

UNIVERSIDAD DEL BÍO - BÍO
VICERECTORÍA ACADÉMICA – DIRECCIÓN GENERAL DE DOCENCIA

ASIGNATURA: POLITICA Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS II
CODIGO : 610069

1.- IDENTIFICACION

- 1.1.- CAMPUS : Concepción
1.2.- FACULTAD : Ciencias Empresariales
1.3.- UNIDAD : Departamento de Auditoría y Administración.
1.4.- CARRERA : INGENIERÍA COMERCIAL.
1.5.- N° DE CREDITOS: 6 TEORIA: 4 PRACTICA: 4
1.6.- REQUISITOS DE LA ASIGNATURA:
1.6.1.- 182 créditos

2.- DESCRIPCION Y OBJETIVOS

- 2.1.- La creciente integración de Chile a los mercados mundiales y, como consecuencia de ello, los permanentes desafíos a que se deben enfrentar los hombres de negocios de nuestro país, obliga al desarrollo de una sólida preparación de los profesionales del sector transable de la economía que serán los que se proyectarán en las complejidades de los negocios internacionales.
- 2.2.- *Introducir al alumno, en el dinámico mundo de los negocios internacionales, buscando familiarizarlo con una serie de Instituciones, conceptos y terminología afín.
*Lograr que el alumno, comprenda la dinámica del entorno competitivo de las empresas internacionales y los efectos de la Globalización.
*Desarrollar en el alumno, los conocimientos y la capacidad analítica necesaria, para el diseño de la estrategia de una empresa internacional.
*Entregar al alumno, los conocimientos que le permitan coordinar, controlar y evaluar la gestión internacional.

3.- RESUMEN DE UNIDADES PROGRAMATICAS

UNIDADES PROGRAMATICAS	HORAS
01.- El entorno económico internacional	04
02.- La internacionalización de la empresa y estrategias de entrada en mercados externos.	16
03.- Estrategia competitiva a nivel internacional	18
04.- Aspectos comerciales de la gestión internacional.	04
05.- Aspectos organizacionales de la gestión internacional.	04
06.- Alianzas estratégicas internacionales.	04
TOTAL HORAS	50

4.-

UNIDADES PROGRAMATICAS

UNIDAD 01.-EI ENTORNO ECONOMICO INTERNACIONAL Y LA GLOBALIZACIÓN.

- Conceptos Básicos
- Megatendencias
- Impulsores de la Globalización
- Formas de integración económica
- Nuevas realidades competitivas

UNIDAD 02.-LA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA Y ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN MERCADOS EXTERNOS.

- La expansión internacional de la empresa
- Estrategia de entrada en mercados externos.

UNIDAD 03.-ESTRATEGIA COMPETITIVA A NIVEL INTERNACIONAL

- Estrategias competitivas internacionales
- Competencia en sectores industriales globales
- La empresa multinacional
- La estrategia de una empresa multinacional

UNIDAD 04.-ASPECTOS COMERCIALES DE LA GESTION INTERNACIONAL

- La globalización de los mercados
- Marketing mundial
- Publicidad en los mercados internacionales

UNIDAD 05.-ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA GESTION INTERNACIONAL.

- Estructuras, sistemas y procesos organizacionales
- Estrategia para subsidiarias
- Coordinación, control y evaluación en la empresa multinacional.

UNIDAD 06.-ALIANZAS ESTRATEGICAS INTERNACIONALES.

- Alianzas estratégicas
- Alianzas verticales: las redes estratégicas
- Alianzas virtuales
- La cooperación como instrumento competitivo internacional.

5.- BIBLIOGRAFIA

- Michael Porter : Estrategia competitiva, Editorial Continental 2002
- J. Carlos Jarillo y Jon Martinez : Estrategia Internacional, Editorial McGraw Hill.1991
- Mintzberg, Henry y James Brian Quinn : El Proceso Estratégico, Editorial Prentice Hall, 1993
- Griffin ,R.W. -R.J.Ebert : Negocios, Editorial Prentice Hall
- Ball Donald A. y Wendell Mc.Cullock : Negocios Internacionales, Editorial Irwin, 1996
- Michael Porter : Ventaja Competitiva, Editorial Continental.1991
- Material entregado por el profesor
- Varios Autores : Competitividad, Centro de Estudios Públicos
- Yip George J. : Globalización, Editorial Norma