

# MAESTRÍA EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y COMERCIO EXTERIOR

## PLAN DE ESTUDIOS

CICLO	CURSOS
1	Contabilidad Gerencial y de Costos
	Desarrollo de Habilidades Gerenciales y Liderazgo Empresarial
	Responsabilidad Social y Ética Empresarial
2	Economía Gerencial
	Gestión Estratégica de Marketing
	Tecnología de la Información y Toma de Decisiones
3	Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión
	Gestión Financiera
	Planeación Estratégica
	Seminario de Investigación I
4	Entorno Cultural de los Negocios Internacionales
	Gestión de la Economía Internacional
	Inversión y Comercio Internacional
	Seminario de Investigación II
5	Gestión de Capitales Internacionales y de Inversión
	Marketing Estratégico Internacional
	Seminario de Investigación III
6	Business Operations Management
	Effective Communications Management

## CICLO 1

### CONTABILIDAD GERENCIAL Y DE COSTOS

Los participantes aprenden a elaborar y a interpretar los estados financieros. Podrán dominar la gestión de los costos para la correcta toma de decisiones en el ámbito gerencial.

### DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES Y LIDERAZGO

Desarrolla en los alumnos las habilidades de la gestión y del liderazgo, basadas en la salud mental y en la ética para alcanzar los resultados esperados en la organización. Además, se aplican los sustentos teóricos para lograr una gestión eficiente, eficaz, ética y socialmente responsable.

### RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA EMPRESARIAL

Se brinda a los estudiantes los fundamentos y principios básicos de la responsabilidad social y la ética empresarial, analizando su origen y evolución, de manera que puedan incorporarlos a la gestión empresarial.

## CICLO 2

### **ECONOMÍA GERENCIAL**

Se presentan los principios económicos para comprender la conducta de los agentes decisores; es decir, de los consumidores, de las empresas y del gobierno. Asimismo, muestra el uso práctico de diversos modelos económicos para la adecuada toma de decisiones empresariales dentro de entornos cambiantes.

### **GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING**

Desarrolla en los alumnos la capacidad en la gestión del manejo estratégico del marketing o el intercambio entre consumidores y mercados. Comprende: los conceptos y los procesos de marketing, la segmentación y el comportamiento de los consumidores, la planificación estratégica, las estrategias competitivas y la investigación de mercados y las variables producto, precio, plaza y promoción.

### **TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y TOMA DE DECISIONES**

Los alumnos analizan las principales tecnologías y los sistemas de información existentes y se dan a conocer las herramientas de análisis de la información que sirvan de soporte a la toma de decisiones.

## CICLO 3

### **FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN**

Se integran todas las disciplinas y las materias aprendidas dentro de la malla curricular y se da a conocer el marco lógico ordenador y su aplicación práctica para la formulación y la evaluación de ideas de negocio.

### **GESTIÓN FINANCIERA**

Los alumnos desarrollan la capacidad para entender los impactos financieros que generan las decisiones que se toman en las diferentes áreas de una empresa, así como aprenden el uso de los instrumentos que optimizan el manejo de la liquidez y la rentabilidad.

### **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

Se enseña a los alumnos los fundamentos de los principios estratégicos, con énfasis en la relación y la aplicación de las estrategias con las estructuras y los procesos de la organización, basadas en la visión de la empresa y en el equilibrio que se debe sostener con los grupos de interés.

### **SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I**

Tiene por finalidad fomentar en los estudiantes el interés por la investigación dentro de un contexto empresarial, de manera que tomen decisiones estratégicas basadas en información válida y fiable.

## CICLO 4

### **ENTORNO CULTURAL DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Introduce a los estudiantes en temas de antropología cultural relacionados con el comercio internacional. Los participantes discuten sobre las preocupaciones de la sociedad, la etiqueta y las cuestiones relacionadas con asuntos como la publicidad, la campaña, la fabricación, la estructuración y la negociación.

### **GESTIÓN DE LA ECONOMÍA INTERNACIONAL**

El alumno comprende la evolución de la economía internacional, la política comercial y las finanzas internacionales, así como sus problemas contemporáneos y emergentes. Además, se enriquecen las capacidades analíticas y prácticas para el análisis de aspectos que tengan que ver con la economía internacional, tanto en el ámbito laboral como académico.

### **INVERSIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL**

Los participantes evalúan ejemplos e incidentes reales para examinar los principios del comercio internacional, de las inversiones y de la economía en un contexto global.

### **SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II**

Se orienta y asesora al estudiante en la elaboración de su trabajo de grado -plan estratégico (PE), plan de negocios (PN) o tesis (T)-, se fortalece su capacidad para tomar decisiones y su habilidad investigativa para la resolución de los problemas empresariales.

## **CICLO 5**

### **GESTIÓN DE CAPITALES INTERNACIONALES Y DE INVERSIÓN**

Se analizan las estrategias para la creación de valor que combinan conceptos de macroeconomía, de incentivos y de valor intrínseco. Los estudiantes aprenden a “construir” capital, patrimonio y a reducir los riesgos.

### **MARKETING ESTRATÉGICO INTERNACIONAL**

Los estudiantes analizan los efectos de la tecnología, la historia, la geografía, el lenguaje, la religión y la economía del mercado global en constante cambio e investigan los sucesos y las innovaciones que están impactando en la industria del marketing y en los negocios globales.

### **SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN III**

Se orienta y asesora al estudiante en la elaboración de su trabajo de grado -plan estratégico (PE), plan de negocios (PN) o tesis (T)-.

## **CICLO 6**

### **BUSINESS OPERATIONS MANAGEMENT**

Los estudiantes reciben las herramientas necesarias para comprender las operaciones comerciales, con el fin de administrar y controlar los procesos comerciales, y así aumentar la rentabilidad y reducir los costos.

### **EFFECTIVE COMMUNICATIONS MANAGEMENT**

Se prepara a los estudiantes para que sean comunicadores eficaces en el lugar de trabajo. Comprende: los principios básicos de la comunicación, la evaluación y la mejora de las relaciones en el lugar de trabajo, el manejo de conflictos, otras formas de comunicación, comunicación en público, entrevistas laborales, comunicación profesional y comunicación intercultural.