

Curso de Posgrado en
**NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Acerca del programa

Este programa se propone satisfacer los requerimientos del mercado empresarial donde la globalización, la competencia y la tecnología han redefinido la forma de hacer negocios, como así también dotar a sus alumnos de herramientas de gestión que les permitan la adecuada toma de decisiones en los procesos de internacionalización.

Se busca formar ejecutivos capaces de enfrentar la apertura generalizada de los mercados que convierte, de hecho, en internacional a todo negocio que desee ser sustentable en el tiempo y exige de los especialistas mentalidad internacional en su gestión.

Se ha convocado para ello a destacados profesionales y empresarios del mundo de los negocios internacionales quienes -a través de la transmisión de conocimientos técnicos aplicados y experiencias concretas- explicarán la resolución de casos reales que han debido enfrentar durante los procesos de internacionalización desde el punto de vista operativo, táctico y estratégico.

Inicio

Abril 2022

Clases

Jueves, 19 a 22 hs.

Finalización

Noviembre 2022

Clase adicional:

1 viernes de junio

UADE
BUSINESS SCHOOL

Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES



¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de UADE.
- Más de 57 años enseñando gestión de negocios.
- 28 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la Transferencia al Puesto de Trabajo.
- Contenidos asociados a la realidad del participante.
- Desarrollo de mejores prácticas de negocios.
- Toma de decisiones gerencial a través de casos.
- Docentes con vasta experiencia profesional y gerencial
- Infraestructura edilicia y tecnológica de primer nivel.



Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES



Beneficios que ofrece el Curso de Posgrado en Negocios Internacionales de UBS

- Mejorar el perfil profesional.
- Obtener herramientas para alcanzar el siguiente nivel en la organización.
- Superarse personal y laboralmente.
- Apalancar el crecimiento.
- Alcanzar nuevos desafíos, proyectos y responsabilidades.
- Desarrollar el potencial creativo e innovador.



Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Objetivos del programa

Formar integralmente al participante mediante la presentación de nuevas y actualizadas metodologías y experiencias concretas, que le permitirán enfrentar con éxito la actual y futura problemática del gerenciamiento internacional de una compañía o emprendimiento.

Objetivos Específicos

- Desarrollar estrategias de negocios en un contexto global o nacional
- Proyectar la demanda de bienes y servicios
- Detectar, analizar y aprovechar oportunidades de negocios entre empresas y países en el mundo.
- analizar el comportamiento del consumidor en dichos mercados
- Administrar la operación del proceso del comercio internacional a través de la integración de una cadena de suministro efectiva, planeando y ejecutando actividades que agreguen valor a las organizaciones, mediante el desarrollo de los procesos de importación y exportación de bienes y servicios
- Concretar negocios internacionales en diferentes ámbitos políticos, económicos, sociales y culturales, respetando la diversidad y la libertad de pensamiento.

Metodología innovadora de enseñanza

- a) Foros de análisis, investigación y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
- b) Trabajo en Equipo con transferencia al contexto puesto/área/ organización/ sector/industria.
- c) Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.
- d) Trabajo Integrador Final.

Destinatarios

Profesionales egresados de carreras vinculadas a las Ciencias Económicas, ejecutivos de empresas (grandes, medianas o pequeñas), consultores interesados en los negocios internacionales, ya sea para afrontar emprendimientos mediante la identificación de oportunidades de negocio o para gestionar procesos de internacionalización.



Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Plan de estudios

Módulo 1 - Pensamiento Estratégico y el Gerenciamiento Global

Conceptos fundamentales y desarrollo histórico. Situación en nuestro país y en el exterior. Tendencias. Diferenciación entre Comercio Internacional y Comercio Exterior. Los negocios internacionales como un factor clave del éxito de las empresas del siglo XII

Economía Mundial y Regional. Procesos integrativos. Estatus competitivo actual. La nueva cultura en los negocios. Las herramientas de la empresa de hoy. Nuevo escenario económico-financiero y su correlato en los negocios internacionales.

Concepto de pensamiento estratégico. La estrategia como creación de valor. La estrategia y la planificación. El rol de la estrategia en los procesos de internacionalización. Estrategias de internacionalización.

