

Plan de Estudio

Maestría en Negocios Internacionales



Programas de Maestría

1. Maestría en Negocios Internacionales (+) (*) (**)

La Maestría en Negocios Internacionales en su modalidad a distancia se desarrolla a través del siguiente plan de estudios:

Cod.	Asignatura	HT	HP	CR
101 – MNI	Entorno Económico Internacional	80	0	5
102 – MNI	Dirección Financiera y Gestión de Riesgos	80	0	5
103 – MNI	Estrategia de Internacionalización de la Empresa en un Entorno Digital	80	0	5
104 – MNI	Análisis y Negociación en Mercados Internacionales	80	0	5
105 – MNI	Metodología de la Investigación I	64	0	4
201 – MNI	Marketing Internacional	80	0	5
202 – MNI	Gestión de Proyectos	80	0	5
203 – MNI	Creación y Gestión de Empresas en el Entorno Digital	80	0	5
204 – MNI	Transporte y Logística Internacional	80	0	5
205 – MNI	Metodología de la Investigación II	64	0	4
Total horas y créditos curriculares		768		48

Adicionalmente al programa de estudios oficial, de forma complementaria la Escuela de Posgrado Newman brinda la oportunidad a sus estudiantes de ampliar sus conocimientos y profundizar en temáticas de interés relacionadas a su especialidad, con la finalidad de potenciar y cumplir con el perfil del egresado deseado y a su vez aporte valor a su desarrollo profesional por medio de competencias específicas. Se debe considerar que, estos créditos complementarios no condicionan la emisión del grado, ni incorporan alguna denominación o mención adicional a la que tiene aprobada la Escuela:

Créditos complementarios (***)						
N°	Curso de Especialización en Metodologías Ágiles	HT	HP	CR	CRX	CRC
301	Design Thinking	64	0	0	0	4
302	Estrategia Lean	64	0	0	0	4
303	Scrum	64	0	0	0	4
Total de horas y créditos complementarias		192				12

HT: Horas teóricas

HP: Horas prácticas

CR: Créditos curriculares

Horas Curriculares: 768

CC: Créditos complementarios

(+) Maestría de especialización

(*) Campo del Conocimiento UNESCO: 4. Administración de Empresas y derecho

(**) Campo de Investigación OCDE: 5.00.00 Ciencias Sociales

(***) Créditos complementarios que no condicionan la emisión del grado, ni modifican la denominación del grado oficial.

Asignaturas con créditos obligatorios: 101, 102, 103, 104, 105, 201, 202, 203, 204 y 205

Asignaturas con créditos complementarios no obligatorios: 301, 302 y 303

1.1. Sumilla del Plan de Estudio

Las sumillas de las asignaturas son las siguientes:

Código 101 - MNI **Entorno Económico Internacional**

Al término de esta asignatura, el maestrante sabrá describir los conceptos fundamentales de la economía y el comercio internacional, y el funcionamiento de los mercados internacionales. Así también, será capaz de analizar la relación entre globalización y comercio internacional, de vincular e interpretar los indicadores para el análisis del entorno macroeconómico y de aplicar las diferentes teorías del comercio internacional.

Código 102 - MNI **Dirección Financiera y Gestión de Riesgos**

Al término de esta asignatura, el maestrante sabrá reconocer la estructura financiera de la empresa internacional, las características y los tipos de operaciones del mercado de divisas, y aplicará la cobertura de riesgos financieros en las operaciones internacionales.

Por otra parte, será capaz de analizar las principales vías de financiación de las operaciones internacionales y los estados financieros fundamentales para evaluar la viabilidad empresarial, así como de evaluar el funcionamiento de los mercados financieros internacionales.

Código 103 – MNI **Gestión de Proyectos**

Al término de esta asignatura, el maestrante conocerá los fundamentos de la gestión de proyectos, y sabrá gestionar los tiempos, el alcance y los recursos necesarios para llevarla a cabo. A su vez, será capaz de gestionar los costes, los recursos humanos y las compras, así como de controlar la calidad del proyecto. Por último, será capaz de evaluar y reducir los riesgos del mismo, así como gestionar las comunicaciones relacionadas con su puesta en marcha.

Código 104 - MNI **Creación y Gestión de Empresas en el Entorno Digital**

Al término de esta asignatura, el maestrante sabrá reconocer oportunidades de negocios y cómo elaborar un plan de negocio orientado al ámbito digital. Igualmente, conocerá las nuevas formas de emprendimiento en la sociedad digital, los nuevos sectores y las competencias digitales, y sabrá cómo aprovechar las herramientas digitales para desarrollar un proyecto de empresa. También, conocerá los pasos para constituir la empresa, el plan de marketing y el plan de inversión-financiación desde una perspectiva práctica para elaborar y evaluar un plan de viabilidad.

