente		Preferentemente dos años a nivel licenciatura.	
Otra característica			
Bibliografía básica:			
1. Adame, J. (1994) <i>El Contrato de Compraventa</i> , México: Mc Graw Hill.			
2. Arellano, C. <i>Una Voz Ciudadana</i> , México: Escuela Libre de Derecho de Puebla. A.C.			
3. Boggiano, A. (1990) <i>Contratos Internacionales</i> . Buenos aires: Depalma.			
4. Briseño, H. (1995) <i>Sobre Arbitraje</i> . México: Estudios Cárdenas Editor y Distribuidor.			
5. Calvo, A. (2000) <i>Derecho Europeo de la Competencia</i> . Madrid: Colex.			
6. Colín, G. (1993) <i>Procedimientos para la Extradición</i> . México: Porrúa.			
7. Contreras, F. (1998) <i>Derecho Internacional Privado</i> , México: Oxford.			
8. Cuevas, F. (2003) <i>Manual de Derecho Privado Mexicano</i> , México: Porrúa.			
9. Gómez, M. (2000) <i>El Arbitraje Internacional en la Unión Europea</i> , La Eficacia del Laudo Arbitral, España: Colex.			
10. González, A (2009) <i>Recopilación de convenios de la conferencia de la Haya de Derecho Internacional Privado. 1951-2009</i> , Madrid: Jurídicas y Sociales.			
11. Kozolchik, B. (1996) <i>El Derecho Comercial ante el Libre Comercio y el Desarrollo Económico</i> . México.			
12. Linde (1995) <i>Derecho de la Unión Europea</i> . Madrid: Jurídicas.			
13. Lozoya, J. (1999) <i>La Nueva Política Mexicana de Cooperación Internacional</i> . México.			
14. Mangas, A. (1996) <i>Instituciones y Derecho de la Unión Europea</i> . Madrid: McGraw Hill.			
15. Mansilla y Mejía, M. (2007) <i>Glosario de Derecho Internacional Privado</i> , México: IURE.			
16. Ornelas, R. (1989) <i>Inversión Extranjera Directa y Reestructuración Industrial</i> . México: Instituto de Investigaciones Jurídicas,			
17. Pallares, B. A.M. <i>Derecho Internacional Privado</i> . Régimen Legal del Matrimonio S.C.C.-Argentina: Rubinzal y Culzoni.			
18. Pereira. (2000) A.C. <i>La Constitución Europea y Jurisprudencia</i> , Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.			

19. Pérez, L. y Silva, J. (2000) *Derecho Internacional Privado. Parte especial*. México: Oxford University Press.
20. Pérez, L. (2010) *Derecho Internacional Privado*. México: Oxford.
21. Pérez, E. (1998) *Derecho Internacional Privado*, 2 volúmenes, España: Colex.
22. Ribas, A. (1999) *Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico en Internet*, Pamplona España: Aranzadi.
23. Rodríguez, A. (2004) *El Derecho Internacional en el umbral del siglo XXI*, España: Universidad de Málaga.
24. Seara, M. (2009) *Derecho Internacional Público*, México: Porrúa.
25. Silva, J. (1991) *Arbitraje Comercial Internacional Mexicano*, México: Universidad Autónoma de Cd. Juárez.
26. Texeiro, H. (2000) *Derecho Internacional Privado*, México: Trillas.
27. Trigueros, E. (1980) *Estudios de Derecho Internacional Privado*, México: UNAM.
28. Trinidad, M. (1999) *Guía Jurídica de Extranjería, Asilo y Ciudadanía de la Unión*, Granada: Corrales.

Bibliografía complementaria:

1. García, V. (1991) *Derecho Conflictual*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM.
2. Walss, R. (2006) *Tratados Internacionales y su regulación en el derecho internacional y el derecho mexicano*. México: Porrúa.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Trabajo, Organizaciones y Sociedad

Clave	Semestre 4°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Ética y Sociología			
			Etapas	Conocimientos Fundamentales			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	3	Teóricas	48
				Prácticas	0	Prácticas	0
				Total	3	Total	48

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Identificará el concepto de sociedad; cómo se divide de acuerdo con valores, principios y creencias; y cómo se genera un comportamiento en cada grupo social.
2. Conocerá y comprenderá el origen y evolución de la sociología en el mundo globalizado, y demostrará conocimiento y capacidad para el análisis crítico de una serie de teorías y problemas organizacionales.
3. Identificará y analizará los componentes de una sociedad que basa su éxito en el conocimiento, generando organizaciones que aprenden como resultado de un comportamiento social.
4. Identificará las principales teorías administrativas que estudian el comportamiento organizacional junto con los conceptos clave y diversas teorías sobre motivación, liderazgo, gestión de recursos humanos, cultura organizacional y procesos de cambio, así como las principales estrategias para modificar dicho comportamiento de forma positiva.
5. Determinará las aportaciones de la sociología en cuanto al conflicto, equilibrio y decisión en el contexto de las organizaciones y demostrará la capacidad de aplicar principios científicos sociales para comprender el comportamiento y el desempeño organizacionales.
6. Definirá los conceptos clave del estudio social del trabajo y su relación con la evidencia empírica, y comprenderá que la naturaleza colectiva del trabajo humano, así como las implicaciones de la división del trabajo, las relaciones laborales, el conflicto, la estratificación, clases sociales, entre otros, que impactan a la sociedad.
7. Identificará la influencia del género en las organizaciones y la necesidad de desarrollar su equidad en el trabajo.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	La sociología, su origen y evolución en el mundo globalizado, y los grupos sociales	4	0
2	La naturaleza de las organizaciones y la sociología de la organización en el contexto de la teoría de la organización	6	0
3	Sociología del trabajo, diseño del trabajo y análisis comparativo e histórico de los mercados de trabajo en diferentes industrias y ocupaciones	8	0
4	Principales teorías administrativas que estudian el comportamiento, la cultura, la estructura y los cambios organizacionales	8	0

5	La dirección y el liderazgo en las organizaciones, la gestión de los recursos humanos, valores, carreras y motivación en el trabajo	8	0
6	Globalización, inequidad, los regímenes de crecimiento nacional, los sindicatos, el establecimiento del modelo de trabajo estándar y el surgimiento de arreglos de trabajo no convencionales.	6	0
7	Diversidad en el lugar de trabajo y el género como resultado de la evolución y el comportamiento de la sociedad	4	0
8	La sociedad del conocimiento y las organizaciones que aprenden	4	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Sociología preferentemente con estudios de Maestría en Sociología.		
Experiencia docente	Tener experiencia docente mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Tener experiencia en puestos como Director, Gerente o Jefe de Departamento de Administración, Departamento de Recursos Humanos en organismos públicos o privados. Conocimientos a nivel comprensión del idioma Inglés. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Bratton, J. 2015. <i>Introduction to Work and Organizational Behaviour</i> . (3rd edition). London: Palgrave.			
2. Crozier, M. (1974). <i>El fenómeno burocrático</i> . Buenos Aires: Amorroutu.			

3. Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. 2ª ed., México: Thomson.
4. Dahrendorf, R. (1971). *Sociedad y Libertad*. Madrid: Tecnos.
5. Dahrendorf, R. (1979). *Las clases sociales y su conflicto en la sociedad Industrial*. Madrid: Rialp.
6. Dahrendorf, R. (1974). *Sociología de la industria y de la empresa*. México: Uteha.
7. Edgell, S. 2006. *The Sociology of Work: Continuity and Change in Paid and Unpaid Work*, London: Sage.
8. Etzioni, A. (1997). *Organizaciones Modernas*. México: Noriega.
9. Grint, K. 2005. *The Sociology of Work*, Cambridge: Polity.
10. Hellriegel, D. et. al. (2009). *Comportamiento Organizacional*. 12ª ed., México: Thomson.
11. Huczynski, A. and Buchanan, D. (2006). *Organizational Behaviour: An Introductory Text*, 6th edition, London: FT Prentice Hall.
12. Krieger, M. (2003). *Sociología de las organizaciones*. Buenos Aires: Prentice Hall.
13. Marín, L. y P. García (2004). *Sociología de las Organizaciones*, Madrid: McGraw Hill.
14. Merton, R. (2011). *Teoría y estructuras sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
15. Morales, J. (2001). *Sociología Industrial*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
16. Mouzelis, N. (1973). *Organización y burocracia. Un análisis de las teorías modernas sobre organizaciones sociales*. Barcelona: Península.
17. Mullins, L. (2007). *Management and Organisational Behaviour*, 12th edition, London: FT Prentice Hall.
18. Pfeffer, J. (2000) *Nuevos rumbos en la teoría de la organización. Problemas y posibilidades*. México: Oxford University Press.
19. Pfeffer, J. (1992). *Organizaciones y teoría de las Organizaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
20. Ritzer, G. (2011). *Teoría Sociológica clásica*. Madrid: McGraw Hill.
21. Ritzer, G. (1993). *Teoría Sociológica contemporánea*. Madrid: McGraw Hill.
22. Robbins, S. y T. Judge (2013). *Comportamiento organizacional*. (15a ed.), México: Pearson Educación.
23. Schermerhorn, et. al. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Limusa Wiley.
24. Simon, H. (1982). *El comportamiento administrativo. Estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa*. 4ª ed., Argentina: Aguilar.
25. Strangleman, T. and Warren, T. (2008). *Work and Society: Sociological Approaches, Themes and Methods*, London: Routledge.

Bibliografía complementaria:

1. Bendix, R. (1996). *Trabajo y Autoridad en la Industria*. Buenos Aires: Universitaria.
2. Gardner, B. y D. Moore (1976). *Relaciones humanas en la empresa*. 6ª ed., Madrid: Rialp.
3. Ibarra, E. y L. Montaña (1992). *Mito y poder en las organizaciones. Un análisis crítico de la organización*. México: Trillas.
4. Ibarra, E. y L. Montaña (1991). *El orden organizacional: poder, estrategia y contradicción*. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Hispánicas.
5. Kliksberg, B. (1979). *El pensamiento organizativo. De los dogmas a un nuevo paradigma gerencial*. 12ª ed., Buenos Aires: Tesis.
6. López, R. (1995). *Sociología Industrial*. Madrid: Alianza.
7. Mayntz, R. (1996). *Sociología de la Organización*. Madrid: Alianza.

8. Mayo, E. (1972). *Problemas humanos de una civilización industrial*. Buenos Aires: Nueva Visión.
9. Montaña, L. y L. Hirose (1991). *Las nuevas relaciones humanas: un falso reto a la democracia*. México: Universidad Autónoma Metropolitana/ Miguel Ángel Porrúa.
10. Morales, J. (1998). *Sociología de las Relaciones Industriales*. Madrid: Trota.
11. Morgan, G. (1990). *Imágenes de la organización*. Madrid: Ra-Ma.
12. Redclift, M. y G. Woodgate (2002). *Sociología del Medio Ambiente: Una perspectiva internacional*. México: McGraw Hill.
13. Ritzer, G. et al. (1993). *Sociología*. México: McGraw Hill.
14. Taylor, F. (2000). *Principios de la administración científica*. México: Herrero Hermanos.
15. Weber, M. (2014). *Economía y sociedad*. 3ª ed., México: Fondo de Cultura Económica.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Responsabilidad Social y Sustentabilidad

Clave	Semestre 4°	Créditos 6	Área					
			Campo de conocimiento	Ética y Sociología				
			Etapas	Conocimientos fundamentales				
Modalidad		Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T (X) P () T/P ()			
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas					
	Obligatorio E () Optativo E ()							
					Semana		Semestre	
					Teóricas 3	Teóricas 48		
					Prácticas 0	Prácticas 0		
					Total 3	Total 48		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Comprenderá las condiciones que propiciaron el surgimiento de la RSE y que hacen indispensable e inaplazable su práctica genuina hoy en día en organizaciones de los tres sectores (privado, público y social) para la supervivencia de la humanidad, así como el estado actual del concepto responsabilidad social empresarial o corporativa.
2. Comprenderá que la genuina RSE sólo puede existir como resultado de una actuación ética de las empresas y demás organizaciones y no como producto de un programa de acciones cuyo fin verdadero sea el de promover una buena imagen corporativa que contribuya a maximizar las utilidades de las empresas privadas a la vez que las legitima frente a la sociedad.
3. Comprenderá los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales de creación y administración de un programa integral de RSE y cómo éste debe formar parte de la estrategia general de la empresa u organización.
4. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales relativas a la preservación del medio ambiente.
5. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades económicas de los propietarios de la organización.
6. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades del personal de la organización.
7. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades de los proveedores de la organización.
8. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades de los consumidores de los productos y servicios de la organización.
9. Comprenderá y aplicará los criterios fundamentales, internacionales y nacionales, para medir y reportar éticamente y con la mayor objetividad posible el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial y organizacional más allá de las certificaciones con mero sentido de relaciones públicas.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Responsabilidad social empresarial: surgimiento y trascendencia	5	0
2	La responsabilidad social empresarial y la ética de los negocios	5	0
3	La administración integral de la responsabilidad social empresarial	5	0
4	La responsabilidad social y la sustentabilidad	6	0
5	La responsabilidad social ante los propietarios de las empresas	6	0
6	La responsabilidad social ante el personal de la organización	5	0
7	La responsabilidad social ante los proveedores	5	0
8	La responsabilidad social ante los consumidores	5	0
9	La evaluación de la responsabilidad social empresarial	6	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar): Debate	(X)	Otras (especificar)	
Perfil profesigráfico			
Título o grado	Licenciatura en alguna de las siguientes carreras: Economía, Administración, Contaduría, Administración Pública, o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Araque, R. A. (2006). <i>La responsabilidad social de la empresa a debate</i>. Barcelona: Icaria. 2. Arrieta, B. (2005). <i>La dimensión ética de la responsabilidad social</i>. Bilbao: Universidad de Deusto. 3. Brown, M. T. (2005). <i>Corporate integrity: rethinking organizational ethics, and leadership</i>. Nueva York: Cambridge University. 4. Carroll, Archie B. (1999), "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct", <i>Business and society</i>, Vol. 38, No. 3, Septiembre pp. 268-295. 5. Clutterbuck, D. (1981). <i>How to be a good corporate citizen: a manager's guide to making social responsibility work and pay</i>. London: McGraw-Hill. 6. Crane, A., Matteen, D. y Spence, L. (2013), <i>Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context</i>, 2ª ed., Routledge. 7. Mintzberg Henry (1983), "The case for corporate social responsibility", <i>Journal of Business Strategy</i>, otoño; 4, 000002; ABI/INFORM Global p.3.			
Bibliografía complementaria:			
1. Carroll, Archie B. y Kareem M. Shabana (2010), "The Business Case for Corporate Social Responsibility:A Review of Concepts, Research and Practice", <i>International Journal of Management Reviews</i>, pp. 85-105. 2. Ríos Szalay, Jorge (2016), "¿Es ético practicar la responsabilidad social corporativa con fines lucrativos? Las respuestas empresariales y académicas en tela de juicio", en Luis Montaña Hirose(coord.) <i>La responsabilidad social de las organizaciones en México. Perspectivas críticas, experiencias y debates</i>, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.			



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Inglés (4° semestre)

Clave	Semestre 4°	Créditos 7	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera		
			Etapa	Conocimientos Fundamentales		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 3		Prácticas 48
				Total 5		Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Inglés (3er semestre)
Asignatura subsecuente	Inglés (5° semestre)

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

This course has a grammar focus on the uses of common patterns of verb+object+infinitive or gerund, conditional sentences, permission, obligation, and necessity, verbs of the senses, gerunds and infinitives, language for expressing future plans and arrangements, ellipsis and substitution, compound and possessive nouns, adding emphasis and grammatical structures involving comparisons.

