

## Economía y Negocios Internacionales

<b>Nombre de la materia</b>	Economía y Negocios Internacionales	<b>Academia</b>	Teoría económica avanzada
<b>Clave de la materia</b>	IG884	<b>Modalidad de asignatura</b>	Presencial
<b>Prerrequisitos</b>	Ninguno	<b>Tipo de asignatura</b>	Curso Taller
<b>Seriación</b>	No	<b>Créditos</b>	5
<b>Área de formación</b>	Básica Particular Obligatoria	<b>Carga horaria</b>	Horas Teoría 60 Horas Práctica 20
<b>Departamento</b>	Economía	<b>Nivel de formación</b>	Maestría

### Presentación

La globalización se ha desarrollado en el campo de los estudios internacionales, especialmente en la política económica internacional y en la sociología. La geografía se encuentra entre los estudios con más citas sobre globalización, y le siguen antropología, cultura, comunicación e historia. La globalización ha sido vista también, como un fenómeno económico o una ideología, siendo entonces el enfoque dominante la economía convencional, el costo-beneficio y el análisis de los efectos de la globalización y de la economía de mercado. La globalización ha caracterizado a la economía mundial desde la información, conocimiento, economía postindustrial y economía de redes o servicios. El sistema de mercado es una institución hecha por el hombre, no es una auto-creación y, para auto-perpetuarse, se debe tener presente que el mercado, está controlado por diversos factores (tradicionales) políticos, sociales y morales, y que se refuerza por una serie de innovaciones políticas y culturales. Se requiere, por lo tanto, una mejor comprensión tanto en las cuestiones de consumo y producción como en los cambios sociales, gobernanza e identidad, al mismo tiempo que se reflexiona sobre las implicaciones en las estructuras de conocimiento de un mundo más global.

### Perfil Formativo del Estudiante

Este programa capacita al estudiante para la aplicación de técnicas e instrumentos econométricos para la investigación académica y el análisis de los negocios. Generará un espíritu crítico y habilidades de investigación práctica. Con orden, compromiso y respeto.

Durante la primera sesión del curso, dedicada a la explicación de la gestión académica del mismo, se detallarán los aspectos más importantes de la temática general, haciendo énfasis en la relación de los modelos cuantitativos econométricos con los procesos propios de la dinámica empresarial.

## Objetivos del Programa

El programa busca introducir al alumno en el conocimiento de las teorías de la globalización, la internacionalización y sus procesos. El alumno entenderá cuáles son las estrategias de internacionalización, utilizará como herramienta de investigación los estudios de casos para cerrar la brecha entre la teoría y la práctica durante las clases. En general, el alumno será capaz de analizar la información.

Contenido temático
<b>1. ¿Qué es globalización?</b>
Desarrollar una mejor comprensión del concepto "global" y "globalización" y que caracterizado a la economía mundial desde la información, conocimiento, economía postindustrial y economía de redes o servicios.
<b>2. ¿Cómo se mide la globalización?</b>
Conocer las experiencias, perspectivas, herramientas, índices y otros indicadores para medir el impacto, sobre todo de las cuestiones de consumo y producción que han transformado a la sociedad, a la gobernanza y a la identidad de los individuos y de las naciones. Al mismo tiempo se reflexiona y adquiere valores sobre las implicaciones en las estructuras de conocimiento de un mundo más global a partir de las teorías de la globalización.
<b>3. Desmitificación de la globalización</b>
Conocer el debate constante de la globalización, enfoques, evidencia, bases de datos. Distinguir y adquirir habilidades y aptitudes para manejar los conceptos entre Americanización, Modernización y Globalización.
<b>4. Estandarización y comoditización</b>
Distinguir desde los mercados de consumo la estandarización de los productos y la mercadotecnia y el énfasis en la no diferenciación de los productos o servicios, es decir la comoditización.

### 5. La subcontratación y deslocalización

Adquirir capacidades para reconocer el auge del denominado “flujo de trabajo” distinguiendo la subcontratación en las que infinidad de trabajos pueden ser digitalizados, desagregados y enviados a cualquier lugar del mundo donde se pudieran hacer mejor y a menor costo. O bien las empresas pueden trasladarse a otro país, reconfigurando la estructura de la cadena de valor global. El alumno podrá comprender las ventajas y desventajas de éstas estrategias desde la Nueva Geografía Económica, las fuerzas de dispersión y aglomeración.

### 6. Estrategias de internacionalización y regionalismo

Identificar las teorías de la internacionalización desde la lógica de las estrategias, el desempeño y el cambio institucional.  
Análisis de los tratados comerciales e internacionales y la apertura comercial.

### 7. PYME e internacionalización

A través de las teorías de la internacionalización el alumno será capaz de identificar los procesos y estrategias de las PYMES. Adquirirá habilidades para discutir y debatir estudios de caso exitosos.