Código 105 - MNI **Metodología de la Investigación I**

La asignatura tiene como propósito fortalecer en los estudiantes las competencias sobre métodos y técnicas de investigación a través de los siguientes contenidos académicos: el trabajo de investigación, modalidades de trabajo de investigación, estructura del trabajo de investigación estructura del plan, el título del tema y el planteamiento del problema.

Código 201 - MNI **Marketing Internacional**

Al término de esta asignatura, el maestrante comprenderá los principios fundamentales del marketing internacional y sus variables, y será capaz de evaluar los principales obstáculos a los que este se enfrenta.

Por otra parte, será capaz de discriminar y diseñar las mejores formas de entrada en los mercados internacionales, así como de identificar y aplicar las plataformas de comercio electrónico.

Código 202 - MNI

Estrategia de Internacionalización de la Empresa en un Entorno Digital

Al término de esta asignatura, el maestrante comprenderá el proceso de innovación y transformación de la empresa y será capaz de analizar el desarrollo de negocios de naturaleza internacional. Además, evaluará los principios clave de la dirección estratégica de la empresa y de la internacionalización de empresas.

Código 203 - MNI

Análisis y Negociación en Mercados Internacionales

Al término de esta asignatura, el maestrante será capaz de aplicar las técnicas de análisis del entorno para el comercio exterior, las principales técnicas de negociación internacional y las técnicas fundamentales para la gestión de conflictos en el ámbito del comercio internacional.

Código 204 - MNI

Transporte y Logística Internacional

Al término de esta asignatura, el maestrante reconocerá los tipos de transporte internacional de mercancías y el funcionamiento de las aduanas, sabrá determinar el significado y la validez de los principales documentos utilizados en la actividad aduanera y el origen de las mercancías internacionales a través de los documentos internacionales. Por otra parte, será capaz de aplicar los fundamentos logísticos de las operaciones internacionales.

Código 205 - MNI

Metodología de la Investigación II

La asignatura es de carácter tiene como propósito desarrollar en los maestrantes competencias cognitivas que le permitan conocer y dominar el proceso de la investigación científica en su enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Se revisa el método para que los alumnos puedan formular un problema de investigación, construir las hipótesis y objetivos, así como plantear la justificación que permita validar el desarrollo de la labor investigativa.

1.2. Sumilla de las asignaturas de complementación académica

1.2.1. Sumilla de Metodologías Ágiles

Código 301

Design Thinking

La asignatura desarrolla conceptos básicos de design thinking, el pensamiento de diseño y los ámbitos a los que se aplica, requisitos previos que se deben cumplir, los procesos para la implementación de esta metodología, etapas del pensamiento de diseño.

Código 302

Estrategia Lean

El participante se familiariza con las metodologías ágiles, conoce conceptos y herramientas del pensamiento ágil que permitan el éxito en la mejora de procesos o la creación de negocios con una mayor velocidad y eficiencia, considerando el ahorro de tiempo y costos, y alcanzando la satisfacción del cliente.

Código 303

Scrum

El participante desarrolla este sistema de trabajo que permite realizar el doble trabajo en la mitad de tiempo. Comprende los aspectos a tener en consideración para la reducción del papeleo, la burocracia y la jerarquización en las empresas y los proyectos, y apuesta por las prácticas colaborativas para generar involucramiento en las actividades que se realizan, trabajo rápido y el alcance de los objetivos trazados.

1.3. Perfil del Ingresante

Grado académico de bachiller y/o título profesional en áreas relacionadas con la Dirección de Empresas, Comercio, Derecho, Economía, Finanzas, Contabilidad, Gestión y Administración Pública, Ingeniería, Investigación, Técnicas del Mercado o titulaciones equivalentes.

La Comisión de Admisión podrá considerar la experiencia profesional para el proceso de admisión.

1.3.1. Conocimientos sobre

- Economía y/o negocios.

1.3.2. Habilidades

- Trabajar de forma autónoma, individual y colectivamente.
- Manejar de forma correcta las nuevas tecnologías.
- Expresarse de manera verbal, oral y gráfica de manera fluida y adecuada para el nivel académico que se oferta.
- Analizar los problemas de manera integral.

1.3.3. Actitudes

- Curiosidad y búsqueda de soluciones creativas.
- Creatividad, superación, autocrítica y responsabilidad.
- Investigación, iniciativa, liderazgo, negociación y trabajo en equipo.

1.4. Objetivo general del programa

Los egresados de la Maestría en Negocios Internacionales de la Escuela de Posgrado Newman conocerán los fundamentos jurídicos, fiscales, económicos, financieros, comerciales y estratégicos de la operativa del comercio exterior, tanto desde el punto de vista normativo y su aplicación práctica en cualquier sector económico; comprenderán la complejidad que subyace a la actividad de los negocios internacionales; serán capaces de prestar asesoramiento profesional en cualquier área funcional de la empresa dedicada al comercio exterior (financiero, marketing e investigación de mercados, logística y exportaciones, ventas, estrategia y desarrollo de negocio); y podrán diseñar, desarrollar y evaluar la viabilidad de un proyecto de internacionalización empresarial.