Objetivos específicos:

The students will get to know the different grammar structures and the use of each one.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Verb + object + infinitive or gerund	4	6
2	<i>Conditional sentences</i>	3	4
3	Permission, obligation, and necessity	3	4
4	Verbs of the senses	3	5
5	Gerunds and infinitives	3	5
6	Expressing future plans and arrangements	3	5
7	Ellipsis and substitution	4	5
8	Nouns: compound and possessive forms	3	4
9	Adding emphasis (2): cleft sentences	3	5
10	Comparison	3	4
Total		32	48
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)

Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesigráfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		

Bibliografía básica: <i>American English File 5B</i> Second Edition Christina Latham – Koenig Clive Oxeden Oxford University Press
Bibliografía complementaria: Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor Advanced Grammar in use autor Martin Hewings Grammar and Beyond autor Randi Rappen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz

Quinto semestre



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios internacionales

Programa de la asignatura

Administración Estratégica Internacional

Clave	Semestre 5°	Créditos 8	Campo de conocimiento Etapa	Administración y Negocios Intermedia		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()		Horas	
	Obligatorio E ()		Optativo E ()		Semana	Semestre
					Teóricas 3	Teóricas 48
					Prácticas 2	Prácticas 32
					Total 5	Total 80

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Desarrollará su habilidad para analizar situaciones con pensamiento estratégico para determinar una ventaja competitiva. 2. Analizará las etapas del proceso de la administración estratégica. 3. Analizará el entorno interno y externo de la organización mediante el uso de diversas técnicas de diagnóstico para conocer la situación organizacional. 4. Generará estrategias que permitan determinar la ventaja competitiva de una organización. 5. Diseñará el sistema de control que permita evaluar la estrategia y sus resultados en una situación específica. 6. Analizará situaciones específicas que permitan desarrollar el pensamiento estratégico, la discusión y el intercambio de ideas para poder proponer estrategias que generen la ventaja competitiva.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	El pensamiento estratégico y la ventaja competitiva	6	2
2	El proceso de la administración estratégica	6	4
3	Análisis interno y externo de la organización	8	6
4	Diseño e implementación de la estrategia	8	6
5	Control de la estrategia	8	6
6	Análisis de casos mediante el pensamiento estratégico	12	8
	Total	48	32
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Uso de TIC	(X)	Otras (especificar)	
Otras (especificar)			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para</i>		

	Profesores de Nuevo Ingreso (<i>Didáctica Básica</i>), que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Álvarez, A. (2007). *Estrategia, planificación y control de gestión en la empresa*. Madrid: Editorial Ra-Ma.
2. David, F. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. 14ª. ed., México: Pearson Educación.
3. Dess, G., T. Lumpkin, & A. Eisner (2003). *Dirección estratégica*. España: McGraw-Hill.
4. Fred, D. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica*. 11ª ed., México: Pearson Prentice Hall.
5. Hill, Ch., Jones, G. y Schilling, M. (2015). *Administración estratégica: un enfoque integral*. 11ª. ed., México: Cengage learning editores.
6. Hitt, M., Duane, R. (2008). *Administración estratégica: competitividad y globalización, conceptos y casos*. México: Thomson.
7. Idacochea, A. (2015). *Estrategia para el éxito de los negocios. La prospectiva empresarial: más allá del planeamiento estratégico*. México: Cengage learning.
8. Johnson, G., K. Scholes, & R. Whittington (2006). *Dirección estratégica*. 7ª. ed., Madrid: Pearson educación.
9. Luna, A. (2010). *Administración estratégica*. México: Editorial Patria.
10. Mintzberg, H. (1997). *El proceso estratégico conceptos, contextos y caso*. México: Prentice Hall.
11. Mintzberg, H., B. Ahlstrand, y J. Lampel (1999). *Safari a la estrategia: Una visita guiada por la jungla del management estratégico*. Argentina: Garnica.
12. Navas, J. y Guerras, L. (2013). *Fundamentos de dirección estratégica de la empresa*. México: Thomson Reuters – DOFISCAL.
13. Peng, M. (2015). *Estrategia global*. 3ª ed., México: CENGAGE.
14. Prieto, G. (2008). *Gestión estratégica organizacional: guía práctica para el diagnóstico empresarial*. Bogotá: Ecoe.
15. Roberts, B. (et.al). (2007). *Casos de éxito en estrategia*. México: McGraw-Hill Interamericana.
16. Rojas, M. y M, L. (2012). *Planeación estratégica*. Bogotá: Ediciones de la U.
17. Steiner, G. (2008). *Planeación estratégica*. México: Patria.
18. Strickland, T. (2004). *Administración Estratégica. Textos y Casos*. México: Mc Graw Hill.
19. Thomas W. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. México: Pearson Educación.
20. Thompson, A. (2008). *Administración Estratégica*. México. 15ª ed., McGraw-Hill Interamericana.
21. Torres Z. (2008). *Administración estratégica*. México: Editorial Patria.

Libro electrónico:

1. Etkin, J. (2005). *Gestión de la complejidad. La estrategia entre lo imprevisto y lo impensado*. México: Granica

Bibliografía complementaria:

1. Arbaiza, L. (2013) *Administración y organización*. México: Cengage learning editores.
2. Duggan, W. (2008). *Intuición estratégica, la chispa creativa en la realización humana*. Argentina: Garnica.
3. Ferrés, Juan. (2014). *Administración sistémica y estratégica: un enfoque metodológico*. Córdoba: Libryco.
4. Guerras, L. (2015). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. 4ª ed., México: Thomson Reuters – DOFISCAL.
5. Haro, G. (2007). *Lecciones de estrategia con El Padrino*. México: Pearson Educación.
6. Híjar, G. (2011). *Planeación Estratégica*. México: LIMUSA.
7. Indacoche Kaplan, R. (2005). *Cómo utilizar el cuadro de mando integral: para implantar y gestionar su estrategia*. Barcelona: Planeta De Agostini.
8. Martínez, V. (2015). *Diagnóstico administrativo holístico: planeación estratégica y metodología de análisis*. 5ª ed., México: Trillas.
9. Moore, G. (2007). *El desafío de Darwin, innovación y estrategia*. Barcelona, España: Editorial Empresa Activa.
10. Ohmae, K. (1999). *La mente del estratega*. México, McGraw-Hill.
11. Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiva*. México: Editorial Grupo Patria.
12. Prahalad, C. (2005). *La fortuna en la base de la pirámide: como crear una vida digna y aumentar las opciones mediante el mercado*. Argentina: Garnica.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Plan de negocios

Clave	Semestre 5°	Créditos 8	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapa	Intermedia		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 3		Teóricas 48
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 5		Total 80

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Identificará los elementos que constituyen la estructura de un plan de negocio para poder realizar una idea de negocio internacional.
2. Desarrollará estrategias creativas para generar una idea de negocio internacional.
3. Diseñará los aspectos generales de la organización que sustente la idea de negocio para identificar los factores internos y externos que le impactan para desarrollar la idea de negocios.
4. Identificará las características y necesidades del mercado meta para poder desarrollar la idea de negocio internacional.
5. Diseñará la proyección de la estructura organizacional de su idea de negocios para poder comprender las necesidades económicas y de infraestructura necesaria para llevar a cabo la idea de negocio.
6. Desarrollará las especificaciones y procesos que se requieran para asegurar la calidad de la idea de negocio internacional.
7. Determinará los factores legales y ambientales que permitan que la idea de negocio se desarrolle contemplando las leyes locales del país donde ésta se genere y la responsabilidad social de la misma idea.
8. Determinará los factores económico-financieros que se requieren con el objeto de definir la factibilidad para llevar a cabo la idea de negocio internacional.
9. Elaborará en dos cuartillas un resumen que permita explicar a los inversionistas la confiabilidad y factibilidad de llevar a cabo la idea de negocio internacional.
10. Diseñará el modelo de negocios CANVAS para diseñar la forma en que caracterizará la idea de negocios en un mercado internacional determinado.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Elementos que integran un plan de negocio	4	2
2	Descripción de la idea de negocio	6	4
3	Descripción de la organización	4	2
4	Estudio mercadológico	6	4
5	Estudio administrativo	4	4
6	Estudio técnico	6	4
7	Estudio legal y ambiental	4	2
8	Estudio financiero (contable-fiscal)	6	4
9	Resumen ejecutivo	2	2
10	Modelo Canvas	6	4
	Total	48	32
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)

Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Uso de TIC	(X)	Otras (especificar)	
Otras (especificar)			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México		
Bibliografía básica:			
1. Castillejo, M. (2015) <i>Plan estratégico de negocios</i>. México: Patria. 2. Flores, J. (2015). <i>Plan de negocio</i>. México: Ediciones de la U. 3. Pedraza, O. (2014). <i>Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa</i>. México: Patria. 4. Prieto, C. (2014). <i>Emprendimiento. Conceptos y plan de negocios</i>. México: Pearson Educación. 5. Stutely, R. (2015). <i>Cómo elaborar un plan de negocios</i>. México: Trillas.			
Bibliografía complementaria:			
1. Holm, S. (2010) <i>Su plan de negocios en 7 pasos</i>. México: Panorama. 2. Muñiz, L (2010). <i>Guía práctica para mejorar un plan de negocios</i>. México: Bresca.			



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Seminario de Negocios Internacionales I

Clave	Semestre 5°	Créditos 3	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos globales		
			Etapas	Intermedia		
Modalidad	Curso () Taller () Lab () Sem (X)		Tipo	T () P (X) T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas	0	Teóricas	0
			Prácticas	3	Prácticas	48
			Total	3	Total	48

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará la situación actual de los Negocios Internacionales como disciplina en los contextos locales y globales para evaluar retos y perspectivas de su área profesional. 2. Indagará temas actuales del campo de Negocios Internacionales en lecturas técnicas y aplicadas. 3. Elaborará cuestionamientos a especialistas de diferentes escenarios empresariales y de negocios para sustentar la reflexión sobre los Negocios Internacionales. 4. Asumirá una postura crítica e informada sobre los fenómenos que inciden en el quehacer empresarial integrando aspectos económicos, sociopolíticos ambientales y éticos.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Negocios en un mundo globalizado	0	12
2	Estrategias de negocios de empresas multinacionales	0	12
3	Dilemas éticos vinculados a los negocios internacionales	0	12
4	Debate sobre proteccionismo y libre mercado	0	12
Total		0	48
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	(X)	Otras (especificar)	
Búsqueda, análisis y síntesis de lecturas técnicas y aplicadas al tema correspondiente.			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Economía, Relaciones Internacionales o equivalentes. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Hill, C. (2015) <i>Negocios Internacionales</i> . (10 Ed.). México: McGraw-Hill.			
2. Luthans, F. y Doh, J. P. (2015). <i>International Management: Culture, Strategy and Behavior</i> (9th Ed.). USA: McGraw Hill.			
3. Osterhammel, J., Petersson, N. y Geyer, D. (2009). <i>Globalization: A Short History</i> . USA: Princeton University Press.			
4. Schaffer, R., Agusti, F., y Dhooge, L.J. (2015). <i>International Business Law and Its Environment</i> (9a Ed.). UK: Cengage Learning.			

5. Stiglitz, J.E. (2003). *Globalization and Its Discontents*. New York: Northon and Company.

Bibliografía complementaria:

1. Kim, W. C., & Hwang, P. (1992). Global strategy and multinationals' entry mode choice. *Journal of International Business Studies*, 23(1), 29.
2. Lombana Coy, J. (2012). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Barranquilla: Universidad del Norte.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Inglés (5° semestre)

Clave	Semestre 5°	Créditos 7	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera		
			Etapa	Intermedia		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas		
	Obligatorio E ()	Optativo E ()	Semana		Semestre	
			Teóricas 2		Teóricas 32	
			Prácticas 3		Prácticas 48	
			Total 5		Total 80	

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Inglés (4° semestre)
Asignatura subsecuente	Inglés (6° semestre)

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

Everything through the use of case studies about business, problem solving, organization and

research of new ideas.
Objetivos específicos:
The students will have the ability to communicate with others to manage projects as in real life.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Talking about first impressions professionalism, reputation, innovation, etc.	8	12
2	Motivation incentive scheme, annual bonus etc.	8	12
3	Managing projects unrealistic budget, ahead of schedule, budget constraints, etc.	8	12
4	Ideas and innovations technological breakthrough, revolutionary idea, etc.; Phrasal verbs	8	12
Total		32	48
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de		

	conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
--	---

Bibliografía básica:

Business Result. Upper-intermediate Student's Book

Michael Duckworth & Rebecca Turner

Oxford University Press

Bibliografía complementaria:

Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor

Advanced Grammar in use autor Martin Hewings

Grammar and Beyond autor Randi Reppen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz

Sexto semestre



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Estancia de Prácticas Profesionales

Clave	Semestre 6°	Créditos 26	Área				
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios, Economía y Asuntos Globales			
			Etapas	Intermedia			
Modalidad	Curso () Taller (X) Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	1	Teóricas	16
				Prácticas	24	Prácticas	384
				Total	25	Total	400

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará el contexto nacional e internacional de la empresa multinacional elegida.
2. Analizará la información financiera disponible para evaluar el estado de la empresa.

3.	Evaluará las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.		
4.	Realizará un diagnóstico de los retos y desafíos que enfrenta la empresa.		
5.	Realizará un informe con los resultados obtenidos.		
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Diagnóstico del contexto nacional e internacional	4	80
2	Análisis económico-financiero de la empresa	4	96
3	Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.	4	96
4	Integración y presentación de resultados	4	112
Total		16	384
Suma total de horas		400	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	()
Prácticas de campo	(X)	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Informe de la estancia	(X)
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Economía, Relaciones Internacionales, Administración o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Hill, C. (2015) <i>Negocios Internacionales</i> . (10 Ed.). México: McGraw-Hill.			
2. Luthans, F. y Doh, J. P. (2015). <i>International Management: Culture, Strategy and Behavior</i> (9th Ed.). USA: McGraw Hill.			
3. Schaffer, R., Agusti, F., y Dhooge, L.J. (2015). <i>International Business Law and Its Environment</i> (9a Ed.). UK: Cengage Learning.			
Bibliografía complementaria:			
1. Lombana Coy, J. (2012). <i>Negocios internacionales: fundamentos y estrategias</i> . Barranquilla: Universidad del Norte.			



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Seminario de Negocios Internacionales II

Clave	Semestre 6°	Créditos 3	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos globales		
			Etapas	Intermedia		
Modalidad	Curso () Taller () Lab () Sem (X)		Tipo	T () P (X) T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 0	Teóricas 0		
			Prácticas 3	Prácticas 48		
			Total 3	Total 48		

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará la situación actual de la regulación en el ámbito de los negocios internacionales. 2. Indagará temas actuales de regulación en lecturas técnicas y aplicadas. 3. Elaborará cuestionamientos a especialistas de diferentes escenarios empresariales y de negocios para sustentar la reflexión sobre la regulación y su incidencia en los Negocios Internacionales. 4. Asumirá una postura crítica e informada sobre los fenómenos que inciden en el quehacer empresarial integrando aspectos económicos, sociopolíticos ambientales y éticos.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Diferentes formas de regulación y su incidencia en los negocios	0	12
2	Regulación de mercados	0	12
3	Regulación y desarrollo sustentable	0	12
4	Tributación y paraísos fiscales	0	12
Total		0	48
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	(X)	Otras (especificar)	
Búsqueda, análisis y síntesis de lecturas técnicas y aplicadas al tema correspondiente.			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Economía, Relaciones Internacionales o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Hill, C. (2015) <i>Negocios Internacionales</i> . (10 Ed.). México: McGraw-Hill.			
2. Luthans, F. y Doh, J. P. (2015). <i>International Management: Culture, Strategy and Behavior</i> (9th Ed.). USA: McGraw Hill.			
3. Schaffer, R., Agusti, F., y Dhooge, L.J. (2015). <i>International Business Law and Its Environment</i> (9a Ed.). UK: Cengage Learning.			
4. Stigler, G. (1971). "The Theory of Economic Regulation." <i>Bell Journal of Economics and Management</i> 2(1).			
5. Stiglitz, J. (2000). <i>La economía del sector público</i> . (3ª Ed.) España: Antoni Bosch.			