Administración global y comparativa Naturaleza de la organización y del empresariado. Internacionalización empresaria. Análisis de Prefactibilidad exportadora. Empresas internacionales, transnacionales, globales. Adaptación de los procesos administrativos a los mercados y los productos. Cultura. Modelo de toma de decisiones centralizado – descentralizado en función del negocio. Control general y preventivo

Módulo 2 - Marketing Internacional

La investigación como herramienta para la exportación. La segmentación como técnica para el conocimiento y análisis de los mercados. Concepto, procesos y aplicaciones en la Investigación de Mercados.

Segmentación de Demanda. Segmentación de la Oferta y estructura configurativa del mercado. Investigación de Mercado e Investigación de Marketing. El Proceso de la Investigación de Mercados: sus etapas y características de cada una. El Listado de Interrogantes: Procedimiento para su elaboración.- Su importancia para lograr una buena investigación.

Planificación y organización del marketing internacional. Ambiente cultural, político, económico y jurídico. Análisis de las oportunidades de los mercados internacionales. Estrategias de ingreso a mercados externos. Exportación. Inversión directa. Alianzas estratégicas. Formas no tradicionales de comercio internacional. Estrategia de productos internacionales. Construcción de marcas globales. Comunicaciones de marketing globales. Estrategias de precio. Control de desempeño. Plan de marketing internacional.

Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Módulo 3 - Servicios y Tecnologías en el Comercio Exterior

Modelos de negocios en internet. Comportamiento del consumidor en línea. Construcción de relaciones con los clientes. Métodos de distribución y desintermediación comercial. Impacto del comercio electrónico en las estrategias de precios. Estrategias de publicidad y técnicas de medición de la efectividad. Sistemas de análisis de las funciones de los miembros de la cadena de valor desde el punto de vista de todos los miembros.

Construcción, creación, crecimiento y extensión de marcas en internet. La seguridad en la red. Marco regulatorio. Estrategias en internet para empresas internacionalizadas. Sistemas de pago y aspectos de seguridad. Sistemas de pago en internet.

Situación actual del mercado de servicios y su inserción en el ámbito internacional. Papel de los servicios globales en la economía internacional. Problemática en el comercio internacional de servicios. Estrategias de internacionalización de servicios. Vías de penetración y crecimiento en los mercados internacionales. Proyección internacional de empresas de servicios: las franquicias como herramienta de expansión. La creación de redes comerciales o consorcios de servicios. Generación de valor internacional. Innovación. Diseño. Calidad: tecnología e innovación para empresas de servicios. Herramientas de marketing internacional para una empresa de servicios. Construcción de marca internacional. Las compañías nacidas globales (born global). Aspectos impositivos, contables y financieros aplicables al comercio internacional de servicios. Organismos de control. Gerencia de servicios internacionales.

Módulo 4 - Liderazgo y Negociación Internacional

Concepto de liderazgo. Rasgos, Estilos y Teorías. Gerencia y Liderazgo. La visión del líder. Cómo corregir y cómo reconocer a los colaboradores. El Liderazgo Situacional: La flexibilidad del líder en su comportamiento. Las necesidades de sus colaboradores y los requerimientos de la situación. Nivel de desarrollo del colaborador y estilos del líder. El Liderazgo Adaptativo. Desafíos técnicos vs. Desafíos adaptativos: identificación y cursos de acción. Liderazgo Servicial: lograr que los colaboradores quieran, sepan y puedan. La Agenda del Líder: Lo Urgente y lo Importante.

Negociación Concepto. Habilidad y Poder negociador. Proceso de la negociación internacional. Estilos: integrativo y distributivo Ganar – Ganar. Estilos culturales. Enemigos de una negociación exitosa.

Curso de Posgrado en **NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Módulo 5 - Aspectos Operativos y Tributarios del Comercio Internacional

Régimen aduanero. Incoterms. Documentación Comercial Internacional. Clasificación Arancelaria. Medios de Pagos. Incentivos Promocionales. SIMI - Régimen cambiario aplicable a las operaciones de comercio internacional. Marco tributario del Comercio Internacional.

Seguros en el comercio internacional -- Elementos específicos de los seguros. Seguros de transporte marítimo. Aspectos generales Seguros de transporte marítimo. Las pólizas tradicionales Seguros de transporte marítimo. Las nuevas pólizas A, B y C Seguros de transporte aéreo y terrestre Procedimiento de liquidación y acciones emergentes del contrato de seguro Coberturas de transportistas y de sujetos vinculados al transporte Seguros de caución Seguro de crédito a la exportación y seguro de responsabilidad civil de productos . Seguros contratados en plazas externas.

