
	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
PLAN DE ASIGNATURA		PÁG: 1 de 8

IDENTIFICACIÓN		
Nombre de la asignatura	CATEDRA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	
Código de la asignatura	UPC10 - UPC10-N	
Programa Académico	Facultades UPC	
Créditos académicos	2 (UPC10) - 0 (UPC10-N)	
Trabajo semanal del estudiante	Docencia directa: 2	Trabajo Independiente: 4
Trabajo semestral del estudiante	Depende de cada uno de los programas académicos.	
Pre-requisitos	Depende de cada uno de los programas académicos.	
Co-requisitos	Depende de cada uno de los programas académicos.	
Departamento oferente	COMERCIO INTERNACIONAL	
Tipo de Asignatura	Teórico: X	Teórico-Práctico: Práctico:
Naturaleza de la Asignatura	Habilitable:	No Habilitable: X
	Validable: X	No Validable:
	Homologable: X	No Homologable:
PRESENTACIÓN		
<p>La sociedad actual requiere profesionales estructurados y desarrollados a nivel individual que asuman el reto de su proyección personal y ocupacional con todas las demandas que el contexto globalizado y cambiante exige.</p> <p>Por lo anterior, la Universidad Popular del Cesar se compromete en la formación integral de los estudiantes, con el propósito de generar procesos que conlleve a asumir una identidad, compromiso con la competitividad de su región y de su país, a partir de conocer los distintos escenarios internacionales y las estrategias existentes para los negocios entre empresas de diferentes nacionalidades.</p> <p>El proceso educativo se gesta para la formación del individuo que aprende y se perfecciona durante su permanencia universitaria potenciando las competencias: Corporal (hacer), cognitiva (saber), Ética (deber ser), Estética (crear), espiritual (trascender), socio afectiva (sentir), comunicativa (expresar).</p> <p>Siguiendo los parámetros actuales de la incorporación de las TICs a los procesos académicos como apoyo a la presencialidad, la universidad ha asumido el desarrollo de la cátedra de Negocios Internacionales en la modalidad virtual, que le permite la interacción entre las diferentes comunidades del conocimiento.</p>		

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
PLAN DE ASIGNATURA		PÁG: 2 de 8

JUSTIFICACIÓN

La globalización económica, social, política y cultural que viven nuestras naciones y el incremento en la movilidad de bienes, servicios y capitales hacen necesario que los futuros profesionales adquieran herramientas y habilidades que les permitan tener las competencias para enfrentarse en un mercado laboral cada día más competitivo y exigente.

La asignatura Cátedra de Negocios Internacionales ofrecida por la Universidad Popular del Cesar se justifica no sólo desde su existencia sino también desde la metodología para ser impartida porque le otorga al futuro egresado upecista los conocimientos que enmarcan los cambios mundiales y los retos que deberá asumir en un futuro no muy lejano, al igual que la destreza en el manejo de las TICs.

OBJETIVO GENERAL

Lograr que el estudiante, conozca, identifique y analice los aspectos generales del comercio internacional, ya sean teóricos o de política. A la vez que también tenga una visión general del comercio exterior en Colombia y su participación en los mercados globalizados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Dar a conocer, identificar y analizar los aspectos teóricos generales del comercio internacional y de las Negociaciones Internacionales.
2. Identificar y analizar las políticas comerciales liberales y proteccionistas, así como las implicaciones que estas han tenido y tienen sobre el desarrollo económico internacional.
3. Conocer, practicar y analizar las variables de medición del comercio internacional y de las finanzas internacionales.


Relacionar los aspectos de los Negocios Internacionales en Colombia.

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Cognitivas: proponen de manera proactiva, correlaciones y cambios paradigmáticos que garanticen pertinencia y coherencia para la comprensión, interpretación, argumentación, inferencia, razonamiento, resolución de problemas y la explicación de elementos formales del mundo universitario asumiendo los retos que ello implica.

Comunicativas: utilizan estrategias dialógicas, constructivas e interactivas de carácter sincrónico o asincrónico, para establecer vínculos de articulación con las redes de aprendizaje y conocimiento con las que se interrelacionan en los múltiples contextos, para agregar valores a los lineamientos misionales de la Universidad Popular del Cesar.

Pedagógicas: diseñan y desarrollan actividades formativas de acompañamiento presencial,

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
PLAN DE ASIGNATURA		PÁG: 3 de 8

centradas en el aprendizaje formativo, para potenciar de manera efectiva el estudio independiente y el fomento del pensamiento autónomo del estudiante, mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Investigativas: Identifican requerimientos específicos de investigación a partir de problemáticas críticas y diseñan, elaboran y ejecutan actividades con enfoques múltiples. Desde la investigación formativa.

Socioafectivas: genera identidad y compromiso de pertenencia upecista estableciendo vínculos de confianza y respeto con los demás miembros de la comunidad universitaria, y con las redes de aprendizaje y conocimiento con las que se interrelacionan en los múltiples contextos.