Bibliografía complementaria:

1. Lombana Coy, J. (2012). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Barranquilla: Universidad del Norte.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Inglés (6° semestre)

Clave	Semestre 6°	Créditos 7	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera		
			Etapa	Intermedia		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 3		Prácticas 48
				Total 5		Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Inglés (5° semestre)
Asignatura subsecuente	Inglés (7° semestre)

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

Dealing with customer service problems, promoting ethical business, resolving an expansion

crisis and making a case for outsourcing.
Objetivos específicos:
The student will have the ability to communicate with others in order to solve problems.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Custom service courteous, sub-standard; etc.	8	12
2	Ethical business act responsibly, reduce the impact; credibility, etc.	8	12
3	Personality and decision-making rational, instinctive; consider all the options, etc.	8	12
4	Outsourcing offshore location; streamline operation, achieve lower overhead, etc.	8	12
Total		32	48
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores		

	fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
--	--

Bibliografía básica:

Business Result. Upper-intermediate Student's Book

Michael Duckworth & Rebecca Turner

Oxford University Press

Bibliografía complementaria:

Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor

Advanced Grammar in use autor Martin Hewings

Grammar and Beyond autor Randi Reppen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz

Séptimo semestre



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Seminario de Negocios Internacionales III

Clave	Semestre 7°	Créditos 3	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos globales		
			Etapas	Profundización		
Modalidad	Curso () Taller () Lab () Sem (X)		Tipo	T () P (X) T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas	0	Teóricas	0
			Prácticas	3	Prácticas	48
			Total	3	Total	48

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará la situación actual de las innovaciones tecnológicas y sus repercusiones en los Negocios Internacionales. 2. Indagará sobre innovación y desarrollo tecnológico en lecturas técnicas y aplicadas. 3. Elaborará cuestionamientos a especialistas de diferentes escenarios empresariales y de negocios para sustentar la reflexión sobre los Negocios Internacionales. 4. Asumirá una postura crítica e informada sobre los fenómenos que inciden en el quehacer empresarial integrando aspectos económicos, sociopolíticos ambientales y éticos.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Los negocios y la innovación tecnológica	0	12
2	Inversión en investigación y desarrollo	0	12
3	Sectores tecnológicos con alto potencial de crecimiento	0	12
4	Desafíos vinculados al desarrollo tecnológico	0	12
Total		0	48
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	(X)	Otras (especificar)	
Búsqueda, análisis y síntesis de lecturas técnicas y aplicadas al tema correspondiente.			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Economía, Relaciones Internacionales o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Bower, J.L. y Christensen, C.M. () Disruptive technologies: catching the wave. <i>Harvard Business Review</i> 73, no. 1 (January–February 1995): 43–53.			
2. Hill, C. (2015) <i>Negocios Internacionales</i> . (10 Ed.). México: McGraw-Hill.			
3. Luthans, F. y Doh, J. P. (2015). <i>International Management: Culture, Strategy and Behavior</i> (9th Ed.). USA: McGraw Hill.			
4. McKinsey Global Institute (2016). <i>Digital Globalization: The New Era of Global Flows</i> . Londres: McKinsey & Company.			
5. Schaffer, R., Agusti, F., y Dhooge, L.J. (2015). <i>International Business Law and Its Environment</i> (9a Ed.). UK: Cengage Learning.			

Bibliografía complementaria:

1. Lombana Coy, J. (2012). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Barranquilla: Universidad del Norte.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Inglés (7° semestre)

Clave	Semestre 7°	Créditos 7	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera	
			Etapa	Profundización	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas	
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana	Semestre
				Teóricas 2	Teóricas 32
				Prácticas 3	Prácticas 48
				Total 5	Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Inglés (6° semestre)
Asignatura subsecuente	Inglés (8° semestre)

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

The students will get in Case study, negotiating a repatriation package, using contacts to help in business, solving a communication problem, increasing operational efficiency using first and second conditionals, present perfect simple and continuous, modal verbs, future continuous, future perfect and probability.
Objetivos específicos:
The students will manage the 4 English abilities in order to achieve goals.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Changing jobs	8	12
	Keeping staff early retirement, relocation; job mobility, etc.		
2	Starting up a new business gap in the market, etc. ; adverb + adjective	8	12
3	Communications collaborate with, have access to, etc.; word families	8	12
4	Talking about change	8	12
	Resist, react, ambivalent, etc.; phrasal verbs		
Total		32	48
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es		

	requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:	
Business Result. Upper-intermediate Student's Book Michael Duckworth & Rebecca Turner Oxford University Press	
Bibliografía complementaria:	
Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor Advanced Grammar in use autor Martin Hewings Grammar and Beyond autor Randi Reppen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz	

Octavo semestre



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Seminario de Negocios Internacionales IV

Clave	Semestre 8°	Créditos 3	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos globales		
			Etapas	Profundización		
Modalidad	Curso () Taller () Lab () Sem (X)		Tipo	T ()	P (X)	T/P ()
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas	0	Teóricas	0
			Prácticas	3	Prácticas	48
			Total	3	Total	48

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará la situación actual de los Negocios Internacionales como disciplina en los contextos locales y globales para evaluar retos y perspectivas de su área profesional. 2. Indagará temas actuales del campo de Negocios Internacionales en lecturas técnicas y aplicadas. 3. Elaborará cuestionamientos a especialistas de diferentes escenarios empresariales y de negocios para sustentar la reflexión sobre los Negocios Internacionales. 4. Asumirá una postura crítica e informada sobre los fenómenos que inciden en el quehacer empresarial integrando aspectos económicos, sociopolíticos ambientales y éticos.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Principales tendencias de los mercados globales rumbo a 2050	0	12
2	Negocios e innovación social	0	12
3	Negocios y sustentabilidad	0	12
4	Oportunidades de negocio en mercados emergentes	0	12
Total		0	48
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)	(X)	Otras (especificar)	
Búsqueda, análisis y síntesis de lecturas técnicas y aplicadas al tema correspondiente.			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Economía, Relaciones Internacionales o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Hill, C. (2015) <i>Negocios Internacionales</i> . (10 Ed.). México: McGraw-Hill.			
2. Luthans, F. y Doh, J. P. (2015). <i>International Management: Culture, Strategy and Behavior</i> (9th Ed.). USA: McGraw Hill.			
3. Schaffer, R., Agusti, F., y Dhooge, L.J. (2015). <i>International Business Law and Its Environment</i> (9a Ed.). UK: Cengage Learning.			

Bibliografía complementaria:

1. Lombana Coy, J. (2012). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Barranquilla: Universidad del Norte.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Inglés (8° semestre)

Clave	Semestre	Créditos	Campo de conocimiento	Lengua Extranjera	
	8°	7	Etapas	Profundización	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio (X)		Optativo ()	Horas	
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana	Semestre
				Teóricas 2	Teóricas 32
				Prácticas 3	Prácticas 48
				Total 5	Total 80

Seriación	
Ninguna ()	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa (X)	
Asignatura antecedente	Inglés (7° semestre)
Asignatura subsecuente	Ninguna

Objetivo general: To review and strengthen the student's language competence by including the four abilities: speaking, reading, writing and listening, in addition to grammatical and vocabulary points related to their level and that are provided in context. To help them practice the language by means of in-class discussions and different dynamics.

Reaching target markets online, Investigating an intercultural communications problem, overcoming business setbacks, applying for a community placement, using reported speech review, narrative tenses – past continuous, past simple and past perfect, third and mixed conditionals, perfect modals, -Ing form and infinitive.
Objetivos específicos: The students will be able to establish a business conversation, write papers, and listen to conversations related to international business.

Índice Temático			
Tema		Horas	
Unidad		Teóricas	Prácticas
1	Numbers and trends Just over, slightly less than; rise substantially, etc.	8	12
2	Cultural differences hierarchical, risk-taking; sensitive to, etc.	8	12
3	Staff appraisals monitor performance, assessment criteria, etc.; phrasal verbs	8	12
4	Taking a career break Perspective, career development, etc.	8	12
Total		32	48
Suma total de horas		80	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesigráfico			
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o Administración con certificaciones en la enseñanza del idioma inglés.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es		

	requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica: <i>Business Result. Upper-intermediate Student's Book</i> Michael Duckworth & Rebecca Turner Oxford University Press
Bibliografía complementaria: Essential Grammar in use, autor Raymond Murphy y Helen Naylor Advanced Grammar in use autor Martin Hewings Grammar and Beyond autor Randi Reppen, Laurie Blass, Susan Iannuzzi, Alice Savage, John Bunting, Luciana Diniz

Optativas Asuntos Globales



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Globalización y Empleo

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Distinguirá la evolución de las relaciones laborales que se explican por la globalización.

2. Contrastará las relaciones laborales existentes en distintos países y los orígenes de sus diferencias. 3. Discutirá la forma en la que las relaciones laborales son reguladas en una economía global. 4. Reconocerá la importancia de una visión ética sobre las relaciones laborales. 5. Discutirá los efectos en la distribución del ingreso de las relaciones laborales en un mundo globalizado.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Evolución de las relaciones laborales y globalización	8	4
2	La situación del empleo en distintos países	10	6
3	Regulación laboral y globalización	6	12
4	Distribución del ingreso, empleo y globalización	8	10
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesigráfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Bamber, G.J., Lansbury, R.D., y Wailes, N. (2011). *International & Comparative Employment Relations: Globalisation and Change*. England: Sage Publications.
2. Rothstein, S. (2016). *When good jobs go bad. Globalization, de-unionization, and declining job quality in the North American Auto Industry*. Union States: Rutgers.
3. Stone, K., Dagnino, E. y Fernández, M.S. (2017). *Labour in the 21st Century. Insights into a Changing World of Work*. United Kingdom: Cambridge Scholars Publishing.

Bibliografia complementaria:

1. Davulis, T. y Petrylaité, D. (2012). *Labour Regulation in the 21st Century: In Search of Flexibility and Security*. United Kingdom: Cambridge.
2. Pilati, M., Sheik, H., Sperotti, F. y Tilly, C. (2015). *How Global Migration Changes the Workforce Diversity Equation*. United Kingdom: Cambridge Scholars Publishing.
3. Sargeant, M. y Ori, M. (2013). *Vulnerable Workers and Precarious Working*. United Kingdom: Cambridge Scholars Publishing.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Gobierno, Gestión de Energía y Recursos Naturales

Clave	Semestre 5°, 7°u 8°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas	2	Teóricas	32
			Prácticas	2	Prácticas	32
			Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Identificará los conceptos económicos relevantes para la gestión de recursos naturales.

2. Reconocerá las propuestas de solución pública y sus implicaciones para la administración de recursos naturales.
3. Analizar los aspectos relevantes de la gestión de recursos naturales en el mundo a través de casos específicos: aire, agua y energía, entre otros.
4. Analizar los aspectos relevantes de la gestión de recursos energéticos renovables y no renovables.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la gestión de recursos naturales	8	4
2	Economía y soluciones públicas en la administración de recursos naturales	8	8
3	Gestión de recursos naturales y estudios de caso	8	8
4	Administración de recursos energéticos: renovables y no renovables	8	12
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Callan, S.K. y Thomas J.M. (2013). *Environmental economics & management: theory, policy, and applications*. USA: Cengage Learning.
2. Koehene, N.O. y Olmstead S.M. (2007). *Markets and the environment*. USA: Island Press.
3. Mäler, K.G. y and Vincent, J.R. (2005). *Handbook of Environmental Economics* (Vol. 3). USA: Elsevier.
4. Miller G.T.Jr. (2009). *Ciencia ambiental: desarrollo sostenible. Un enfoque integral*. México: Cengage Learning.

5. Sandmo, A. (2015). The Early History of Environmental Economics. *Review of environmental economics and policy* 9(1): 43-63

Bibliografía complementaria:

1. Cámara de Diputados (2014). *Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente*. México: Cámara de Diputados.
2. CONABIO (2009). *Capital natural de México. Síntesis "Conocimiento actual Evaluación y Perspectivas de sustentabilidad"*. México: CONABIO.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Mercados Emergentes

Clave	Semestre 5°, 7°u 8°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Identificará algunos de los factores institucionales relevantes que explican el buen desempeño económico de un país.

2. Describirá las características de un mercado emergente, en particular sus fortalezas, debilidades y riesgos. 3. Contrastará las características específicas de distintos mercados emergentes del mundo. 4. Resolverá casos donde se aborden las diferencias y similitudes entre México y otros países emergentes con el fin de vislumbrar oportunidades de negocios. 5. Descubrirá las estrategias de negocio a implementar en estos mercados.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Instituciones y desempeño económico	6	2
2	Características de los mercados emergentes	6	4
3	Riesgos asociados a los mercados emergentes	6	6
4	Revisión de casos de los mercados emergentes de alto crecimiento –China, India, Rusia, Brasil y Sudáfrica–	8	10
5	Estrategias de negocio en mercados emergentes	6	10
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesigráfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía, Administración o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Acemoglu, D. y Robinson, J. (2012). *Why nations fail. The origins of power, prosperity, and poverty*. United States: Crown Publishers.
2. Gillespie, K. y Hennessey, D. (2016). *Global marketing*. United States: Routledge.
3. Serkin, G. (2015). Frontier. *Exploring the top the emerging markets of tomorrow*. United States: Bloomberg News.

Bibliografía complementaria:

1. Harvard Business Review (2011). *Thriving in emerging markets*. United States: Harvard Business School Publishing Corporation.
2. Ranjith, V.K. (2016). Business Models and Competitive Advantage. *Procedia Economics and Finance*, vol. 37, p. 203-207.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Migración y Desarrollo

Clave	Semestre 5°, 7°u 8°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Asuntos globales			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Reconocerá diferentes dimensiones de la migración. 2. Distinguirá la relevancia de los factores económicos en los procesos migratorios. 3. Reconocerá los elementos fundamentales de los derechos humanos en el tema de migración. 4. Describirá las particularidades de distintos procesos migratorios. 5. Contrastará los efectos en los procesos individuales y sociales de los procesos migratorios tanto en los países expulsores como en los países receptores.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción al estudio de la migración	6	6
2	Regionalización de la migración	6	6
3	Derechos humanos y migración	6	6
4	Situación y particularidades de las poblaciones migrantes: estudios de caso	8	8
5	Consecuencias individuales y sociales de la migración	6	6
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en el área de Ciencias Sociales, preferentemente: Relaciones Internacionales, Ciencia Política, Sociología, Antropología, Economía. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Ariza, M. y Porte, A. (coord.) (2007). <i>El país transnacional. Migración mexicana y cambio social a través de la frontera</i> . México: IIS, UNAM. 2. Barry, C.C. y Miller, P.W. (2015). <i>Handbook of the Economics of International Migration</i> (Vol. 1). Oxford: Elsevier.	

3. Castles S. y Delgado R. W. (Coord.) (2007). *Migración desarrollo: y perspectivas desde el sur*. Colección Desarrollo y Migración. México: Miguel Ángel Porrúa, UAZ, RIMD, SEGOB, INM, CONAPO, IMI.
4. Castles, S. (2007). "Una comparación de la experiencia de cinco importantes países de emigración", en Stephen Castles y Raúl Delgado Wise, coords., *Migración y desarrollo: perspectivas desde el sur*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas/Miguel Ángel Porrúa, pp. 275-308.
5. Collier, P. (2015). *How migration is changing our world*. USA: Oxford University Press.
6. García Z. R. y Orozco M. (coord.) (2009), *Migración internacional, remesas y desarrollo local en América Latina y el Caribe*, Colección Desarrollo y Migración. México: Miguel Ángel Porrúa, UAZ, Inter-American Dialogue.
7. Márquez, C.H. (2012). *Diccionario crítico de migración y desarrollo*. Colección Desarrollo y Migración. México: Miguel Ángel Porrúa, UAZ, UNESCO y RIMD.
8. Newland, K. (1999). Workers of the World, Now What? *Foreign Policy*, 114: 52-65.