### 8. Ética Global

Analizar esta nueva libertad y liberalidad que al mismo tiempo que crear nuevas posibilidades y un mundo más “plano”, también genera dificultades completamente nuevas, especialmente política económica, social y medioambiental. En donde los mercados financieros globales tienen un poder igual o mayor a los estados. El alumno adquirirá conocimientos, aptitudes, actitudes y valores desde la perspectiva de la ética global versus el economismo neoliberal.

## Aplicación Profesional

En todas las empresas se pueden aplicar los conocimientos adquiridos en esta materia porque los análisis de las relaciones causales entre variables, así como los análisis de series de tiempo permiten la toma de decisiones adecuadas.

## Perfil del Profesor

Especialista en estadística, preferentemente con maestría o doctorado y experiencia docente, de investigación o de trabajo en el área. Economista con amplia experiencia en investigación.

## Proceso de Enseñanza-Aprendizaje

- Análisis Y exposiciones del profesor.
- Dinámica para discutir conceptos de temas asignados.
- Lectura por anticipado de los temas asignados por sesión, tanto del libro obligatorio como de revistas, informes digitales, documentales, videos y otros libros recomendados.
- Exposición de temas de estudiantes.
- Examen parcial y final.

## Actividades Extracurriculares

Asistencias a conferencias, congresos y seminarios.

## Evaluación del Aprendizaje

Exámenes	25%
Trabajo de Investigación	20%
Exposiciones	25%
Tareas	10%
Participación	15%

## Bibliografía

- Levitt, T. (1983). The globalization of markets. Harvard Business Review May-June. <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets>
- Therborn, G. (2000). Globalizations: dimensions, historical waves, regional

- effects, normative governance. *International Sociology* 15 (2), 151–179. <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0268580900015002002>
- Berry, C. (2008). *International Political Economy, the Globalisation Debate and the Analysis of Globalisation Discourse*. Working Paper, University of Warwick, Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation, Coventry. <http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/pais/research/researchcentres/csgr/papers/workingpapers/2008/24708.pdf>
  - Sklair, L. (2007). *Transnational Capitalism class en the discourse of Globalization*. In J. T. Roberts and A. B. Hite (eds.), *The Globalization and Development Reader*. Oxford: Blackwell.
  - Freidman, T. (2005). *The World Is Flat*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
  - Sparke, M. (2009). *Unpacking economism and remapping the terrain of global health*. In Adrian Kay and Owain Williams, editors, *Global Health Governance: Transformations, Challenges and Opportunities Amidst Globalization*, New York: Palgrave.
  - Bryman, A. (2004). *The Disneyization Of Society*. London: SAGE Publishers.
  - Caselli, M. (2012). *Trying To Measure Globalization: Experiences, Critical Issues and Perspectives (Vol. 4)*. Springer Science & Business Media.
  - Dreher, A. (2006). *Does Globalization Affect Growth? Evidence From a New Index Of Globalization*. *Applied Economics*, 38(10), 1091-1110. [http://globalization.kof.ethz.ch/media/filer\\_public/2015/03/04/method\\_2\\_015.pdf](http://globalization.kof.ethz.ch/media/filer_public/2015/03/04/method_2_015.pdf)
  - Hay, C. (2004): *Common trajectories, variable paces, divergent outcomes? Models of European capitalism under conditions of complex economic interdependence*. *Review of International Political Economy*, 11(2), 231–62.
  - Hay, C. (2006): *What's globalisation got to do with it? Economic interdependence and the future of European welfare states*. *Government and Opposition*, 41(1), 1–23.
  - Schafer, W. (2009): *Towards a critical global theory: Our Sisyphean task*. A review of Eduardo Mendieta, 2008: *Global Fragments, Globalizations, Latinamericanisms and Critical Theory*. *Globality Studies Journal*. <http://globality.cc.stonybrook.edu/?p=112>
  - Bush, A. (2016). *Unpacking the Globalization Debate: Approaches, Evidence and Data*. En Hay, C., & Marsh, D. (Eds.). *Demystifying globalization* (pp. 21-69). UK: Palgrave MacMillan.
  - Kobrin, S.J. (2011). *The transnational transition and the multinational firm*. En Laszlo Tihany, Torben Pedersen and Timothy Devinney (Eds. de la Serie) *Advances in International Management: Vol. 24 Dynamics of Globalization: Location-Specific Advantages or Liabilities of Foreignness?* Emerald (pp. 5–23).
  - Taylor, P. (2016). *Globalizations of the World: Americanization, Modernization and Globalization*. En Hay, C., & Marsh, D. (Eds.). *Demystifying globalization* (pp. 49-70). UK: Palgrave MacMillan.