METODOLOGÍA


La metodología de aprendizaje de esta asignatura se fundamenta en la necesidad de asumir este proceso de manera interactiva, participativa y colaborativa mediada por las herramientas que ofrecen las Nuevas Tecnologías de la Información y la comunicación - TICS; a través de la aplicación de este sistema que se realiza vía Internet, se facilita el autoconocimiento y autoevaluación del estudiante, le permiten descubrir su propia realidad interior, su forma de ver el mundo y replantear su quehacer y su motivación, de tal manera que pueda optar por una posición personal libre frente a la vida personal y al programa que escogió

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Las actividades de aprendizaje propuestas para el desarrollo de la Asignatura Cátedra de Negocios Internacionales permiten propiciar el diálogo crítico y el intercambio para la reflexión, planteamiento de problemas resultantes del libre comercio entre países, resolución de interrogantes individuales y grupales en relación con los temas desarrollados e incentivar el trabajo en equipo como estrategias fundamentales para su eficacia y perdurabilidad, mediante las siguientes acciones:

1. Discusión y análisis crítico de lecturas recomendadas a través de distintas actividades como foros, chats, encuestas, cuestionarios, creación de blogs y correo electrónico
2. Desarrollo de dinámicas individuales y/o grupales como el análisis y la aplicación de estudios de casos
3. Ampliación de la información mediante revisión y búsqueda bibliográfica en Internet (Enlaces a webs)

Para la realización de estas estrategias la Universidad Popular del Cesar cuenta con la Plataforma Moodle la cual maneja tres escenarios: Aula web, apoyo a la presencialidad y apoyo a los docentes upecistas que proporcionan al estudiante y profesores un espacio para el aprendizaje, la interacción, la búsqueda de información y construcción de comunidades académicas.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
PLAN DE ASIGNATURA		PÁG: 4 de 8

La asignatura será desarrollada en un semestre académico que consta de 16 semanas, en la cual se evaluará la participación en las diferentes actividades programadas, teniendo en cuenta que el desarrollo virtual de los temas se complementará con tutorías y encuentros (2 a 3 sesiones presenciales) como parte de la estrategia metodológica. Las fechas de inicio y de finalización de cada tema serán indicadas por el docente responsable y se requiere una dedicación de 4 horas semanales por parte del estudiante.

CONTENIDO

SEMANA DE AMBIENTACIÓN A LA MODALIDAD VIRTUAL:

- Manejo básico de herramientas informáticas.
- Manejo de la plataforma MOODLE.
- Presentación del Currículo.
- Presentación de los encuentros presenciales con los respectivos docentes.

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA

PRIMER CORTE

MODULO 1: CONCEPTOS BÁSICOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

MODULO 2: INSTITUCIONES DEL COMERCIO MUNDIAL

SEGUNDO CORTE


MODULO 3: ACCESO PREFERENCIAL Y ACUERDOS COMERCIALES DE COLOMBIA

MODULO 4: EVOLUCION Y SUCESOS HISTORICOS DEL COMERCIO EXTERIOR

MODULO 5: GENERALIDADES Y TRAMITES DE EXPORTACION E IMPORTACION

MODULO 6: MERCADEO INTERNACIONAL

MODULO 7: FINANCIACION DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
PLAN DE ASIGNATURA		PÁG: 5 de 8

MODULO 8: MOVIMIENTOS DE CAPITAL E INVERSION EXTRANJERA

TERCER CORTE

MODULO 9: GERENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES – ECONOMIA NARANJA
 Alternativa para pequeñas y medianas empresas.

MODULO 10: MOVIMIENTOS DE CONOCIMIENTOS, CIENCIA, TECNOLOGIA Y COMUNICACIONES.

EVALUACIÓN

Contemplará tres (3) cortes: 30%, 30% y 40%, cada uno de los cuales será la sumatoria de los logros alcanzados en cada actividad, en concordancia con la metodología planteada y con las fechas estipuladas por la universidad para la entrega de notas (atendiendo las normas internas de la universidad).

Cada corte tendrá tres actividades que serán actualizadas por el equipo docente y montadas al aula web para que los estudiantes de manera individual o grupal respondan a lo solicitado. Lo anterior significa que en total la Catedra manejará alrededor de nueve (9) actividades durante el semestre.


En este proceso primarán los criterios de compromiso, responsabilidad y puntualidad, sin perjuicio que al interior de cada corte se pueda implementar un criterio evaluativo propio del área, asignatura o temática específica.

Procedimiento para evaluar: Los procedimientos para evaluar son de responsabilidad profesional del docente que oriente la asignatura, teniendo en cuenta los ejes temáticos y las estrategias metodológicas presentadas y desarrolladas en ella, con el fin de contrastar las competencias y los logros obtenidos con los indicadores derivados de los objetivos.