Bibliografía complementaria:

1. Durand, J. (2005). "Ensayo teórico sobre la migración de retorno: el principio del rendimiento decreciente", en Raúl Delgado Wise y Beatrice Kneer, coords., *Contribuciones al análisis de la migración internacional y el desarrollo regional en México*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas/Miguel Ángel Porrúa, pp. 309-318.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Movimientos Sociales y Sociedad Civil en Mercados Emergentes

Clave	Semestre	Créditos	Área		
	5°, 7°u 8°	6	Campo de conocimiento	Asuntos Globales	
			Etapas	Intermedia o Profundización	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas	
	Obligatorio E () Optativo E ()			Semana	
				Teóricas	2
				Prácticas	2
				Total	4
				Semestre	
				Teóricas	32
				Prácticas	32
				Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Reconocerá las teorías que explican la formación de movimientos sociales en los siglos XX y XXI.

2.	Identificará las razones históricas que han generado movimientos sociales en el mundo.		
3.	Adquirirá nuevas herramientas para analizar el contexto político y social en los mercados emergentes.		
4.	Analizará las consecuencias de la globalización en la movilización social, así como las diferentes estrategias de las organizaciones civiles y sus movimientos políticos.		
5.	Identificará las diferencias entre organizaciones de la sociedad civil y movimientos sociales masivos.		
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Teoría de los movimientos sociales	8	4
2	Descontento social y participación ciudadana en la economía global	6	6
3	Movimientos sociales en mercados emergentes	6	8
4	La participación civil como una forma de resistencia	6	8
5	Estrategias de protesta en mercados emergentes	6	6
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar): Debate en clase	(X)	Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Ciencia Política, Sociología o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Adame, M.A. (2014). *Movimientos sociales, políticos, populares y culturales. La disputa por la democracia y el poder en el México neoliberal*. México: Ítaca.
2. Almeida, P. (2007). "Defensive Mobilization: Popular Movements Against Adjustment Policies in Latin America" en *Latin American Perspectives*. 34 (3): 123-139.
3. Gurr, T. (2011) [1970] *Why Men Rebel*. USA: Routledge.
4. Knight, A. (2001). "Democratic and Revolutionary Traditions in Latin America". *Latin American Research* 20 (2): 147-186.

5. Lichbach, M. I. (1998). *The Rebel's Dilemma*. USA: University of Michigan.
6. Mancur, O. (1971) [1965]. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. USA: Harvard University Press.
7. Scott, J. C. (1987). *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance*. USA: Yale University Press.
8. Stokes, S. (1991). "Politics and Latin America's Urban Poor: Reflections from a Lima Shantytown". *Latin American Research Review*. 26 (2): 75-101.
9. Tarrow, S. (1998). *Power in Movement. Social Movements and Contentious Politics*, (2^a Ed.). USA: Cambridge University Press.
10. Tilly, C. (1978). *From Mobilization to Revolution*. USA: McGraw Hill.
11. Yashar, D. (2007). "Resistance and Identity Politics in the Age of Globalization". *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 610: 160-181.

Bibliografía comentaria:

1. Bobes, V.C. (2002) "Movimientos sociales y sociedad civil: una mirada desde América Latina". *Estudios sociológicos*. 20 (59): 371-386.
2. Brachet-Márquez, V. (1992). "Expaining Sociopolitical Change in Latin America". *Latin American Research Review*. 27 (3): 91.122.
3. Buechler, S. (1995) "New Social Movement Theories". *The Sociological Quarterly*. 36 (3): 441-464.
4. Della Porta, D. (2006). *Social movements, political violence, and the state*. USA: Cambridge University Press.
5. Hirschman A. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. USA: Harvard University Press.
6. Levy, D. C. (1991). "The Decline of Latin America Student Activism". *Higher Education* 22 (2): 145-155.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Política Económica en América Latina y el Caribe

Clave	Semestre 5°, 7°u 8°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas	2	Teóricas	32
			Prácticas	2	Prácticas	32
			Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Reconocerá el panorama de la situación económica, política y social de los países latinoamericanos y caribeños.
2. Fundamentará las interrelaciones políticas, económicas y sociales en la región.

3. Identificará los principales procesos de integración en la región. 4. Distiguirá los límites y posibilidades del diseño e implementación de políticas económicas similares para enfrentar temas comunes. 5. Evaluará los principales desafíos de la región en el siglo XXI en los ámbitos económico-comercial, político, social y ambiental.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Panorama de la situación económica, política y social de los países latinoamericanos y caribeños	6	4
2	Análisis de la política económica en América Latina y el Caribe en los últimos años	8	6
3	Procesos de integración en América Latina y el Caribe	6	6
4	Relaciones comerciales entre América Latina y el resto del mundo	6	8
5	Desafíos económicos, políticos, sociales y ambientales que enfrentan los países latinoamericanos y caribeños en el siglo XXI	6	8
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Barcelona, A., Prado, A., y Abeles, M. (2015). *Estructura productiva y política macroeconómica: enfoques heterodoxos desde América Latina*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL.
2. Bertola, L. y J.A. Ocampo (2012). *The Economic Development of Latin America Since Independence*: USA: Oxford University Press.
3. CEPAL (2016). *Relaciones económicas entre América Latina y el Caribe y China: oportunidades y desafíos*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL.

4. CEPAL (2017) *Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe 2016: la región frente a las tensiones de la globalización*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL.
5. CEPAL (2017). *Panorama Económico y Social de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL.
6. Comisión Económica para América Latina y el Caribe y el Instituto de Estudios Fiscales (2014). *Los efectos de la política fiscal sobre la redistribución en América Latina y la Unión Europea*. Madrid: Eurosocietal, CEPAL.

Bibliografía complementaria:

1. McKinsey Global Institute (2016). *Digital Globalization: The New Era of Global Flows*. Londres: McKinsey & Company.
2. Valladao, A. (2014). *Masters of the algorithms: the geopolitics of the new digital economy from Ford to Google*. Washington: The German Marshall Fund of the United States.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Política Económica en América del Norte

Clave	Semestre 5°, 7°u 8°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Asuntos Globales			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Reconocerá las fuertes interrelaciones políticas, económicas, sociales entre México, Estados Unidos y Canadá.

2. Analizará de forma reflexiva las razones que llevaron a la integración del bloque económico y comercial de América del Norte y los procesos que llevaron a su formalización. 3. Contrastará las pérdidas y ganancias que han experimentado México, Estados Unidos y Canadá en su integración como bloque económico y comercial, así como los retos y posibilidades para su sostenimiento. 4. Distiguirá los límites y posibilidades del diseño e implementación de políticas económicas internas y conjuntas de las tres naciones.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Panorama de la situación económica, política y social de los países de América del Norte	6	2
2	Proteccionismo y libre comercio	4	2
3	Desarrollo económico de Canadá, Estados Unidos y México	8	6
4	Proceso de integración económica y comercial de América del Norte	4	10
5	Pérdidas y ganancias socioeconómicas de la integración de América del Norte: a nivel país y como bloque	10	12
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Bow, B. y Greg, A. (2015). <i>Regional Governance in Post-NAFTA North America</i> . United States: Routledge. 2. Jovanović, M. N. (2015). <i>The Economics of International Integration</i> . United Kingdom: Edward Elgar.	

Bibliografía complementaria:

1. Anderson, G. (2012). The uncertain politics of North American economic integration. En Castro-Rea, J. (ed.). *Our North America: Social and political issues beyond NAFTA*. USA: Ashgate, p. 45-66.
2. Clarkson, S. (2007). Does North America exist? Transborder governance after NAFTA and the Security and Prosperity Partnership. *Norteamérica* 2, no. 2, p. 85-104.
3. Clyde, G., Hufbauer. C.C., y Moran, T. (2014). *NAFTA at 20: Misleading Charges and Positive Achievements*. Washington: Peterson Institute for International Economics.
4. Faux, J. (2013). *NAFTA's impact on US workers*. Washington: Economic Policy Institute.
5. Feenstra, R.C. (1992). How Costly is Protectionism? *Journal of Economic Perspectives*, 6 (3), p. 159-178.
6. Gutiérrez-Hazes, T. (2008). The roots of North American economic development. En Abu-Laban, Y., Jhappa. R., y Rocher, F. (Eds.). *Politics in North America: Redefining Continental Relations*. Canada: Broadview Press. pp. 71-96.
7. Resnick, P. (2012). *The labyrinth of North American identities*. Canadá: University of Toronto Press.
8. Weisbrot, M., Lefebvre S. y Sammut, J. (2014). *Did NAFTA help Mexico? An assessment after 20 years*. Washington: Center for Economic and Policy Research.

Optativas Administración y Negocios



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Administración de Inversiones

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas			
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Analizará los principales modelos de valuación de acciones y bonos. 2. Comprenderá los problemas de las estrategias en inversiones internacionales. 3. Identificará la información clave necesaria para los administradores de inversiones. 4. Analizará la situación actual de los mercados internacionales. 5. Analizará la teoría de diversificación del riesgo y de portafolios de inversión. 6. Comprenderá el papel de los inversionistas y las instituciones en la administración de inversiones.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la administración de inversiones	2	0
2	Eficiencia de los mercados financieros	2	0
3	Modelos de valuación de activos financieros	6	6
4	Valuación de instrumentos de renta variable y de deuda	8	15
5	Optimización y administración de portafolios de inversión	8	8
6	Análisis de estrategias de inversión	3	3
7	Administración de fondos de inversión	3	0
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Maestría o Doctorado en áreas de finanzas, economía, administración o negocios internacionales. Dominio del idioma inglés y conocimiento en el manejo de sistemas de cómputo.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		

Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Alexander G., Sharpe W, y Bailey J., (2003), <i>Fundamentos de inversiones</i>. (3ª ed.), México: Pearson Educación. 2. Bodie, Z., Kane, A. & J. Marcus, A. (2004) <i>Principios de Inversiones</i>. (5a. ed.). México: MC-Graw Hiill. 3. Brun, X. y Moreno (2008). <i>Análisis y selección de inversiones en mercados financieros</i>. España: Profit. 4. Gitman, L. y Joehnk M. (2009). <i>Fundamentos de inversiones</i>. (10ª ed). México: Pearson Educación. 5. Reilly, F. K., Brown, Keith C., Reilly, F., (2000). <i>Investment Analysis and Portfolio Management</i>. South-Western: Educational Publishing.	
Bibliografía complementaria:	
1. Adam, S. J. A. & otros (2004) <i>Análisis Bursátil</i>. (2a. ed.), México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. 2. Elton, E. J., Gruber, M. J., Brown, S. & G. W. N. (2006) <i>Modern Portfolio Theory and Investment Analysis</i>. USA: Wiley. 3. Martin M. (2007), <i>Inversiones: instrumentos de renta fija, valoración de bonos y análisis de cartera</i>. México: Pearson Prentice Hall.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Administración de Ventas

Clave	Semestre 5°, 7°u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (x)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Reconocerá el papel estratégico de la administración de ventas en la mercadotecnia de organizaciones internacionales. 2. Conocerá y aplicará técnicas que le permitan planear, organizar, dirigir y controlar un área de ventas a nivel internacional. 3. Comprenderá las características de los diversos tipos de ventas y seleccionará los canales de venta más apropiados para cada uno de estos. 4. Comprenderá el impacto que tienen las tecnologías de la información en las ventas internacionales y diseñará estrategias que le permitan aprovecharlas y disminuir su impacto negativo. 5. Conocerá las limitaciones legales que tiene la administración internacional de ventas y reconocerá las implicaciones éticas de las prácticas de ventas.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Naturaleza y papel de las ventas en la mercadotecnia	4	2
2	La administración de las ventas en el mercado internacional	14	14
3	Características de los diversos tipos de ventas	8	8
4	Las tecnologías de la información y su impacto en la administración de las ventas	4	4
5	Aspectos legales y éticos en las ventas a nivel internacional	2	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración, Mercadotecnia, o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración.		

Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín en organizaciones públicas, privadas o del sector social. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Ávila, O. (2007). <i>Sistema Integral de Ventas</i>. México: Editorial Ra-Ma. 2. Hair, J., R. Anderson, R. Mehta y B. Babin. (2009). <i>Administración de Ventas: Relaciones y Sociedades con el Cliente</i>. México: CENGAGE LEARNING. 3. Jobber, D. (2012). <i>Administración de ventas</i>. 8ª ed. México: Pearson. 4. Johnston, M. (2009). <i>Administración de ventas</i>. 2ª ed. México: McGraw-Hill Interamericana. 5. Lerma, A. (2005). <i>Mercado-tecnia – Ventas personales y promoción de ventas y sus estrategias</i>. México: Gasca Sico. 6. Salen, H. (1999). <i>Promoción de ventas o el nuevo poder comercial</i>. España: Ediciones DDS México. 7. Stahlberg, M. (2001). <i>Shopper marketing: como incrementar las decisiones de compra en el punto de venta</i>. México: Grupo Editorial Patria. 8. Vázquez, M. (2013). <i>Deficiencias en ventas y sus soluciones</i>. México: Trillas.	
Bibliografía complementaria: 1. Ávila, O. (2005). <i>La Mercadotecnia lógica en el cambio</i>. 3ª ed. México. 2. Czinkota, R. y M. Kotable. (2001). <i>Administración de Mercadotecnia</i>. 2ª ed. México: Thomson. 3. Fernández, R. (2002). <i>Fundamentos de Mercadotecnia</i>. México: Thomson. 4. Fischer, L. y J. Espejo. (2011). <i>Mercadotecnia</i>. 4ª ed. México: Mc Graw Hill. 5. Hernández, C. y C. Maubert. (2009). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: Pearson. 6. Kotler, P. y G. Armstrong. (2001). <i>Marketing</i>. 8ª ed. México: Pearson Prentice Hall. 7. Kotler, P. y G. Armstrong. (2003). <i>Fundamentos de Marketing</i>. 6ª ed. México: Pearson Prentice Hall. 8. Lamb, C., F. Hair y C. Mc Daniel. (2002). <i>Marketing</i>. 6ª ed. México: Thomson. 9. McCarthy, J. y W. Perreault. (2001). <i>Marketing un enfoque global</i>. 13ª ed. México: McGraw Hill.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios internacionales

Programa de la asignatura

Administración de los Recursos Humanos en el Ámbito Internacional

Clave:	Semestre: 5°, 7° u 8°	Créditos: 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapa	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas: 2		Teóricas: 32
				Prácticas: 2		Prácticas: 32
				Total: 4		Total: 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

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

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Evaluará críticamente las contribuciones y desafíos de la administración de los recursos humanos en un mundo globalizado.
2. Analizará la forma en que influye la forma de operación empresarial en los procesos de la administración de recursos humanos.