- Ritzer, G. (2010): *Globalization: A Basic Text*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bryman, A. (2004). *The Disneyization of Society*. London: SAGE Publishers
- Gabrielsson, P. & Gabrielsson, M. (2003). *Globalizing Internationals: Standardization of Product and Marketing Strategies in The Ict Field*. En Wheeler, C., Mcdonald, F., & Greaves, I. (Eds). *Internationalization: Firm Strategies And Management* (pp .100-119). UK: Palgrave Macmillan.
- Klein, N. (2001). *No Logo: El Poder de las Marcas*. Buenos Aires: Paidós.
- Ahuvia, A., & Izberk-Bilgin, E. (2011). *Limits of the McDonaldization thesis: eBayization and ascendant trends in post-industrial consumer culture*. *Consumption Markets & Culture*, 14(4), 361-384
- Scholte, J. A. (2005b): *Premature obituaries: A response to Justin Rosenberg*. *International Politics*, 42(3), 390–9. A.T. Kearney (2007), *Offshoring for long-term advantage. The 2007 A.T. Kearney global services location index*, A.T. Kearney, New York. <https://www.atkearney.com/documents/10192/e604b639-2925-4a44-9a15-a872b9729407>.
- Levina N., and Su, N. (2008). *Global multisourcing strategy: The emergence of a supplier portfolio in services offshoring,* *Decision Sciences*, 39(3): 541–570. [https://www.researchgate.net/publication/228215997\\_Global\\_Multisourcing\\_Strategy\\_The\\_Emergence\\_of\\_a\\_Supplier\\_Portfolio\\_in\\_Services\\_Offshoring](https://www.researchgate.net/publication/228215997_Global_Multisourcing_Strategy_The_Emergence_of_a_Supplier_Portfolio_in_Services_Offshoring)
- Government Accounting Office Report (2001). *Leading comercial practices for outsourcing of services*, <http://www.gao.gov/new.items/d02214.pdf>.
- Quinn, J.B. (1999). *Strategic outsourcing: Leveraging knowledge capabilities*. *Sloan Management Review*, 40 (4), 9–
- Willcocks, L.P., and Craig, A. (2008). *The Outsourcing Enterprise: Building Core Retained Capabilities*. *Logica Internal Report*. [http://www.petronet.ir/documents/10180/2323250/The\\_Outourcing\\_Enterprise\\_From\\_Cost\\_Management\\_to\\_Collaborative\\_Innovation\\_\(Technology,\\_Wo](http://www.petronet.ir/documents/10180/2323250/The_Outourcing_Enterprise_From_Cost_Management_to_Collaborative_Innovation_(Technology,_Wo)
- Outsourcing Institute (2003). *Outsourcing Index*. <http://www.outsourcing.com>
- Kouvelis, P., & Su, P. (2007). *The Structure of Global Supply Chains Vol. 3. Capítulo I*. (pp. 1-10). Now Publishers Inc.
- Greaves, I. & Carr, C. (2003). *From Global Concentration to Competitive Strategy*. En Wheeler, C., Mcdonald, F., & Greaves, I. (Eds).
- *Internationalization: Firm Strategies and Management*, (pp. 83-99). UK: Palgrave Macmillan.
- Rugman, A. (2014). *Multinationals and Development*. Yale University Press.
- Rugman, A. M. 1981. *Inside the multinationals: The economics of internal markets*. New York: Columbia University Press.

- Bannò, M., Piscitello L. & Amorim Varum, C. (2011). Internationalization, Financial Incentives and Firm Growth: Evidence from Italy. En Berrill, J.,
- Hutson, E., & Sinkovics, R. (Eds.). Firm-Level Internationalization, Regionalism and Globalization: Strategy, Performance and Institutional Change (pp 126-139). UK: Palgrave Macmillan.
- Mattiacci, A. Simoni, C. & Zanni, L. (2014). Italian SME International Strategies: State of the Art and Some Empirical Evidences. En Dana, L. P. (Ed.). (2008). Handbook of Research on European Business and Entrepreneurship: Towards Theory of Internationalization (pp. 337-365). UK and USA: Edward Elgar Publishing.
- Sharma, D. & Blomstermo, A. (2003). The Internationalization Process of Born Globals: A Network View. *International Business Review*, 12(6), 739-753.
- Berrill, J. (2015). Are the World's Largest Firms Regional or Global? *Thunderbird International Business Review*, 57(2), 87-101.
- Papadopoulos, N., & Martín, O. M. (2010). Toward a model of the relationship between internationalization and export performance. *International Business Review*, 19(4), 388-406.
- Kung, H. (1998). *A Global Ethic for Global Politics and Economics*. Oxford University Press.
- Fisher, C. M., & Lovell, A. (2009). *Business Ethics and Values: Individual, Corporate and International Perspective*