



Curso de Posgrado en Negocios Internacionales

Virtual

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: 22 de abril

Finalización: 9 de diciembre

Receso: 22 y 29 de julio

Clases: Jueves, de 19 a 22 hs.

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.

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.

Metodología de enseñanza

- a) Clases sincrónicas semanales con TEAMS, de 3 horas.
Posibilidad de algunos encuentros presenciales, no obligatorios, a definir.
- b) Foros de análisis, investigación y debate colaborativo de temas (puede ser individual o grupal).
- c) Trabajo en Equipo con transferencia al contexto puesto/área/ organización/ sector/industria.
- d) Lectura de capítulos de libros, artículos de publicaciones de negocios y notas técnicas.
- e) Trabajo Integrador Final.

¿Por qué elegir Educación Ejecutiva en UADE Business School?

- Respaldo de la Fundación UADE.
- Más de 60 años enseñando gestión de negocios.
- Más de 30 años en la capacitación de líderes y ejecutivos.
- Enseñanza orientada a la aplicación de conceptos en el ámbito profesional.
- Contenidos actualizados según las últimas tendencias y el desarrollo de mejores prácticas del mercado.
- Toma de decisiones gerenciales utilizando el método del caso.
- Interacción permanente entre docentes y participantes, enriqueciendo así la experiencia de capacitación.
- Docentes con vasta trayectoria profesional y gerencial.
- Infraestructura tecnológica de primer nivel.

Nuestros Valores y Competencias

- Trabajo en Equipo.
- Integración.
- Empoderamiento.
- Responsabilidad Social.
- Transformación de la Realidad.
- Gestión del Cambio.
- Creación de Valor
- Innovación.
- Liderazgo.
- Proactividad.
- Flexibilidad.
- Actualización.
- Toma de Decisiones.
- Emprendedurismo.

¿Qué beneficios ofrece este Programa?

- 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..

Plan de estudio

Módulo 1 – Estrategia y Gestión Global en la Era Digital

Conceptos fundamentales y desarrollo histórico del comercio global. Panorama actual: tendencias en economías emergentes y desarrolladas. Distinción entre Comercio Exterior y Comercio Internacional. Negocios internacionales como pilar del éxito empresarial en el siglo XXI.

Tendencias macroeconómicas y geopolíticas. Comercio de bienes, servicios y activos digitales.

Flujo de inversiones transfronterizas y cadenas de valor globales. Impacto de las tecnologías disruptivas en el comercio internacional. Oportunidades y retos en mercados globales interconectados.

Procesos de integración económica y acuerdos comerciales. Competitividad nacional e industrial en la economía del conocimiento. Cultura empresarial en la era de la globalización 4.0. Herramientas digitales para la gestión internacional. Evolución de la Inversión Extranjera Directa (IED) y empresas multinacionales.

La estrategia como elemento de creación de valor sostenible. Alineación entre planificación estratégica y ejecución táctica. Rol crítico de la estrategia en procesos de internacionalización. Modelos de entrada y expansión en mercados extranjeros.

Naturaleza cambiante de las organizaciones y el liderazgo empresarial. Etapas y desafíos en la internacionalización de empresas. Evaluación de viabilidad para proyectos de exportación. Tipología y evolución de empresas con presencia internacional. Adaptación de procesos de gestión a mercados y productos locales. Impacto de la diversidad cultural en operaciones globales. Modelos de toma de decisiones y control en estructuras multinacionales.

Escenario postpandemia: ¿hacia una "nueva normalidad"? Reconfiguración del orden económico mundial y nuevos centros de poder. Cambios demográficos y su impacto en mercados globales. Seguridad alimentaria como desafío y oportunidad de negocios. Cambio climático: riesgos y oportunidades para empresas globales. Transformación digital y su efecto disruptivo en el comercio internacional.

Plan de estudio

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.

Plan de estudio

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.

Plan de estudio

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.

Plan de estudio

Módulo 5 - Aspectos Operativos y Tributarios del Comercio Internacional

Régimen aduanero de Importación y Exportación. Incoterms.

Documentación Comercial Internacional. Clasificación Arancelaria.

Medios de Pagos. Incentivos Promocionales. SIRA - 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. Documentos Comerciales. Regímenes suspensivos (Importación Temporal con y sin transformación). Estímulos a las exportaciones: Draw Back y Reintegros.

Plan de estudio

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.

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.

Plan de estudio

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.

Cuerpo docente



GIANNICE, SERGIO GABRIEL

Coordinador del Curso de Posgrado en Negocios Internacionales

- MBA, Universidad Politécnica de Madrid.
- Maestría en Relaciones Económicas Internacionales, Universidad Nacional de La Matanza.
- Licenciado en Comercio Internacional, Fundación UADE.
- Profesor de Negocios Internacionales en UADE Business School.
- 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.



GAYÁ, ROMINA ELIANA

- Profesora de Negocios Internacionales en UADE business School.
- Licenciada en Economía (Universidad del Salvador), Maîtrise de Sciences Économiques mention Économie International, 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).
- Profesora de grado y/o posgrado en UADE, Università di Bologna (UNIBO), Universidad Católica Argentina (UCA) y Universidad Tecnológica Nacional (UTN).
- Cuenta con 20 años de experiencia trabajando como consultora independiente para organismos internacionales, entidades públicas, asociaciones empresariales y PYMES.
- Se especializa en temas de comercio internacional y economía del conocimiento.
- Ha realizado trabajos para el BID, UNCTAD, INTAL, CEPAL, FAO, ALADI, Secretaría del MERCOSUR, Agencia Argentina de Inversión y Comercio Internacional, Analdex Colombia, MINCETUR (Perú), ProColombia, ProEcuador, ProCórdoba, Embajada de Corea en Argentina, IDRC, CEPR, CERA, Argencon, entre otros
- Es autora de numerosas publicaciones y panelista en conferencias internacionales.



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).



KOOP, FERMIN

- Licenciado en Periodismo.
- Magister en Ambiente y Desarrollo.
- Trabaja para medios de comunicación internacionales y como líder en comunicación en temas ambientales.
- Capacita a periodistas y comunicadores a nivel global.



AMIUNE, LAUTARO

- Abogado y Magister en Relaciones Internacionales.
- Docente de la Materia: Integración y Cooperación Económica. Geopolíticas y Cambios Globales en la carrera de Comercio Exterior de UADE
- Ha participado de eventos académicos y jornadas de estudio tanto nacionales como internacionales.



EVANGELISTA, VICTORIA

- Sr Transportation Analyst (Line Haul MLA) en Mercado Libre. Posee 10 años de trayectoria profesional en Comercio Internacional y Logística, habiendo trabajado en industria petrolera, manufactura industrial y e-commerce. Es Lic. en Comercio Internacional, UADE y realizó estudios de postgrado en UCA.
- Actualmente se desempeña como docente de logística en las carreras de Comercio Internacional y Dirección de negocios globales (GBM), en UADE.



VICCHI, 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.

Requisitos de Admisión

- Completar la solicitud de Admisión.
- Presentar Currículum Vitae
- Presentar copia Título de grado. Aquellas personas que no lo posean, recibirán Certificación de Programa Ejecutivo.
- 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 Participación.

Quienes además aprueben un Trabajo Integrador Final, recibirán un certificado de Aprobación.

Valor y forma de pago del programa

Consultar en:



posgrados@uade.edu.ar



11 6210-4814

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

La Universidad se reserva el derecho de realizar los cambios que considere necesarios respecto de fechas, docentes y aranceles.