3. Analizará las organizaciones internacionales que establecen las normas del trabajo, formulan políticas y elaboran programas, promoviendo el trabajo decente con perspectiva de género. 4. Analizará las diversas consideraciones culturales y personales que intervienen en el fenómeno de la globalización empresarial y la forma en que deben abordarlas los responsables de administrar los recursos humanos. 5. Comprenderá las implicaciones que tiene en las diversas funciones de la gestión de los recursos humanos la globalización de las organizaciones. 6. Identificará los sistemas de negociación internacionales que afectan el desempeño laboral de los trabajadores. 7. Analizará la problemática mundial del trabajo que le permita comprender la situación internacional. 8. Analizará diversas experiencias internacionales para considerar las diversas perspectivas sobre una situación específica.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Universalidad de los procesos de la gestión de los recursos humanos	3	3
2	Los tipos de organizaciones internacionales y la gestión de los recursos humanos	4	4
3	Organizaciones internacionales promotoras de la justicia social y de los derechos humanos y laborales reconocidos internacionalmente.	5	5
4	El impacto de la cultura en la globalización de las organizaciones y sus efectos en la gestión de los recursos humanos	4	4
5	Particularidades de las funciones de recursos humanos en organizaciones internacionales	8	8
6	La negociación laboral y el desempeño del trabajador: una perspectiva internacional	5	5
7	Problemática mundial del trabajo	3	3
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar):	(X)

		Elaborar un ensayo sobre algún tema del curso y presentarlo ante el grupo (mínimo 2,500 palabras)
Perfil profesiográfico		
Título o grado	Licenciatura en Administración o áreas afines, Maestría en Administración o experiencia equivalente.	
Experiencia docente	Haber impartido clases por tres años o más y tener evaluaciones que muestren un excelente desempeño como profesor(a). Haber aprobado el <i>Curso fundamental para profesores de nuevo ingreso (Didáctica básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, con duración de 40 horas.	
Otras características	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Haber participado en la creación de organizaciones del sector privado o social. • Experiencia directiva en empresas micro, pequeñas o medianas. • Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa. • Haber participado recientemente en cursos de actualización, docente y disciplinar, con un mínimo de 20 horas cada uno. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.	
Bibliografía básica:		
1. Dessler, G. (2009). <i>Administración de Recursos Humanos</i>. (11ª ed.), México: Pearson Educación. 2. Dolan, S., R. Valle, S. Jackson y R. Schuler (2003). <i>La gestión de recursos humanos</i>, Madrid, McGrawHill. 3. Mondy, W. (2010). <i>Administración de Recursos Humanos</i> (11ª ed.). México: Pearson. 4. Quintanilla, J. (2002). <i>Dirección de Recursos Humanos en empresas Multinacionales</i> 5. Snell, S. y G. Bohlander (2013). <i>Administración de Recursos Humanos</i> (16ª ed.). México: Cengage Learning.		
Sitio web:		
• Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (UNESCO). Dirección url: http://es.unesco.org/ • Organización Internacional del Trabajo(OIT). Dirección url: http://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm • Organización para las Naciones Unidas. (ONU). Dirección url: http://www.un.org/es/index.html		
Bibliografía complementaria:		
1. Alles, M. (2013). <i>Administración Estratégica de los Recursos Humanos. Gestión por Competencias</i>. México: Granica. 2. Louffat, E. (2013). <i>Administración de equipos humanos</i>. México: CENGAGE. 3. Rodríguez, J. (2007). <i>Administración moderna de personal</i> (7ª ed.). México: Cengage. 4. Werther, W. (2014). <i>Administración de Recursos Humanos</i> (7ª ed.). México, McGrawHill.		



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Cambio Organizacional

Clave	Semestre	Créditos	Campo de conocimiento	Administración y negocios		
	5°, 7° u 8°	6	Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)		Horas	
	Obligatorio E ()		Optativo E ()		Semana	Semestre
					Teóricas 2	Teóricas 32
					Prácticas 2	Prácticas 32
					Total 4	Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Comprenderá la importancia de administrar el cambio y su trascendencia para el aprendizaje organizacional para generar estrategias que permitan el logro de los objetivos de la organización.
2. Analizará los factores que impulsan el cambio en las organizaciones y las respuestas que sus integrantes muestran ante el cambio.
3. Identificará los factores que provocan la resistencia al cambio y las técnicas para reducirla.
4. Comprenderá los diversos tipos de cambio para lograr los objetivos de la organización.
5. Comprenderá el proceso para realizar la gestión del cambio y resolver una problemática determinada.
6. Identificará los elementos que constituyen un modelo para administrar el cambio.
7. Identificará la importancia del rol del líder para lograr la gestión del cambio.
8. Desarrollará estrategias para lograr que el esfuerzo colectivo y el aprendizaje organizacional se generen por medio de la gestión del cambio.
9. Diseñará estrategias para definir una cultura organizacional y un clima laboral que faciliten el aprendizaje organizacional que se genera con el cambio.
10. Identificará las técnicas que permitan el cambio organizacional para resolver una problemática determinada.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	El cambio organizacional	2	2
2	Factores internos y externos que impulsan el cambio	2	2
3	Resistencia al cambio	2	2
4	Tipos de cambio	2	2
5	Investigación – acción para el cambio	4	4
6	Modelo de administración del cambio de Kurt Lewin vs. Modelo French Wendell	4	4
7	Liderazgo como agente de cambio	4	4
7	Trabajo en equipo como estrategia de cambio	4	4
8	Cultura y clima organizacional frente al cambio	4	4
10	Técnicas de intervención para aplicar el cambio organizacional	4	4
	Total	32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)

Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Uso de TIC	(X)	Otras (especificar)	
Otras (especificar)			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo. • Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México		
Bibliografía básica:			
1. Burnes, B (2004). <i>Managing change</i>. 4th. Ed. FT, Prentice Hall. 2. Cummings, T. y C. Worley (2007). <i>Desarrollo organizacional y cambio</i>. 8ª ed. México: Cengage Learning. 3. Guizar, R. (2013). <i>Desarrollo Organizacional. Principios y aplicaciones</i>. México: McGrawHill 4. Newton, R. (2013). <i>Cambio organizacional</i>. México: Trillas 5. Sarlerno, A. (2009). <i>El ciclo del cambio. Cómo afrontar y sobrevivir al cambio organizacional</i>. México: Patria. 6. Senior, B y J. Fleming. (2006). <i>Organizational change</i>. 3 ed. FT, Prentice Hall. 7. Wendell, F. y R. Zawacki (2005). <i>Desarrollo Organizacional. Transformación y administración efectiva del cambio</i>. 6ª. ed. México: McGrawHill.			
Bibliografía complementaria:			
1. Gibson, J., J. Ivancevich, J. Donelly y R. Konopaske. (2013). <i>Organizaciones. Comportamiento, estructura y procesos</i>. 13ª ed. México: McGrawHill. 2. Nelson, D. y J. Campbell. (2013). <i>Comportamiento Organizacional</i>. 3ª ed. México: Cengage Learning.			



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Comercio Internacional

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación

Ninguna (X)

Obligatoria ()

Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

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

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los antecedentes del comercio internacional y las ventajas comparativas en la economía globalizada.
2. Distinguirá entre las ventajas absoluta y comparativa y la importancia del costo de oportunidad en el intercambio internacional.
3. Conocerá las curvas de indiferencia en términos de equilibrio de intercambio.

4. Comprenderá la teoría de la rotación de factores, las economías de escala en los modelos comerciales y las teorías de demandas coincidentes.
5. Conocerá los aranceles y sus efectos en el comercio internacional.
6. Analizará las barreras comerciales no arancelarias y los efectos de su eliminación.
7. Conocerá las distintas leyes y acuerdos comerciales que rigen a nuestro país en el comercio internacional.
8. Comprenderá el concepto de nación en desarrollo y la problemática que enfrenta en el comercio internacional con países desarrollados.
9. Analizará los acuerdos comerciales y sus efectos con los distintos bloques comerciales.
10. Analizará la influencia de las empresas multinacionales y su impacto en la economía nacional.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción	4	0
2	Teoría del comercio internacional	4	0
3	Equilibrio internacional	2	4
4	Aplicaciones del modelo de comercio	2	4
5	Aranceles	4	4
6	Barreras comerciales no arancelarias	2	4
7	Reglamentaciones comerciales	4	4
8	Políticas comerciales de naciones en desarrollo	4	4
9	Modelos comerciales regionales	4	4
10	Empresas multinacionales	2	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Uso de TIC	(X)	Otras (especificar)	
Otras (especificar)			
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		

Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México
Bibliografía básica: 1. Chacholiades, M. (1992). <i>Economía internacional</i>. México: McGraw-Hill. 2. Krugman, P. R. y M. Obstfeld (2000). <i>Economía internacional</i>. Madrid: McGraw-Hill. 3. Torres Gaytán, R. (1987). <i>Teorías del comercio internacional</i>. México: Siglo XXI.	
Bibliografía complementaria: 1. Larraín, F. y J. D. Sachs (2002). <i>Macroeconomía en la economía global</i>. Buenos Aires: Prentice Hall.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Comportamiento del Consumidor

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6						
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios				
			Etapa	Intermedia o Profundización				
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)			
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas				
	Obligatorio E () Optativo E ()							
					Semana		Semestre	
					Teóricas	2	Teóricas	32
					Prácticas	2	Prácticas	32
					Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará los conceptos básicos relacionados con la conducta del consumidor.
2. Interpretará datos estadísticos referentes al estudio del comportamiento del consumidor.
3. Identificará los factores externos que influyen en la conducta de los consumidores.
4. Identificará los factores internos que influyen en la conducta de los consumidores.
5. Conocerá el ambiente en que se desenvuelven los consumidores.
6. Revisará los pasos que conllevan a la decisión de compra y conocerá los motivadores que la sustentan.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Conceptos generales referentes al comportamiento del consumidor	6	0
2	Investigación aplicada al estudio del comportamiento del consumidor (cuantitativa y cualitativa)	4	8
3	Influencias internas en el comportamiento del consumidor	6	6
4	Influencias externas en el comportamiento del consumidor	6	6
5	Autoconcepto y estilo de vida	6	6
6	Proceso de decisión de compra	4	6
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración, Mercadotecnia, o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración		
Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín en organizaciones pública, privadas o del sector social.		

	Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Arellano, R. (2002). <i>Comportamiento del consumidor</i>. México: McGraw-Hill. 2. Blackwell, D., P. Miniard y F. Engel. (2002). <i>Comportamiento del consumidor</i>. (9ª ed.). México: Thomson. 3. Hawkins, I., J. Best y A. Coney. (2004). <i>Comportamiento del consumidor</i>. (9ª ed.). México: McGraw-Hill. 4. Lindstrom, M. (2009). <i>Compradición</i>. Colombia: Editorial Norma. 5. Peter, P. (2006). <i>Comportamiento del consumidor y estrategias</i>. México: McGraw-Hill. 6. Salomon, M. (2012). <i>Comportamiento del consumidor</i>. (10ª ed.). México: Pearson. 7. Schiffman L. y L. Kanuk. (2010). <i>Comportamiento del consumidor</i>. (10ª ed.). México: Pearson, Prentice Hall.	
Bibliografía complementaria:	
1. East, R., M. Wrigth & M. Vanhuele, (2008). <i>Consumer behaviour. Applications in Marketing</i> (2nd edition). Sage. 2. Fernández, R. (2002). <i>Fundamentos de mercadotecnia</i>. México: Thomson. 3. Fischer, L y J. Espejo. (2011). <i>Mercadotecnia</i>. (4ª ed). México: McGraw-Hill. 4. Hernández, C. y C. Maubert. (2009). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: Pearson. 5. Kerin, R. (2014). <i>Marketing</i>. (11ª ed.). México: McGraw-Hill. 6. Kotler, P. (2013). <i>Fundamentos de marketing</i>. (11ª ed.). México: Pearson Educación. 7. Lamb, C., J. Hair y C. McDaniel. (2014). <i>Marketing</i> (7ª ed.). México: Thomson.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios internacionales**

Programa de la asignatura

Economía Internacional

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapa	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 2	Teóricas 32	
				Prácticas 2	Prácticas 32	
				Total 4	Total 64	
Seriación						
Ninguna (X)						
Obligatoria ()						
Asignatura antecedente						
Asignatura subsecuente						
Indicativa ()						
Asignatura antecedente						
Asignatura subsecuente						

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

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los antecedentes generales de la economía internacional.
2. Distinguirá entre las diversas teorías económicas que generan políticas internacionales macroeconómicas.
3. Conocerá los diversos tipos de integración económica por regiones y zonas internacionales.
4. Comprenderá las políticas públicas que afectan a la economía internacional.
5. Analizará el entorno financiero internacional de la empresa y sus efectos colaterales entre países.

6.	Conocerá los diversos tipos de inversión extranjera en diversos tipos de mercado.		
7.	Comprenderá los modelos referentes a las políticas monetaria, fiscal y de comercio exterior.		
8.	Analizará los acuerdos comerciales y sus efectos con los distintos bloques comerciales		
9.	Comprenderá la reglamentación en el aparato importador y exportador, así como las variables económicas que influyen en el intercambio comercial.		
10.	Analizará las diversas formas de negocios internacionales con diversas políticas económicas en los mercados.		
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción	4	2
2	Teoría económica	4	4
3	Integración económica internacional	2	4
4	Políticas públicas macroeconómicas	2	2
5	Finanzas internacionales	2	2
6	Inversión extranjera	4	4
7	Modelos económicos	4	2
8	Políticas comerciales en mercados diversos	4	4
9	Políticas de comercio exterior	4	4
10	Negociaciones internacionales	2	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Uso de TIC	(X)	Otras (especificar)	
Otras (especificar)			
Perfil profesigráfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento.		

	• Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Chacholiades, M. (1992). <i>Economía internacional</i>. México: McGraw-Hill. 2. Krugman, P. R. y M. Obstfeld (2000). <i>Economía internacional</i>. Madrid: McGraw-Hill. 3. Lerma, A. y Márquez, E. (2015). <i>Comercio y marketing Internacional</i>: Cengage Learning. 4. Torres Gaytán, R. (1987). <i>Teorías del comercio internacional</i>. México: Siglo XXI.	
Bibliografía complementaria: 1. Larraín, F. y J. D. Sachs (2002). <i>Macroeconomía en la economía global</i>. Buenos Aires: Prentice Hall.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Efectos Fiscales de las Operaciones Internacionales

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Identificará los elementos a considerar en las operaciones internacionales; y los factores de vinculación como residencia, nacionalidad, y establecimiento permanente; así como determinará el acreditamiento del impuesto pagado en el extranjero. 2. Analizará las disposiciones relacionadas con la participación de extranjeros en las sociedades mexicanas y los efectos fiscales que se presentan. 3. Distinguirá los distintos tipos de ingresos percibidos por residentes en el extranjero y el régimen fiscal que les es aplicable. 4. Identificará los efectos de la doble imposición y los métodos para evitarla, así como determinará el impuesto en casos específicos. 5. Distinguirá las características del establecimiento permanente y el tratamiento fiscal que le es aplicable. 6. Explicará qué se entiende por regímenes fiscales preferentes y los efectos fiscales que se generan. 7. Explicará los efectos fiscales que se generan en la reestructuración de empresas de grupo. 8. Analizará los posibles vehículos de inversión en el extranjero y sus repercusiones fiscales en México. 9. Explicará los aspectos generales del plan BEPS de la OCDE.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Aspectos generales	4	4
2	Participación de extranjeros en sociedades mexicanas	2	2
3	Residentes en el extranjero con ingresos de fuente riqueza ubicada en México	8	8
4	Nociones fundamentales de los tratados internacionales	8	8
5	Establecimiento permanente	3	3
6	Regímenes fiscales preferentes	2	2
7	Reestructuración de empresas	2	2
8	Vehículos de inversión en el extranjero	2	2
9	Comentarios al plan BEPS de la OCDE	1	1
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Contaduría o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado en Contribuciones Fiscales.
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Compilación Fiscal, vigente, México. 2. Compilación Mercantil, vigente, México. 3. Convenio entre el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el gobierno de los Estados Unidos de América para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuesto Sobre la Renta, vigente, México 4. Convenios internacionales celebrados por México en materia fiscal, México. 5. <i>Model Tax Convention on Income and on Capital</i>. Full Version OECD, vigente. 6. Resolución Miscelánea Fiscal, vigente, México. 7. Tratados para evitar la doble tributación, vigentes, México. Sitios de Internet: Cámara de Diputados http://www.diputados.gob.mx/ Diario Oficial de la Federación http://www.dof.gob.mx Revista Consultorio Fiscal http://consultoriofiscal.unam.mx Senado de la República http://www.senado.gob.mx Servicio de Administración Tributaria http://www.sat.gob.mx	
Bibliografía complementaria: 1. Besil, J. (2006). <i>Introducción a Impuestos Internacionales</i>. México: IMCP. 2. Bettinger, H. (2010). <i>Efecto Impositivo del Establecimiento Permanente 2010</i>. México: ISEF. 3. Bettinger, H. (2015). <i>Estudio Práctico sobre los Convenios Impositivos para Evitar la Doble Tributación. Tomo I</i> (20a ed.). México: ISEF 4. Bettinger, H. (2015). <i>Estudio Práctico sobre los Convenios Impositivos para Evitar la Doble Tributación. Tomo II</i> (20a ed.). México: ISEF.	

