



## SYLLABUS

### I. DATOS GENERALES

1.1. Curso	:	<b>DIRECCIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL (en Inglés)</b>
1.2. Código	:	NG 21002
1.3. Ciclo académico	:	X Ciclo
1.4. Créditos	:	3
1.5. Naturaleza del curso	:	Obligatorio
1.6. Horas semanales	:	4 (2Teoría -2 Práctica )
1.7. Requisito	:	Sistemas de Calidad Internacional Formulación de Proyectos de Inversión y Gerencia del potencial humano
1.8. Currícula	:	2006-II

### II. SUMILLA:

El curso se dictará en inglés británico en su totalidad. La asignatura está orientada para que los alumnos conozcan las estrategias de la dirección eficaz y eficiente de empresas que operan en mercados globales, así mismo como utilizar los instrumentos para desarrollar una dirección integral, con una actitud proactiva y un liderazgo trascendental. El contenido del curso contempla el estudio de temas relacionados con las características de la empresa multinacional y global, El ambiente de los negocios globales, estrategias de los negocios globales, la planeación global, como crear la organización global, localización global de las actividades, creación del marketing global, como administrar personas de diversas culturas, como liderar el desarrollo de una empresa global, como analizar y evaluar una estrategia global.

### III. COMPETENCIA DE LA CARRERA:

---

Conocer las estrategias de la dirección eficaz y eficiente de empresas que operan en mercados globales así como la planeación y dirección global

### IV. COMPETENCIAS DEL CURSO:

---

Al final del curso los alumnos tendrán:

1. Entender la existencia de las diferencias culturales entre los distintos grupos de naciones.
2. Conocer experiencias de varias empresas con operaciones internacionales a través de la investigación de casos.
3. Entender las diferentes alternativas a la hora de expandir operaciones de forma global.
4. Conocer el manejo de las empresas con operaciones internacionales.



## **V. RED DE APRENDIZAJE:**

### **12 Talleres:**

- 7.1. Cameron Auto Parts
- 7.2. Jollibee Foods Corporation, International Expansion
- 7.3. Global Wine Wars
- 7.4. The Globalization of Cemex
- 7.5. Phillips versus Matsushita, a new century, a new round
- 7.6. McKinsey & Company, managing knowledge and Learning
- 7.7. Nora-Sakari, a proposed Joint venture in Malasya
- 7.8. Renault- Nissan, the making of a Global Alliance
- 7.9. BRL Hardy: Globalizing an Australian wine company
- 7.10. IKEA´s Global Sourcing
- 7.11. Tamming the Dragon: Cummins in China
- 7.12. Local Memoirs of a Global Manager

## **VI. UNIDADES DEL APRENDIZAJE:**

- 27-mar Introduction
- 30-mar International Business cultures
- 03-abr Expanding abroad
- 06-abr Cameron Auto Parts(Taller group 1)
- 13-abr Building versus adquisitions
- 17-abr Jollibee Foods Corporation, International Expansion (Taller group 2)
- 20-abr Understanding the International Context. International differences
- 24-abr Global Wine Wars (Taller group 3)
- 27-abr Global Strategies, competitive advantages
- 04-may The Globalization of Cemex (Taller group 4)
- 08-may Making Global Strategies work I
- 11-may Making Global Strategies work II
- 15-may Phillips versus Matsushita, a new century, a new round (Taller group 5)
- 18-may Unleash Innovation in Foreign Subsidiaries
- 22-may McKinsey & Company, managing knowledge and Learning(Taller group 6)
- 29-may The design and Management of Joint Ventueres
- 01-jun Nora-Sakari, a proposed Joint venture in Malasya (Taller group 7)
- 05-jun Collaborate with your competitors
- 08-jun Renault- Nissan, the making of a Global Alliance(Taller group 8)
- 12-jun Implementing the strategy
- 15-jun BRL Hardy: Globalizing an Australian wine company(Taller group 9)
- 19-jun Global Human Resources
- 22-jun IKEA´s Global Sourcing (Taller group 10)
- 26-jun Global Marketing I
- 29-jun Global Marketing II
- 03-jul Tamming the Dragon: Cummins in China (Taller group 11)
- 06-jul The Myth of the Generic Manager
- 10-jul Local Memoirs of a Global Manager(Taller group 12)



## **VII. METODOLOGÍA:**

- 7.1. La naturaleza del curso impulsa constantemente la lectura de casos de estudio de forma individual..
- 7.2. Formación de grupos de estudio y de exposición.
- 7.3. El curso se desarrollará mediante la exposición interactiva con los alumnos de la teoría, y la presentación de casos de experiencias de empresas multinacionales llamado Talleres.
- 7.4. Las exposiciones serán en inglés británico.
- 7.5. Se pondrá a disposición de los alumnos casos en inglés para ser fotocopiadas, para su lectura previa a cada clase. Este punto es muy importante para el desarrollo de las exposiciones y discusiones semanales o talleres semanales. Por eso, se evaluará este punto con debates constantes.
- 7.6. El profesor pone especial énfasis en que los alumnos aprendan a tomar notas escritas de las clases, por lo que solo repartirá el mínimo material necesario, a parte de los casos para los talleres.

## **VIII. EVALUACIÓN:**

### **Procedimiento**

### Peso

Evaluación permanente con Talleres.

Promedio final = (Taller 1 + Taller 2 + Taller 3 + Taller 4 ..... Taller 12)/ 12

Se eliminará la nota de Taller más baja, en cuyo caso la división es entre 11.

## **IX. BIBLIOGRAFIA:**

1. Christopher Bartlett, Paul Beamish and Sumantra Ghoshal, Transnational Management Fifth Edition
2. John Daniel, Lee Radebaugh and Daniel Sullivan, NEGOCIOS INTERNACIONALES
3. Miguel Angel Diaz Mier, Negocios Internacionales.

**ENERO 2010**