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN

El proceso de evaluación se guiará por el modelo institucional, las metodologías implementadas en los ambientes virtuales de aprendizaje y se ejecutará con base en los siguientes momentos: Autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación

- **AUTOEVALUACIÓN:** La realiza el estudiante al inicio y al final de cada fase de aprendizaje con el fin de identificar las debilidades o vacíos cognitivos, como sus

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
PLAN DE ASIGNATURA		PÁG: 6 de 8

- logros o dominios en el abordaje del tema..
- **COEVALUACIÓN:** Es un proceso de trabajo colaborativo de los estudiantes en el cual socializan el resultado de sus construcciones personales de conocimiento y reciben la realimentación de sus compañeros, sustentan sus puntos de vista, asimilan nuevos enfoques y ajustan sus planteamientos con el enriquecimiento conceptual logrado en el dialogo de saberes. Los momentos de coevaluación integran la orientación pedagógica de la guía de actividades y la autorregulación del aprendizaje por parte del estudiante.
- **HETEROEVALUACIÓN:** Es una evaluación sumativa. Coordinada en cuanto a fechas y contenidos. Además de la revisión y realimentación por parte del tutor sobre las construcciones cognitivas registradas. El tutor enfoca la heteroevaluación como un análisis de logros a partir del acompañamiento a los estudiantes en sus procesos de aprendizaje, evidenciados en resultados participativos, en listas de correo, foros, wikis, blogs, mural electrónico, y demás eventos con productos de conocimiento o desempeño, más el resultado de la evaluación final.

La distribución porcentual de calificaciones asignadas en los procesos evaluativos es la siguiente:


Los criterios de evaluación de las actividades programadas responden a la competencia asociada de la asignatura. La cuál se plantea al inicio de la guía de aprendizaje. No obstante, existen otros criterios específicos que se relacionan a continuación:

- Nivel de adquisición y explicitación de elementos conceptuales y metodológicos que permitan el desarrollo de la competencia de la asignatura.
- Grado de elaboración de las aportaciones a lo largo del curso que sean pertinentes con los contenidos a tratar y que fomenten la discusión y el trabajo cooperativo con el resto de participantes.

Los productos de las diferentes actividades serán corregidos y devueltos a los estudiantes con las pertinentes notas y comentarios de manera personalizada y grupal (Feedback).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Stiglitz, J.(2002) “El descontento con la globalización”. En: Pánico en la globalización. Bogotá: Ediciones Fica. Colección Pez de Oro. pp. 57 – 88.
- Misas, G. (2001) “De la sustitución de importaciones a la apertura económica. La difícil consolidación económica” En: *Desarrollo económico y social en Colombia*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Ortega Cárdenas, A. & García Angarita, H. (2000) *Economía colombiana*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
PLAN DE ASIGNATURA		PÁG: 7 de 8

- Ocampo, J. A. (1984) Colombia y la economía mundial 1830-1910. Bogotá: Fedesarrollo y Siglo XXI. Marco general.
- González, J.I. Entre la Sustitución de Importaciones y la Apertura. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/795/16/266 - 15 Capi 14.pdf>
- Echavarría, J.J & Villamizar Villegas, M. El Proceso Colombiano de Desindustrialización. En: Borradores de Economía del Banco de la República N° 361. Recuperado de <http://www.banrep.gov.co/docum/ftp/borra361.pdf>


Lectura sobre el comercio exterior colombiano:

- Banco Mundial. (2006) Informe sobre pobreza en Colombia.
- Villar , L & Esguerra, P.(2005) El comercio exterior colombiano en el siglo XX. En: Borradores de Economía del Banco de la República N° 358. Bogotá. Recuperado de <http://www.banrep.gov.co/docum/ftp/borra358.pdf>
- Echavarría Olozaga, H. (1990) Cómo Hacer la Apertura Económica. LEGIS. Bogotá.
- Sarmiento, Ramírez & Otros. (1992) Cambios Estructurales y Crecimiento. 20 años de Experiencia Colombiana. Tercer Mundo Editores. Bogotá.
- Planes De Desarrollo Y Los Programas Publicados Por El Dnp.
- Lora, E. Introducción a la Macroeconomía colombiana. Tercer Mundo Editores. Bogotá.
- lora, E. & Otros. Competitividad sin Pobreza. Estudios para el Desarrollo del Campo en Colombia. Tercer Mundo Editores. Bogotá.

PAGINAS WEB

<https://www.mincomercio.gov.co/>

www.proexport.com.co

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CODIGO: 201-300-PRO05-FOR01
		VERSIÓN: 1
	PLAN DE ASIGNATURA	PÁG: 8 de 8

www.bancoldex.com

<http://www.un.org/es/>

<http://www.imf.org/external/spanish/>

<http://www.bancomundial.org/>

<http://www.banrep.gov.co/>

[Aplicativo LEGISCOMEX \(Base de Datos de la Universidad- Ingreso por vortal\)](#)