5. Pérez, A. (2011). *Los Convenios de Doble Imposición y su Interrelación con las Medidas para Prevenir el Abuso en su Aplicación*. México: Themis.
6. Reuter, P. (2001). *Introducción al derecho de los tratados* (2a ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
7. Rohatgi, R. (2008). *Principios Básicos de Tributación Internacional*. México: Legis.
8. Uckmar, V., G. Corasanite, G. y P. De' Capitani Di Vimercate (2010). *Manual de Derecho Tributario Internacional*. Bogotá: Temis.
9. Westin, R. (1997). *Guía Fiscal para Inversiones entre México y Estados Unidos*. México: Tax.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



Plan de estudios de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Finanzas Corporativas

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:	
1. Describirá el origen y la evolución de las finanzas, especialmente, en el ámbito internacional. 2. Analizará e interpretará los estados financieros, empleando las técnicas del análisis vertical y horizontal para la toma de decisiones. 3. Identificará la planeación financiera en un contexto internacional. 4. Calculará operaciones financieras internacionales de corto plazo de la empresa, especialmente, las referidas a los cobros y pagos en el comercio internacional. 5. Evaluará a largo plazo las operaciones de inversión y de financiamiento internacionales de las organizaciones. 6. Utilizará las principales metodologías para la valuación de empresas en un ambiente global.	

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a las Finanzas	2	0
2	Análisis e interpretación de estados financieros	8	8
3	Planeación Financiera empresarial internacional	6	4
4	Administración del capital de trabajo en empresas multinacionales	6	6
5	Presupuestos de capital internacional y su financiamiento	6	8
6	Valuación de empresas internacionales: consolidación, fusión y escisión.	4	6
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Maestría o Doctorado en áreas de finanzas, administración o negocios internacionales. Dominio del idioma inglés y conocimiento en el manejo de sistemas de cómputo.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para</i>		

	<i>Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de dos años en el área de conocimiento y en el Sistema Financiero Mexicano e Internacional. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Besley & Brigham (2016). <i>Finanzas Corporativas</i> (4ª. ed.) México: CENGAGE Learning. 2. Gitman L. J. (2007). <i>Principios de Administración Financiera</i> (11ª ed.) México: Pearson. 3. Van, H. J. (2010). <i>Fundamentos de administración financiera</i> (3ª ed.) México: Pearson.	
Bibliografía complementaria:	
1. Ross, S. A., R. W. Westerfield y J. F. Jaffe (2014). <i>Finanzas Corporativas</i> (10ª ed.), México: McGraw Hill.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Finanzas Internacionales

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento Etapas	Administración y Negocios Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X)	Taller ()	Lab ()	Sem ()	Tipo	T () P () T/P (X)
Carácter	Obligatorio ()	Optativo (X)		Horas		
	Obligatorio E ()	Optativo E ()		Semana	Semestre	
				Teóricas 2	Teóricas 32	
				Prácticas 2	Prácticas 32	
				Total 4	Total 64	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

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

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará el entorno financiero internacional de la empresa, los componentes y relaciones de la balanza de pago del país.
2. Determinará el tipo de cambio de las divisas e interpretará las operaciones del mercado de divisas.

3. Calculará operaciones financieras internacionales de corto plazo de la empresa, especialmente, las referidas a los cobros y pagos en el comercio internacional. 4. Evaluará las operaciones de inversión y financiamiento internacionales a largo plazo de la empresa.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Administración financiera internacional de empresas	6	6
2	Tipo de cambio, mercado de divisas y exposición al riesgo de cambio	12	12
3	Administración del capital de trabajo en empresas multinacionales	10	10
4	Presupuestos de capital internacional y su financiamiento	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o afín. Es deseable contar con estudios de posgrado en el área de Finanzas.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el "Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)" que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia profesional mínima de dos años en el área de conocimiento y en el Sistema Financiero Mexicano. Conocimientos a nivel de comprensión del idioma inglés y en el manejo de sistemas de cómputo. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Eun, C.S. y Resnick, Bruce G. (2014). <i>Administración Financiera Internacional</i> . (4ª ed.) México: McGraw-Hill.			
2. Kozikowski. Z. (2013). <i>Finanzas Internacionales</i> . (3ª ed.), México: McGrawHill.			
3. Madura, J. (2015). <i>Administración Financiera Internacional</i> . (12ª ed.) México: Cengage Learning.			

Bibliografía complementaria:
1. Eiteman, D. K., A. I. Stonehill y M. H. Moffett (2007), <i>Multinational Business Finance</i>, UCLA: Addison Wesley Longman. 2. Levi, M. D. (2006). <i>Finanzas Internacionales</i>. (3ª ed.) México: McGraw Hill.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Gerencia de Producto

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapa	Intermedia o Profundización		
Modalidad		Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Comprenderá la importancia que tienen los productos y su adecuada gestación en la operación de las organizaciones. 2. Identificará las clasificaciones de los productos y llevará a cabo un análisis de la línea y familia de productos y servicios. 3. Vinculará el ciclo de vida del producto con las estrategias de mercadotecnia adecuadas para cumplir con las expectativas del consumidor. 4. Diseñará estrategias de mercadotecnia que permitan desarrollar productos acordes con las diferentes etapas de su ciclo de vida. 5. Identificará las características técnicas que deben cubrir los productos para competir en los mercados internacionales. 6. Conocerá los elementos que conforman una marca, así como sus regulaciones internacionales. 7. Comprenderá la importancia del envasado y etiquetado en los productos, así como su exhibición y ubicación en el punto de venta. 8. Analizará los conceptos básicos de la responsabilidad social empresarial.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Conceptualización de producto	2	2
2	Estrategias de productos y servicios por familia y línea	6	6
3	Ciclo de vida de los productos	4	4
4	Creación de productos internacionales	6	6
5	Regulaciones de marca internacional	6	6
6	Envase, empaque y embalaje internacional	4	4
7	La responsabilidad social y ecológica en el desarrollo de producto	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			

Título o grado	Licenciatura en Administración, Mercadotecnia, o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración.
Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Benoit, G. (2011). <i>Innovación, Colección la caja de herramientas</i>. México: Patria. 2. Devaux, F. (2012). <i>I+D Investigación y Desarrollo, Colección la caja de herramientas</i>. México: Patria. 3. Fishcher, L. y J. Espejo. (2011). <i>Mercadotecnia</i>. 4^a ed., México: McGraw Hill. 4. Klirchner A. (2004). <i>Guía para el desarrollo de Productos, Un enfoque práctico</i>. (3^a ed., México: Thomson. 5. Kotler, P. (2013). <i>Fundamentos de marketing</i>. (11^a ed.). México: Pearson Educación. 6. Kotler, P. y W. Pfoertsch. (2008). <i>Branding B2B, Gestión de marcas para productos industriales</i>. México: Patria. 7. Labin, J. (2009). <i>Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado</i>. México: Mc Graw Hill 8. Lane, K. (2008). <i>Administración Estratégica de Marca</i>. (3^a ed.), México: Prentice Hall. 9. Lehmann, D. (2007). <i>Administración del producto</i>. México: McGraw Hill 10. Mariotti, J. (2001). <i>Smart, Lo fundamental y lo más efectivo acerca de las marcas y el branding</i>. Colombia: McGraw Hill. 11. Otaduy, J. (2012). <i>Genoma de Marca</i>. México: LID. 12. Schnarch, A. (2001). <i>Nuevo producto, creatividad, innovación y marketing</i>. (3^a ed.), México: Mc Graw Hill. 13. Stanton, W., M. Etzel. y J. Bruce. (2003). <i>Fundamentos de Marketing</i>. (13^a ed.), México: McGraw Hill. 14. Van Laethen, N. y S. Morán. <i>Gerencia de producto</i>. México: Patria, (colección La caja de herramientas).	
Bibliografía complementaria: 1. Fernández, R. (2002). <i>Fundamentos de Mercadotecnia</i>. México: Thomson. 2. Hernández, C. y C. Maubert. (2009). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México: Pearson. 3. Kerin. R. (2014). <i>Marketing</i>. (11^a ed.), México: Mc Graw Hill. 4. Lamb, C., J. Hair y C. McDaniel. (2014). <i>Marketing</i>. (7^a ed.), México: Thomson. 5. Sandhusen, R. (2002). <i>Mercadotecnia</i>. México: CECSA.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Gobierno y Negocios

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Área			
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas			
	Obligatorio E () Optativo P ()					
			Semana		Semestre	
			Teóricas 2		Teóricas 32	
			Prácticas 2		Prácticas 32	
			Total 4		Total 64	

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Explicará el rol del Estado y su relación con el sector privado para identificar sus límites.
2. Identificará el marco regulatorio del sector público para que los servicios públicos sean más eficientes.
3. Conocerá los mecanismos de motivación, incluida la remuneración, en el servicio público.
4. Reconocerá la participación de las asociaciones público-privadas y su relación con el gobierno.
5. Identificará a la gran sociedad como generadora de igualdad de oportunidades y la calidad de vida en las organizaciones.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Estado y sector privado, funciones y límites	8	8
2	Eficiencia y regulación del sector público	8	8
3	Protección y desarrollo de los servidores públicos	6	6
4	Asociaciones público-privadas (APP)	6	6
5	Gran Sociedad, concepto e implementación	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o áreas afines.		
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para</i>		

	<i>profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Bonnin, C. (2004). <i>Principios de administración pública</i>. México: Fondo de Cultura Económica. 2. Flynn, N. (2012). <i>Public Sector Management</i>. 6ª ed., London: Sage. 3. Guerrero, O. (2010). <i>La administración pública a través de las ciencias sociales</i>. México: Fondo de Cultura Económica. 4. Klingner, D. (2002). <i>La Administración del personal en el Sector Público, contextos y estrategias</i>. 4ª ed., México: McGraw-Hill. 5. Salinas, F., M. J Rubio y I. Cerezo (2001). <i>La evolución del Tercer Sector hacia la Empresa Social</i>. Madrid: Plataforma para la Promoción del Voluntariado en España. 6. Sánchez, J. J. (2001). <i>La administración pública como ciencia</i>. México: Plaza y Valdés. 7. Shaw, S. e I. Karl (1999). <i>Voluntariado una forma de hacer y de ser</i>. Argentina: CICCUS. 8. Wren, A. (2008). <i>Competitive Perspectives on the Role of of the Steta in the Economy</i>. Oxford: OUP.	
Bibliografía complementaria:	
1. Drucker, P. (2001). <i>Dirección de instituciones sin fines de lucro</i>. Argentina: El Ateneo. 2. Verduzco, G. (2003). <i>Organizaciones no lucrativas: visión de su trayectoria en México</i>. México: El Colegio de México y Centro Mexicano para la filantropía. 3. Yunus, M. (2011) <i>Las empresas sociales</i>. Madrid: Paidos Ibérica.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Impuestos al Comercio Exterior y Tratados de Libre Comercio

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas	2	Teóricas 32
				Prácticas	2	Prácticas 32
				Total	4	Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

--	--

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá la operación del sistema aduanero mexicano, comprenderá los fundamentos constitucionales que le dan origen e identificará a los principales actores que participan en el despacho de mercancías en las aduanas.
2. Conocerá los diferentes regímenes aduaneros para que sobre ellos se puedan diseñar estrategias empresariales que busquen la eficiencia en el pago fiscal-aduanero.
3. Identificará los métodos de valoración aduanera.
4. Identificará las regulaciones no tributarias que pueden tener un fuerte impacto en las operaciones de comercio exterior e identificará el procedimiento para iniciar una investigación contra prácticas desleales en el comercio internacional.
5. Comprenderá el método de clasificación arancelaria y la determinación de los impuestos generales de importación y exportación.
6. Identificará las sanciones y delitos, así como los medios de defensa que en materia aduanera contempla el Código Fiscal de la Federación.
7. Evaluará los efectos fiscales de las operaciones aduaneras, la forma de causación o exención del IVA en las importaciones y exportaciones, así como el alcance de las disposiciones en materia de ISR para efectos de comercio exterior.
8. Comprenderá los principios rectores de los Tratados de Libre Comercio y la forma de determinar el origen de las mercancías para poder solicitar la protección de Tratado. Asimismo, disertará sobre las distintas formas de certificación en materia de origen a nivel mundial.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Sistema Aduanero Mexicano	4	0
2	Regímenes aduaneros	6	6
3	Valoración aduanera	2	2
4	Ley de Comercio Exterior	4	4
5	Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación	3	3
6	Código Fiscal de la Federación	4	4
7	Implicación del Comercio Exterior en otras leyes: IVA, ISR y LFD	4	8
8	Tratados de Libre Comercio	5	5
Total		32	32

Suma total de horas	64
----------------------------	-----------

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico

Título o grado	Licenciatura en Contaduría o equivalente. Es deseable contar con estudios de posgrado en Contribuciones Fiscales
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Bibliografía básica:

1. Álvarez, J. (2004). *Impuestos al Comercio Exterior, Teoría, Práctica y Aplicación*, México: Sicco.
2. Álvarez, J. (2015) *El ABC de Comercio Exterior en 12 lecciones*, México: IMCP.
3. Álvarez, J., (2014) *El Sujeto Pasivo de la Obligación Fiscal*, México: IMCP.
4. Álvarez, J., (2015) *Reglamento de la Ley Aduanera Comentado*, México: IMCP.
5. Álvarez, J., (2016) *La ley del IVA en México*, México: IMCP.
6. Código Fiscal de la Federación y su Reglamento, vigentes, México.
7. Constitución Política De Los Estados Unidos Mexicanos, vigente, México.
8. Criterios del SAT, vigentes, México.
9. Ley del Impuesto sobre la Renta y su Reglamento, vigente, México.
10. Resolución Miscelánea Fiscal, vigente, México.

Sitios de Internet:

Cámara de Diputados
<http://www.diputados.gob.mx/>
 Diario Oficial de la Federación
<http://www.dof.gob.mx>
 Revista Consultorio Fiscal

<http://consultoriofiscal.unam.mx>

Senado de la República

<http://www.senado.gob.mx>

Servicio de Administración Tributaria

<http://www.sat.gob.mx>

Bibliografía complementaria:

1. Arriola, A. (2002). *Derecho Fiscal Constitucional*, México: Themis.
2. Asuaje, C. (2002). *Derecho Aduanero*, Venezuela: Oficina del Registro de la Propiedad Industrial.
3. Basaldua, R. (1992). *Derecho Aduanero, Parte General Sujetos*, Buenos Aires: Abeledo-Perrot.
4. Camargo, P. (1969). *El Control Fiscal de los Estados Americanos y México, Serie D, Cuadernos de Derecho Comparado*, Núm. 7. México: UNAM
5. Carbajar, M. *Derecho Aduanero*, México: Porrúa
6. Cárdenas, F. *Introducción al Estudio del Derecho Fiscal*, México: Porrúa
7. Castel, F. y J. Pimentel (1998) *El Mecanismo Arbitral de la OMC”, Solución de Diferencias en el Marco Internacional*, México: COLMEX.
8. Chapoy, D. (1983) *Imposición a la Riqueza en México*, México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
9. Chapoy, D. *Problemas Derivados de la Múltiple Imposición Interestatal e Internacional*, México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
10. Cochelo, J. (1992) *Un Callejón sin Salida*, México: Grijalvo.
11. Emerich, G. (1994) *El Tratado de Libre Comercio: Texto y Contexto*. México: Departamento de Sociología, Universidad Autónoma Metropolitana.
12. Fernández, P. *Derecho Aduanero*, México: Porrúa.
13. González A. *Tratado sobre Derecho Aduanero Uruguayo*, Montevideo: Universidad de la República, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.
14. Herrera, R., *Valoración de Mercancías a Efectos Aduaneros*, Madrid: Ministerio de Economía y Hacienda.
15. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM (1995). *Prácticas Desleales de Comercio Internacional (antidumping)* México: IIJ-UNAM
16. Ledesma, C. (1990), *Principios de Comercio Internacional*, (3ª ed.), Edición, Buenos Aires: Ediciones Macchi.
17. Lipse, G. y P. Meller, *Un diálogo Canadiense-Latinoamericano*, Chile, CIEPLAN/DOLEMEN Editores, 1996.
18. Margain, E. *Introducción al Estudio del Derecho Tributario Mexicano*, Ed. Porrúa, México.
19. Martín, J. et. al., (2002), *Curso de Derecho Financiero y Tributario*, España: Tecnos,
20. Medrano, P, (1991) *Delito de Contrabando y Comercio Exterior*, Buenos Aires,: Lernes Libreros
21. Meisellaner, R. *Derecho Aduanero Comparado*, Santa Fé de Bogotá, Colombia, Librería del Profesional.
22. Organización Mundial de Comercio (OMC) (1998), *El Comercio hacia el futuro*, (2ª.) Ginebra:
23. Ovilla, M. *Derecho Aduanero*, México: Fondo Editorial Copermex
24. Quintana A. *El Comercio Exterior de México*, , México. Porrúa