1.5. Objetivos específicos de formación

- Analizar el vínculo entre la globalización y los negocios internacionales, así como conocer los indicadores que permiten el análisis del macroentorno y la aplicación de modelos teóricos del comercio internacional.
- Comprender los fundamentos jurídicos, financieros, logísticos, económicos, comerciales y de marketing que forman parte de los negocios internacionales.
- Reconocer la estructura financiera de la empresa internacional, así como las tipologías operacionales en el mercado de divisas para aplicar la cobertura de riesgos financieros en las operaciones internacionales.
- Conocer los fundamentos del marketing internacional para el desarrollo de estrategias de posicionamiento, segmentación, promoción y penetración en mercados internacionales.

- Reconocer las principales actividades que forman parte del funcionamiento de una aduana, así como los requisitos básicos para efectuar operaciones aduaneras.
- Entender los principales sistemas de información logísticos, así como la logística electrónica o e-Logistics.

1.6. Perfil del Egresado

El perfil que deben lograr los egresados es el siguiente:

1.6.1. Conocimientos

- Convenios para evitar la doble imposición, impuestos online y paraísos fiscales en internet.
- El marketing internacional.
- Entorno económico internacional.
- Análisis y negociación en mercados multilaterales.
- Transporte y logística internacional.
- Estrategia de internacionalización de la empresa en un entorno digital.
- Dirección financiera y gestión de riesgos.

1.6.2. Habilidades

- Comprender la orientación intercultural propia de las empresas internacionales, tal que pueda asimilar las oportunidades y los retos que presentan los distintos mercados.
- Elaborar proyectos en el ámbito del comercio exterior y la internacionalización de empresas.
- Concebir, diseñar, elaborar, poner en marcha y evaluar la viabilidad de un plan de internacionalización empresarial.
- Relacionar e interpretar los principales indicadores para el análisis del entorno económico internacional.
- Analizar la influencia del comercio exterior en la organización económica internacional, y aplicar las teorías fundamentales de los negocios internacionales.
- Definir las estrategias de internacionalización empresarial, y reconocer y valorar adecuadamente los riesgos y las ventajas competitivas de un plan de internacionalización empresarial.
- Comprender y evaluar los efectos de la digitalización en el proceso de internacionalización empresarial.
- Precisar las estrategias de entrada en los mercados internacionales y aplicar las técnicas fundamentales del marketing internacional.
- Identificar y aplicar los sistemas de información a la investigación de mercados en el ámbito internacional.
- Exponer y aplicar la normativa fundamental para el desarrollo de un proyecto internacional.
- Distinguir e interpretar el significado de los elementos que componen un contrato de compra-venta internacional.
- Describir y aplicar las principales técnicas de negociación internacional y resolución de conflictos en entornos multiculturales.
- Aplicar el análisis interno y externo de la empresa para identificar oportunidades y anticipar riesgos previsible en las operaciones que integran la gestión del comercio exterior.
- Analizar el funcionamiento de las principales instituciones y áreas comerciales internacionales.
- Precisar y revisar el funcionamiento de la cadena de suministro y las bases de su gestión (*supply chain management*).
- Describir y analizar los principales sistemas de información utilizados en logística tradicional y en logística electrónica o e-Logistics.
- Determinar el origen y el destino de las mercancías internacionales a través de los documentos oficiales utilizados en las operaciones logísticas, y distinguir los principales medios de transporte internacional.
- Identificar las actividades principales que integran el funcionamiento de una aduana y los requisitos necesarios para llevar a cabo las operaciones aduaneras.
- Definir la estructura financiera de una empresa y los mercados internacionales de financiación y deuda.
- Enumerar y describir los medios de cobro y pago internacionales y estimar los riesgos asociados a ellos.
- Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en materia de comercio exterior e internacionalización de empresas en un ámbito empresarial o institucional real o en un proyecto basado en este ámbito, llevando

a cabo la resolución de cuestiones prácticas relacionadas con la especialidad y desarrollando las habilidades directivas fundamentales para gestión de la empresa internacional.

1.6.3. Actitudes

- Trabajar de manera independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo.
- Trabajar de manera colaborativa y en equipo.
- Aprovechar los recursos y el tiempo de manera óptima.
- Responsabilidad ética
- Actitud de servicio
- Responsabilidad profesional
- Honestidad y ética profesional

1.7. Perfil Docente:

Los docentes deben contar con el siguiente perfil:

- Poseer grado de maestro y/o doctor.
- Formación relacionada al programa.
- Experiencia docente y/o profesional en la materia a desarrollar.

1.8. Grado que se obtiene:

Al finalizar los estudios el estudiante podrá optar el grado de **Maestro en Negocios Internacionales**.



Newman
Escuela de Posgrado