Definición Política de Precios de exportación. Secuencia Operativa de exportación. Optimización de los costos de exportación. Toma de decisiones. Secuencia Operativa de importación. Costos de Importación

Módulo 6 - Aspectos Contractuales del Comercio Internacional

Contrato de Compra Venta Internacional. Distribución. Agente. Representación. Legislación aplicable. Resolución de conflictos. Marcas, Patentes, Derechos de Autor. Propiedad Intelectual y tecnologías de la información Gestión de la Propiedad Intelectual en instituciones del sistema de ciencia y técnica Derecho de Patentes y Patentes Comercialización de Tecnología

Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Módulo 7 - Logística de la Comercialización Internacional y Servicio al Cliente

Definición. Medios de transporte. Ventajas y desventajas. Aspectos esenciales a considerar. Costos asociados. Unitarización. Contenedores. Supply chain Management. Just in Time. Total Quality Management. Six Sigma. Logística de la Comercialización Internacional. Análisis de Costos y de Servicio al Cliente.

Packaging. Relación Envase - Producto. Funciones del envase. Embalajes. Funciones del embalaje. Materiales constitutivos. Aspectos ecológicos. Exigencias de los mercados en el acondicionamiento de las mercaderías. Rotulación del Packaging de exportación a la U.E. Política de Packaging en el Mercosur. Costos asociados a la calidad de servicio al cliente: incidencia de los factores logísticos

Módulo 8 - Planificación Financiera y Control

Necesidades de Fondos en los negocios internacionales. Prefinanciación y post financiación de exportaciones. Normativa BCRA. Fideicomisos de exportación. Compra con y sin recurso de documentos de embarque. Crédito al comprador y proveedor extranjero. Factoring/Forfating. Fideicomisos financieros. Leasing. Régimen Cambiario. Swap. Forwards. Futuros de tasa de interés. Financiamiento de importación. Mercado de capitales

Métodos de valuación por descuento de flujo de fondos: Valor Presente Ajustado (Adjusted Present Value – APV); Costo de Capital Medio Ponderado (Weighted Average Cost of Capital – WACC). Limitaciones del WACC y ventajas del APV. Valuación de empresas mediante el empleo de múltiplos. Ventajas y desventajas.

El control de gestión en la empresa. Necesidad de un tablero de control y definición de indicadores. La medición y gestión en la era de la información. Definición de indicadores. Indicadores apropiados. Los indicadores financieros. Tipos de tablero de control. Presupuesto integrado.

Análisis del control presupuestario. El cuadro de mando integral “balanced scorecard”. Indicadores por niveles de la organización. Forma de medir la estrategia empresarial. Vinculación de los indicadores con la estrategia. Metas, asignación de recursos y presupuestos. Implementación.

Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Cuerpo docente

ROLDÁN, ELENA

Profesor de Negocios Internacionales en UADE Business School.
Coordinadora del Curso de Posgrado en Negocios Internacionales de UADE Business School.
MBA, UADE Business School.
Doctorando en Ciencias de la Administración , UCA.
Licenciada en Comercio Internacional, Fundación UADE.
Posgrado Negocios Internacionales, UB.
Directora del Departamento de Comercialización de Fundación UADE.
Consultora en estrategias de inserción en mercados internacionales.

GAYA, ROMINA

Profesora en Negocios Internacionales en UADE Business School.
Maîtrise de Sciences Économiques mention Économie Internationale, Monnaie et Finances, Université de Toulouse. Magíster en Relaciones Económicas Internacionales, Universitat de Barcelona y Magíster en Relaciones y Negociaciones Internacionales, Universidad de San Andrés.
Licenciada en Economía, Universidad del Salvador.
Profesora de grado y posgrado en la Universidad de Buenos Aires, UCA, Fundación UADE, el Instituto del Servicio Exterior de la Nación (ISEN), la Universidad Nacional de San Martín, Universidad Nacional de Quilmes y la Universidad de Belgrano.
Investigadora Asociada del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas de la Universidad del Salvador.
Consultora de instituciones nacionales y globales. Ha realizado trabajos para el BID, UNCTAD, CEPAL, INTAL, Secretaría de Comercio Exterior, IDRC, CEPR, CERA, Argencon, ProEcuador, Embajada de Corea en Argentina, entre otros. Durante dos años fue directora del Observatorio de la Economía del Conocimiento del Ministerio de Producción de la Nación.
Es autora de numerosas publicaciones sobre comercio internacional, negociaciones comerciales y economía del conocimiento.

Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Cuerpo docente

GIANNICE, SERGIO GABRIEL

Profesor de Negocios Internacionales en UADE Business School.

MBA, Universidad Politécnica de Madrid.

Maestría en Relaciones Económicas Internacionales, Universidad Nacional de La Matanza.

Licenciado en Comercio Internacional, Fundación UADE.

Especialista en Planeamiento Estratégico aplicado a las Finanzas y al Comercio Internacional; doble titulación: Universidad Nacional de Luján y University of IOWA.

Despachante de Aduana; Administración Nacional de Aduanas. Consultor del Programa de Diversificación de Mercados de Exportación de Pymes (DIVERPYMEX); Fundación Banco Credicoop Consultor del BID.

MARTÍNEZ, JULIO

Profesor de Operativa Aduanera, Negocios Internacionales y Práctica Profesional Aduanera en UADE Business School.

Licenciado en Comercio Exterior, UCES.

Posgrado en Derecho Aduanero, UBA.

Fue Director Pentair Water Latinamerica S.A. Es Director de Cargonet Logistic S.A.

ORTIZ, ALBERTO

Profesor de Negocios Internacionales en UADE Business School.

Contador Público Nacional, UBA.

Fundador y Director de Barbero, Ortiz y Asoc. (Consultora de Comercio Internacional)

Coordinador de Consorcio de Exportación Ariex.

Asesoró de Organismo Internacionales (BID – Sebrae – Comisión UE). Coordina Entidades Gremiales Empresarias nacionales (Federación de Cámara de Comercio Exterior de la Rep. Arg).

Curso de Posgrado en **NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Cuerpo docente

SEQUEIRA, ANIBAL

Profesor de Negocios Internacionales en UADE Business School.
Magister en Dirección Comercial, UADE Business School.
Licenciado en Comercio Internacional, Universidad Nacional de Cuyo.
Director de la Consultora GLOBALIDEAS, especializada en Desarrollo de Mercados Externos y procesos de Internacionalización de PyMEs.

SLIWA, ANDRÉS

Docente de Negocios Internacionales y de Operaciones y Logística en UADE Business School.
Maestrando en Relaciones Económicas Internacionales, Universidad Nacional de La Matanza.
Licenciado en Comercio Internacional, UNLaM.
Posgrado en Marketing Internacional, Universidad de Belgrano.
Posgrado en Mediación y Negociación como técnica de resolución de conflictos, UNLaM. Posgrado en Dirección de Empresas, IDEA.
Socio Director de SLW S.R.L.
Ha sido Jefe de Comercio Exterior de IPS SAICyF, Director de Operaciones Internacionales de TIRYAS LOGISTICS, Jefe de los Departamentos de Comercio Exterior y Abastecimientos del Grupo Etex.

VECCHI, ALEJANDRO

Profesor de Exportación de Servicios en UADE Business School.
Candidato a Magister en Relaciones y Negociaciones. Internacionales FLACSO-San Andrés.
Licenciado en Comercio Exterior, UCES.
Consultor en proyectos del Banco Mundial, BID, CFI y PNUD.
Fue Director Ejecutivo de Bairexport, la Red de Exportadores de Buenos Aires.

Curso de Posgrado en NEGOCIOS INTERNACIONALES

Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae
- Presentar copia Título de grado.
- Entrevista de admisión, en caso de ser requerida.

Condiciones de Evaluación y Certificación

Quienes cumplan con el 75% de asistencia al programa y hayan cumplimentado todas las materias, recibirán su certificado de Asistencia.

Quienes además aprueben un Trabajo Integrador Final sobre un proyecto de exportación considerado como un examen final integrador, recibirán un certificado de Aprobación.

Valor y forma de pago del programa

Consultar a: posgrados@uade.edu.ar

Cursos y programas que no constituyen carreras de posgrado en los términos del Art. 39 de la Ley de Educación Superior N° 24.521 y de la Resolución Ministerial 160/11Gcia





UADE

BUSINESS SCHOOL

Admisiones de Posgrado

(54-11) 4000-7666

posgrados@uade.edu.ar

www.uade.edu.ar/sites/business-school/capitacion-ejecutiva/



UADE Business School: Lima 775 (CABA)