25. Ríos, G. (2002) *Conceptos de Reforma Fiscal*, México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
26. Rodríguez R. *Derecho Fiscal*, México: Harla.
27. Rodríguez, G. (1994) *Aspectos Fiscales del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y del Tratado Constitutivo de la CEE*, México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
28. Silva, J. (1991) *Arbitraje Comercial Internacional de México*, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
29. Torres, R. (1990) *Teoría del Comercio Internacional*, (16ª. Ed.) México, Siglo XXI.
30. Valadez, D. y G. Ríos (2002) *Investigación y Desarrollo de la Reforma Fiscal*, México: Academia Mexicana de Ciencias, Serie Doctrina Jurídica.
31. Valentín, D. (1986), *Diccionario del Comercio Exterior*, Buenos Aires: Depalma.
32. Vázquez, L. et. al. (1994) *Aspectos Jurídicos del Tratado de Libre Comercio de América del Norte*, México: Themis.
33. Vega, G. (1994) *Liberación Económica y libre comercio con América del Norte*, México, El Colegio de México.
34. Witker, J. y L. Pérez, *Aspectos Jurídicos del Comercio Exterior de México*, México: Nueva Imagen, UNAM.
35. Witker, J. (1995), *Derecho Tributario Aduanero*, México: UNAM.
36. Witker, J. (1998) *Introducción a la Valoración Aduanera de las Mercancías*, México, McGrawHill.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios internacionales**

Programa de la asignatura

Liderazgo: Teoría y Práctica

Clave:	Semestre: 5°, 7° u 8°	Créditos: 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio ()		Optativo (X)	Horas		
	Obligatorio E ()		Optativo E ()	Semana		Semestre
				Teóricas: 2		Teóricas: 32
				Prácticas: 2		Prácticas: 32
				Total: 4		Total: 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

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

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Explicará cómo la personalidad del individuo genera diferentes tipos de liderazgo en las organizaciones.
2. Analizará críticamente diferentes teorías de liderazgo clásicas y contemporáneas.
3. Explicará la relación del liderazgo con la motivación del individuo dentro de las organizaciones.
4. Analizará la relación entre el poder y el liderazgo en las organizaciones.

5. Explicará cómo las emociones influyen en la forma como se ejerce el liderazgo. 6. Analizará diferentes enfoques sobre la relación entre género y el liderazgo en las organizaciones. 7. Analizará las diferentes propuestas de programas para desarrollar el liderazgo en las organizaciones. 8. Analizará diferentes casos de liderazgo en empresas internacionales.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Personalidad y liderazgo	3	3
2	Teorías clásicas de liderazgo y contemporáneas de liderazgo	4	4
3	Liderazgo y motivación	5	5
4	Poder y liderazgo	4	4
5	Liderazgo y emociones	4	4
6	Liderazgo y género	5	5
7	Programas de desarrollo de liderazgo	3	3
8	El liderazgo en un mundo globalizado	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar): Elaborar un ensayo sobre algún tema del curso y presentarlo ante el grupo (mínimo 2,500 palabras)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o áreas afines, Maestría en Administración o experiencia equivalente.		
Experiencia docente	Haber impartido clases por tres años o más y tener evaluaciones que muestren un excelente desempeño como profesor(a). Haber aprobado el <i>Curso fundamental para profesores de nuevo ingreso (Didáctica básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, con duración de 40 horas.		
Otras características	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo).		

	• Haber participado en la creación de organizaciones del sector privado o social. • Experiencia directiva en empresas micro, pequeñas o medianas. • Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa. • Haber participado recientemente en cursos de actualización, docente y disciplinar, con un mínimo de 20 horas cada uno. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Lussier, R. y Achual, CH. <i>Liderazgo. Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades</i>. 4ª ed. México: Cengage learning. 2. Madrigal, B. (2005). <i>Liderazgo, enseñanza y aprendizaje</i>. México: McGraw-Hill interamericana. 3. Reig, E. (2004). <i>El líder y el desafío del cambio</i>. México: CECSA. 4. Shriberg, A., D. Sriberg, y C. Lloid, (2004). <i>Liderazgo práctico, principios y aplicaciones</i>. México: CECSA. 5. Yulk, G. (2009). <i>Leadreship in organizations</i>. New York: Pearson. Bibliografía complementaria: 1. Crosby, P. (1990). <i>Liderazgo</i>. México: McGraw-Hill. 2. Ramos López. M. A. (2005). <i>Mujeres y liderazgo. Una nueva forma de dirigir</i>. Valencia: Universitat de Valencia. 3. Tudor, R. (2001). <i>La creatividad y la administración del cambio</i>. México: Oxford. 4. Whetten, D. y K. Cameron (2011). <i>Desarrollo de habilidades directivas</i>. 8ª ed., México: Prentice Hall.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Mercadotecnia Internacional

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Comprenderá la importancia de la mercadotecnia para las organizaciones que operan en mercados internacionales.

2.	Comprenderá el entorno económico global y su relación con la entrada de negocios internacionales.		
3.	Reconocerá mecanismos para posicionar un producto en mercados globales y determinará el potencial internacional de un producto o servicio.		
4.	Identificará las variables que intervienen en la determinación de los precios internacionales.		
5.	Conocerá los elementos de la mezcla promocional con base en la publicidad internacional.		
6.	Conocerá los documentos y formatos utilizados en la importación y exportación de productos y servicios.		
7.	Conocerá los estándares universales para la adaptación de productos de consumo.		
8.	Analizará mecanismos para generar ventaja competitiva en mercados internacionales.		
9.	Diseñará canales de <i>marketing</i> global y estrategias de distribución.		
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	La mercadotecnia en el comercio internacional	4	2
2	El macroentorno de la mercadotecnia internacional	4	4
3	El producto en el mercado internacional	4	4
4	El precio para el ámbito internacional	4	4
5	La promoción en el mercado internacional	2	4
6	El plan de exportación	4	4
7	El estudio producto/mercado	4	4
8	Análisis de competitividad en el ámbito internacional	4	4
9	Logística de exportación	2	2
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado		Licenciatura en Administración, mercadotecnia, o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración.	
Experiencia docente		Dos años en mercadotecnia o área afín en organizaciones públicas, privadas o del sector social.	

	Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Álvarez, J. (2005). <i>Impuestos al Comercio Exterior. Práctica, análisis y revisión</i>. México: GASCA. 2. Cateora, P. (2001). <i>Marketing Internacional</i>. 10ª ed., México: McGraw-Hill. 3. Czinkota, M. R. e I. A. Ronkainen (2013). <i>Mercadotecnia Internacional</i>. 10ª ed., México: Cengage Learning. 4. Lerma, A. (2007). <i>Guía para el desarrollo de nuevos productos</i>. 3ª ed., México: ECAFSA. 5. Lerma, A. (2010). <i>Comercio y Mercadotecnia Internacional Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial</i>. 4ª ed., México: Cengage Learning. 6. Terpstra V. y C. Russow. (2000). <i>Introducción a la Mercadotecnia Internacional</i>. 4ª ed., México: Thomson.	
Bibliografía complementaria: 1. Acerenza, M. (2007). <i>Marketing Internacional</i>. México: Trillas. 2. Cabello, M. (2012). <i>Las Aduanas y el Comercio Internacional</i>. México: ESIC Editorial Escuela aceptar Gestión Comercial. 3. Del Valle, E. (2012). <i>Modalidades aceptar pago en el Comercio internacional</i>. México: Ediciones Fiscales ISEF. 4. Maubert, C. (2009). <i>Comercio Internacional</i>, México: Trillas. 5. Minervini, N. (2014). <i>Ingeniería de la exportación. Como elaborar planes innovadores de exportación</i>. México: Cengage Learning. 6. Nelson, C. (2009). <i>Manual de Importaciones y Exportaciones</i>. México: Mc Graw Hill. 7. Sulser, R. (2009). <i>Exportación Efectiva</i>. México: Editoriales Fiscales ISEF.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Organización Industrial

Clave	Semestre	Créditos				
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los fundamentos teóricos sobre teoría de la empresa y coordinación de mercados.
2. Comprenderá los avances recientes en la teoría de la organización industrial y discutirá las perspectivas dominantes en la materia.
3. Comprenderá la importancia de la organización industrial a través de casos en los que ha sido aplicada en diferentes empresas e industrias.
4. Analizará las contribuciones de la economía de los costos de transacción, los enfoques basados en recursos de la empresa y la teoría del patrón de dependencia.
5. Analizará el orden del mercado desde una perspectiva institucional que destaca el papel de las relaciones sociales y las convenciones en el funcionamiento del proceso competitivo.
6. Discutirá la pertinencia práctica de los recientes avances teóricos en la organización industrial mediante la evaluación de estructuras de mercado cuasi-competitivas en sectores como las telecomunicaciones.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Organización industrial y economía	3	3
2	La empresa en la teoría económica	4	4
3	La teoría de Coase sobre la naturaleza de la empresa	2	2
4	Economía de los costos de transacción	2	2
5	Marx: el origen y esencia de la empresa capitalista	2	1
6	Organización industrial y patrón de dependencia	2	2
7	Teorías de la empresa basados en recursos y en grupos	2	2
8	Teoría económica y coordinación de mercado	4	4
9	Mercados y orden espontáneo: la escuela austriaca de la competencia	2	2
10	Postura keynesiana sobre el funcionamiento del mercado de valores	1	2
11	Cooperación y competencia: confianza y relaciones entre empresa	4	4
12	Reformas de cuasi-mercado	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	()	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)

Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciado en Economía o Administración		
Experiencia docente	Con experiencia docente		
Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa. • Haber participado recientemente en cursos de actualización, docente y disciplinar, con un mínimo de 20 horas cada uno. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
1. Buckley, Peter y Jonathan Michie (eds.) (1991). <i>Firms, Organizations and Contracts</i>. Offord: Orford University Press. 2. Coase, Ronald H. (1996) "La naturaleza de la empresa", en O. E. Williamson y S. G. Winter (comps.), <i>La naturaleza de la empresa. Orígenes, evolución y desarrollo</i>, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 29-48. 3. Coase, Ronald H. (2007). <i>La empresa, el mercado y la ley</i>. Madrid: Alianza. 4. Patel, P. y K.Pavitt, "The technological competencies of the world's largest firms: complex and path-dependent, but not much variety", <i>Research Policy</i>, vol. 26, núm. 2, 1997, pp. 141-126. 5. Penrose, E. (1995). <i>The Theory of the Growth of the Firm</i>. Nueva York: Oxford University Press. 6. Putterman, Louis y Randall S. Kroszner (2006). <i>The Economic Nature of the Firm</i>. Nueva York: Cambridge University Press. 7. Tirole, Jean (1990). <i>Teoría de la organización industrial</i>. Barcelona: Ariel. 8. Valdaliso, J. M. y S. López (2000). <i>Historia económica de la empresa</i>, Barcelona, Crítica: 2000. 9. Williamson, Oliver (1989). <i>Las instituciones económicas del capitalismo</i>. México: Fondo de Cultura Económica.			
Bibliografía complementaria:			
1. Garrido, C. (2000). "La teoría de la empresa y los cambios mundiales -- Una revisión de las teorías de la empresa para el análisis de las grandes empresas industriales en México y América Latina", J. Basave (coord.). <i>Empresas mexicanas ante la globalización</i>. México: UNAM-IIEc/Miguel Ángel Porrúa. 2. Koutsoyiannis, A. (1985). <i>Microeconomía moderna</i>. Buenos Aires: Amorrortu.			



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios internacionales**

Programa de la asignatura

Psicología del emprendimiento

Clave:	Semestre: 5°, 7° u 8°	Créditos: 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etap	Intermedia o Profundización		
Modalidad		Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)		Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas: 2		Teóricas: 32
				Prácticas: 2		Prácticas: 32
				Total: 4		Total: 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará los principales fundamentos teóricos de la psicología del emprendimiento y la innovación y los relacionará con el perfil de los emprendedores. 2. Analizará diversos enfoques y variables del emprendimiento para explicarlo como un fenómeno multinivel y multidimensional. 3. Evaluará críticamente una serie de perspectivas teóricas para explicar el espíritu emprendedor y la innovación. 4. Comprenderá el papel del pensamiento empresarial en las grandes organizaciones y su relación con el emprendimiento. 5. Comprenderá el papel del emprendimiento social en la sociedad actual. 6. Apreciará la importancia práctica de algunas de las cuestiones clave del emprendimiento en el ámbito del espíritu empresarial y la innovación en una variedad de industrias a través de análisis de casos de estudio.			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Fundamentos teóricos de la psicología del emprendimiento y la innovación	12	0
2	El emprendimiento como un fenómeno multinivel y multidimensional	8	0
3	El espíritu emprendedor y la innovación	4	4
4	Pensamiento empresarial y emprendimiento	4	6
5	El emprendimiento social en la sociedad actual	4	8
6	Casos de estudio de emprendimiento e innovación	0	14
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas	(X)
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración o áreas afines, Maestría en Administración o experiencia equivalente.		
Experiencia docente	Haber impartido clases por tres años o más y tener evaluaciones que muestren un excelente desempeño como profesor(a). Haber aprobado el <i>Curso fundamental para profesores de nuevo ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, con duración de 40 horas.		

Otras características	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Haber participado en la creación de organizaciones del sector privado o social. • Experiencia directiva en empresas micro, pequeñas o medianas. • Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa. • Haber participado recientemente en cursos de actualización, docente y disciplinar, con un mínimo de 20 horas cada uno. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. (2012). <i>The Psychology of Entrepreneurship</i>. (SIOP organizational frontier seires).New York, Psychology Press 2012 2. Brunet, I. y F. Baltar (2011). <i>Creación de empresas. Emprendimiento e innovación</i>. Bogotá: Ediciones de la U. 3. Frese, Michael. (June 15, 2010). <i>Towards a Psychology of Entrepreneurship: An Action Theory. Perspective</i>. Foundations and Trends in Entrepreneurship, Vol. 5, No. 6, 437-496. 4. Kastika, E. (2001). <i>Desorganización creativa, organización innovadora</i>. Argentina: Macchi. 5. Luchia, C. (1999). <i>Cómo crear mi propia empresa</i>. Argentina: Macchi. 6. Trout, J. (2001). <i>Diferenciarse o morir</i>. México: McGraw Hill. 7. Zurita, P. (2011). <i>Ser empresario. Nuevos modelos de conducta empresarial</i>. Bogotá: Ediciones de la U.	
Bibliografía complementaria: 1. Canales. R. (2013). <i>Planifica tu éxito, de aprendiz a empresario. Sentido común y metodologías ágiles aplicadas a profesiones intelectuales</i>. Bogotá: Ediciones de la U. 2. Flores, J. (2013). <i>Plan de negocios para pequeñas empresas</i>. Bogotá: Ediciones de la U. 3. Frías, J. (2012). <i>De la creatividad a la innovación: 200 diseñadores mexicanos</i>. México: Diseña México. 4. Méndez, R. (2008). <i>Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores</i>. Bogotá: Icontec. 5. Murcia, H. (2011). <i>Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial</i>. Bogotá: Ediciones de la U. 6. Prahalad, C. (2005). <i>La fortuna en la base de la pirámide: como crear una vida digna y aumentar las opciones mediante el mercado</i>. España: Granica. 7. Rodríguez, M. (2004). <i>Curso práctico de creatividad</i>. México: Mc Graw Hill.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Psicología Social de los Mercados Financieros

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad		Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter		Obligatorio () Optativo (X)		Horas			
		Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Analizará el proceso de toma de decisiones en los mercados financieros.

2.	Determinará la forma en que se modelan las decisiones desde la teoría de la utilidad esperada.		
3.	Analizará los sesgos y heurísticas que se presentan en la toma de decisiones, así como el exceso de confianza.		
4.	Explicará por qué las decisiones en los mercados financieros pueden generar la creación de burbujas.		
5.	Analizará la teoría de las perspectivas y sus implicaciones para el estudio de los mercados financieros.		
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a los mercados financieros	4	4
2	La toma de decisiones en los mercados financieros	4	4
3	Teoría de la utilidad esperada	4	4
4	Sesgos y heurísticas en la toma de decisiones	4	4
5	Exceso de confianza	4	4
6	Preferencias sociales –contagio en las decisiones-	4	4
7	Creación de burbujas y su efecto en los mercados financieros	4	4
8	Teoría de las perspectivas	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	()	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	(X)
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	

Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Economía o equivalente. Es deseable que cuente con estudios de posgrado.
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Ackert, L.F. y Deaves, R. (2009). <i>Behavioral Finance: Psychology, Decision Making and Markets</i> . USA: South Western-Cengage Learning.	
2. Forbes, W. (2009). <i>Behavioural Finance</i> . Reino Unido: John Wiley and Sons, West Sussex.	

3. Montier, J. (2002). *Behavioural Finance: Insights into Irrational Minds and Markets*. Reino Unido: John Wiley and Sons, West Sussex.
4. Nofsinger, J.R. (2005). *The Psychology to Investing*. USA: Prentice Hall, New Jersey.
5. Shefrin, H. (1999). *Beyond Greed and Fear: Understanding Behavioural Finance and the Psychology of Investing*. Londres: McGraw Hill.
6. Thaler, R.H. y Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. USA: Yale University Press.

Bibliografía complementaria:

1. Akerloff, George y Robert Shiller (2009). ***Animal Spirits***. USA: Princeton University Press.
2. Case Karl. E. y Shiller, Robert J. (1988). The Behavior of Home Buyers in Boom and Post-Boom Markets. *New England Economic Review*. Noviembre-Diciembre 1988.
3. Financial Crisis Inquiry Commission (2011). *Final Report of the National Commission on the Causes of the Financial and Economic Crisis in the United States*. Washington DC: US Government Printing Office.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla**



**Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales**

Programa de la asignatura

Publicidad

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios		
			Etapas	Intermedia o Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)	
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas		
	Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre
				Teóricas 2		Teóricas 32
				Prácticas 2		Prácticas 32
				Total 4		Total 64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:			
El alumno:			
1. Conocerá los elementos de la mezcla promocional y las características de la publicidad. 2. Identificará los factores socioeconómicos y el marco legal internacional de la publicidad. 3. Conocerá estrategias creativas para los diferentes tipos de publicidad en el ámbito internacional. 4. Conocerá los tipos de agencias de publicidad internacional y su funcionamiento. 5. Comprenderá diversas técnicas electrónicas para la elaboración de presupuestos publicitarios y aplicará los conocimientos adquiridos en un presupuesto para una campaña publicitaria internacional. 6. Desarrollará una campaña publicitaria a nivel internacional que incorpore los medios más efectivos y establecerá los controles presupuestarios de dicha campaña. 7. Reconocerá la importancia de medir la eficacia de una campaña publicitaria internacional a través del estudio de los elementos que la determinan (penetración, reconocimiento, modificación en actitudes e incremento de ventas).			
Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a la publicidad	2	0
2	Marco legal de la publicidad exterior	6	2
3	Publicidad internacional	6	8
4	Agencias de publicidad internacionales	4	4
5	Presupuesto publicitario	4	2
6	Campaña publicitaria	6	8
7	Medición de los resultados obtenidos en la campaña publicitaria internacional	4	8
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar)	
Perfil profesigráfico			
Título o grado	Licenciatura en Administración, mercadotecnia o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración.		
Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín en organizaciones públicas, privadas o del sector social.		

	Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa. • Haber participado recientemente en cursos de actualización, docente y disciplinar, con un mínimo de 20 horas cada uno. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica: 1. Fernández, R. y F. Urdian (2004). <i>Publicidad un Enfoque Latinoamericano</i>. México: Thomson. 2. O'guinn, T. (2004). <i>Publicidad y Comunicación Integral de Marca</i>. 3ª ed., México: Thomson Learning. 3. Rusell, T. y W. Lane (2001). <i>Kleppner Publicidad</i>. 14ª ed., México: Pearson Prentice Hall. 4. Tellis, G. (2003). <i>Estrategias de Publicidad y Promoción</i>. España: Pearson Prince Hall. 5. Townsley, M. (2004). <i>Publicidad</i>. México: Thomson Learning. 6. Treviño, R. (2000). <i>Publicidad Comunicación Integral en Marketing</i>. 2ª ed., México: McGraw Hill.	
Bibliografía complementaria: 1. Boyd, D. (2014). <i>Dentro de la caja: El proceso creativo que funciona en todos los casos</i>. España: Empresa Activa. 2. Burtenshaw, K. (2007). <i>Principios aceptar publicidad: El proceso creativo: Agencias, campañas, ideas y dirección aceptar arte</i>. España: Gustavo Gili. 3. Fischer, L. y J. Espejo. (2011). <i>Mercadotecnia</i>. 4ª ed., México: Mc Graw Hill. 4. Hernández, C. y C. Maubert (2009). <i>Fundamentos de Marketing</i>, México: Pearson. 5. Kerin, R. (2014). <i>Marketing</i>. 11ª ed., México: Mc Graw Hill. 6. Kotler, P. (2013). <i>Fundamentos de marketing</i>. 11ª ed., México: Pearson Educación. 7. Mattelart, A. (2000). <i>La publicidad</i>. España: Paidós. 8. Mitchell, J. (2014). <i>Abrase a sus clientes</i>. Colombia: Norma. 9. Obon, J. (2013). <i>La publicidad y el derecho aceptar autor</i>. México: Porrúa.	

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO****Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla****Plan de estudios de la licenciatura en
Negocios Internacionales****Programa de la asignatura****Sistema de Información Mercadológica**

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6					
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad		Curso (X) Taller () Lab () Sem ()		Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter		Obligatorio () Optativo (X)		Horas			
		Obligatorio E () Optativo E ()					
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los conceptos básicos de los sistemas de información de mercadotecnia.
2. Conocerá procedimientos y programas que permitan comprender el proceso de creación de diversos SIM.
3. Aprenderá a interpretar datos cuantitativos para la penetración de mercado.
4. Aprenderá a interpretar datos cualitativos para la penetración de mercado.
5. Conocerá los distintos tipos de investigaciones de la mercadotecnia.
6. Analizará la información interna y externa de la empresa para la toma de decisiones de implicación internacional.
7. Analizará la información estadística recolectada del entorno para la toma de decisiones de implicación internacional.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Introducción a los sistemas de información de mercadotecnia	2	2
2	Proceso de creación de un sistema de mercadotecnia	4	4
3	Investigación de mercado cuantitativo	6	6
4	Investigación de mercado cualitativo	6	6
5	Investigaciones específicas	4	4
6	Análisis de información y toma de decisiones a nivel internacional con información interna y externa de la empresa	6	6
7	Análisis de información y toma de decisiones a nivel internacional con base en la investigación de mercados	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	()
Prácticas de campo	(X)	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()

Otras (especificar)	Otras (especificar) Prácticas
Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Administración, mercadotecnia o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia, o Administración.
Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín en organizaciones públicas, privadas o del sector social. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i>, que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	• Dominar el idioma inglés al 100% (comprenderlo, hablarlo, y escribirlo). • Mostrar habilidades didácticas mediante la planeación y presentación de un tema del programa. • Haber participado recientemente en cursos de actualización, docente y disciplinar, con un mínimo de 20 horas cada uno. • Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Eyssautier De La Mora, Maurice, <i>Investigación de mercados: enfoques, sistemas, información, procesos y proyectos</i>, México, Trillas, 2006, 215 pp. 2. Fischer, Laura y Jorge Espejo, <i>Investigación de Mercados: Un enfoque práctico</i>, México, Opcom, 2012, 168 pp. 3. Fischer, Laura, <i>Casos de Investigación de mercados</i>, México, UNAM-FCA, <i>Publishing</i> 2013, 141 pp. 4. Kinnear, Thomas y James Taylor, <i>Investigación de mercados</i>, 5ª. ed., México, McGraw Hill, 2010, 812 pp.	
Bibliografía complementaria:	
1. Gomez Vieites, Álvaro y Carlos Suárez Rey, <i>Sistemas de Información, Herramientas prácticas para la gestión empresarial</i>, México, Alfa Omega, 2012, 367 pp. 2. Hair, Joseph, <i>Investigación de mercados en un ambiente de información digital</i>, México, McGraw Hill, 2010, 651 pp. 3. McDaniel, Carl y Roger Gates, <i>Investigación de mercados</i>, México, Cengage Learning, 2016, 10a. ed., 551 pp.	

	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO Escuela Nacional de Estudios Superiores Unidad Juriquilla	
Plan de estudios de la licenciatura en Negocios Internacionales		

Programa de la asignatura Sistema Financiero Internacional

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6					
			Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: 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.
Objetivos específicos:

El alumno:	
1. Analizará el entorno histórico de los factores que han impulsado el surgimiento del sistema financiero internacional globalizado. 2. Comprenderá las organizaciones financieras internacionales y su funcionamiento dentro del sistema global. 3. Identificará y aplicará a casos específicos las operaciones financieras de banca internacional. 4. Conocerá y aplicará los principales instrumentos en los mercados financieros internacionales a casos específicos, como forma de financiamiento e inversión. 5. Analizará el sistema de pagos internacionales. 6. Reflexionará sobre el futuro de la globalización financiera dada su evolución histórica y su actual dinamismo.	

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Antecedentes históricos del Sistema Financiero Internacional y de la globalización financiera	6	2
2	Estructura y funcionamiento del Sistema Financiero Internacional	4	2
3	Operaciones financieras de Banca Internacional	8	8
4	Operaciones financieras en Mercados financieros	6	16
5	Sistema de pagos internacionales	4	4
6	Impacto de la globalización financiera en el desarrollo económico de la naciones, estabilización y crisis financieras	4	0
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	()	Trabajos y tareas	()
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	()
Prácticas de campo	(X)	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo	()
Otras (especificar)		Otras (especificar) Prácticas	
Perfil profesiográfico			

Título o grado	Maestría o Doctorado en áreas de finanzas, economía, administración o negocios internacionales. Dominio del idioma inglés y conocimiento en el manejo de sistemas de cómputo.
Experiencia docente	Mínima deseable de dos años. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Experiencia profesional mínima de dos años en el área de conocimiento y en el Sistema Financiero Mexicano e Internacional. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México
Bibliografía básica: 1. Eun, C.S. y B. G. Resnick (2014). <i>Administración Financiera Internacional</i> (4ed.) México: McGraw-Hill. 2. Madura, J. (2015) <i>Administración Financiera Internacional</i>. (12ª ed.) México: Cengage Learning. 3. Valdez, S. y P. Molyneux (2013). <i>An Introduction to Global Financial Markets</i>. 7th edition, Palgrave Macmillan.	
Bibliografía complementaria: 1. Kozikowski. Z. (2013). <i>Finanzas Internacionales</i> (3ª ed.). México: McGrawHill.	



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Escuela Nacional de Estudios Superiores
Unidad Juriquilla



Plan de Estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Técnicas de Negociación Empresarial

Clave	Semestre 5°, 7° u 8°	Créditos 6	Campo de conocimiento	Administración y Negocios			
			Etapas	Intermedia o Profundización			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T () P () T/P (X)		
Carácter	Obligatorio () Optativo (X)			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	2	Teóricas	32
				Prácticas	2	Prácticas	32
				Total	4	Total	64

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general:

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.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Conocerá los elementos básicos de la negociación.
2. Reconocerá los diferentes tipos de comunicación empleados en la negociación.
3. Reconocerá las diversas herramientas para elaborar una adecuada planeación de una negociación.
4. Identificará las características de los elementos del proceso de negociación.
5. Reconocerá la forma en la que puede influir la programación neurolingüística en la negociación.
6. Identificará las características de la inteligencia emocional y la forma en la que ésta se refleja en una negociación.
7. Conocerá las principales características de un negociador eficaz, los diferentes estilos de negociación, así como las estrategias que se pueden utilizar en el proceso de negociación.
8. Conocerá las herramientas de una negociación competitiva y colaborativa, así como la forma en que deben emplearse en una situación determinada.
9. Reconocerá la importancia de la negociación empresarial integral y global con los participantes del mercado, así como el papel que juega en ella la cultura organizacional.
10. Comprenderá la importancia de la planeación en la negociación y será capaz de diseñar estrategias para una negociación exitosa.

Índice temático			
	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Naturaleza de la negociación	2	2
2	La comunicación en la negociación	2	2
3	Planeación de la negociación	4	4
4	Etapas básicas y proceso de negociación	4	4
5	La programación neurolingüística	4	4
6	Inteligencia emocional	2	2
7	Características del negociador	2	2
8	Herramientas de la negociación	4	4
9	Negociación en el mercado internacional	4	4
10	Estrategias de la negociación internacional	4	4
Total		32	32
Suma total de horas		64	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	(X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final	(X)
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	(X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()

Otras (especificar)	Otras (especificar)
Perfil profesiográfico	
Título o grado	Licenciatura en Administración, mercadotecnia o áreas afines, Maestría en Mercadotecnia o Administración.
Experiencia docente	Dos años en mercadotecnia o área afín, en organizaciones públicas, privadas o del sector social. Para profesores de nuevo ingreso, es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para Profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.
Otra característica	Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.
Bibliografía básica:	
1. Ávila, Octavio. <i>"Sistema Integral de Ventas"</i>, México: Express de Impresión 2007, 247pp. 2. Budjac Corvette, Bárbara A. <i>"Técnicas de negociación y resolución de conflictos."</i> México: Pearson Educación 2011, 178 pp. 3. Cohen, Steven P, Altimira, Ricardo. <i>"Claves de Negociación...Con el Corazón y la Mente"</i>, México: Mc Graw Hill, 2003, 177 pp. 4. Del Socorro, Y.M., <i>"Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica"</i>, México, Pearson Educación 2000, 132 pp 5. Fernández Martos, Susana, (2005), <i>"Técnicas de negociación, habilidades para negociar con éxito"</i>. Ideas propias Editorial, Vigo 2005 164 pp. 6. Fischer, Laura, Vite, Romeo, <i>"Técnicas de Negociación Empresarial"</i>, México FCA. UNAM Publishing, 2014, 186 pp. 7. Lerma, Alejandro. <i>"Mercadotecnia, ventas personales y promoción de ventas"</i>, México, Edit. GASCA 2004, 169 pp. 8. Lewicki, Roy, Barry Bruce Y Saunders David. <i>"Fundamentos de Negociación"</i>, México: Mc Graw Hill, 2008, 294 pp. 9. Ovejero, Bernal Anastasio. <i>"Técnicas de Negociación. Como Negociar Eficaz y Exitosamente"</i>, México: Mc Graw Hill, 2004, 260 pp.	
Bibliografía complementaria:	
1. Correa, Juan C Y Navarrete, María <i>"Técnicas y Métodos de Negociación"</i>,1997, Edit. Linka, 2002 2. Czinkota Michael R, Kotable Masaki. <i>"Administración de Mercadotecnia"</i>, México: Thomson, 2ª Edición, 2001, 599pp. 3. Dilts Robert. (2003). <i>"El poder de la palabra"</i> (4ª. ed.) España: Ediciones Urano.2003, 157 pp. 4. Fernandez Valiñas Ricardo. <i>"Fundamentos de Mercadotecnia"</i>, México: Thomson, 2002, 336 pp. 5. Goleman Daniel, <i>"La Inteligencia Emocional"</i>, México, Kairos, 1996, 514 pp.	