



Pregrado Virtual

Negocios Internacionales

Registro Calificado No. 7141 del 27 de abril de 2022 | SNIES No. 111186.



Resolución 018115 del
27 de septiembre de 2021
4 AÑOS

Información Académica



Modalidad: **Virtual**



Duración: **8 Semestres.**



Tipo de programa: **Profesional**



Título que Otorga: **Profesional en Negocios Internacionales**



Información en página web

¿Por qué estudiar en UniPiloto Virtual?

**La diferencia la haces al estudiar en UniPiloto Virtual.
UniPiloto Virtual es tu nueva realidad.**

- **Respaldo:** Tenemos 60 años de experiencia en la educación superior privada, fundamentada en la colaboración. Hemos construido programas de alta calidad educativa que están a la vanguardia en modalidad virtual, diseñados para presentarte soluciones innovadoras a los diferentes retos de tu vida laboral y personal.
- **Internacionalización:** Contamos con alianzas internacionales que proyectarán tu currículo profesional a las organizaciones, avaladas por nuestra Acreditación Institucional de Alta Calidad otorgada por el Ministerio de Educación Nacional.
- **Flexibilidad:** Hemos trasladado nuestra estructura educativa a la virtualidad con una mentalidad futurista. Tendrás una experiencia única gracias a la tecnología de punta que podrás vivir en un modelo virtual accesible desde donde quieras y cuando quieras.
- **Tecnología:** Nuestros cursos son producidos bajo el acompañamiento de un equipo liderado por asesores pedagógicos, diseñadores gráficos y multimedia, administradores de plataforma Moodle y profesionales de soporte técnico en línea con un tiempo de respuesta no superior a 24 horas y disponible en horario extendido.
- **Comunidad:** Tenemos una de las mejores comunidades y ambientes universitarios gracias a nuestro sistema CrediPiloto: te da respuesta sin codeudor de forma ágil y te financia hasta el 100% del pago del semestre.
- **Empleabilidad:** Además, cuentas con el respaldo y la filosofía de apoyo de la RedUniPiloto, una bolsa de empleo que te pone en contacto con todos los egresados y estudiantes de la universidad para tu beneficio laboral.

¿Por qué estudiar Negocios Internacionales en UniPiloto Virtual?



Aprendizaje real: Aprende a través de la resolución de casos, problemas o elaboración de proyectos.



Diferencial: Construir en ti un pensamiento crítico y la solución de problemas del mundo real.



Calidad: Cumplimiento de altos estándares de calidad para la educación virtual.



Precio: Te damos la posibilidad de pagar cada dos meses, "bimestralmente", lo que te ayuda a manejar tu economía y proyectar tus finanzas.

¿Por qué ser un Profesional en Negocios Internacionales de UniPiloto Virtual?

**Lo que te espera al ser un Profesional en Negocios Internacionales de UniPiloto Virtual.
Conviértete en un Profesional en Negocios Internacionales de UniPiloto Virtual.**

Desarrollarás competencias para lograr la internacionalización estratégica de cualquier empresa de manera exitosa, con las habilidades necesarias que te permitirán tener una mayor comprensión del entorno global de las organizaciones y manejar la incertidumbre que este escenario plantea para una mejor toma de decisiones.

Estarás en capacidad de identificar, interpretar, analizar y concluir situaciones relacionadas con los procesos de internacionalización de una organización, sea pública o privada, de bienes y de servicios con una mirada de sostenibilidad en el largo plazo y con una mirada crítica de la realidad del entorno que la afecta.

Cerrarás negocios internacionales y dirigirás empresas nacionales y multinacionales con operaciones internacionales; Podrás gestionar y administrar negocios de bienes y servicios; liderarás negociaciones internacionales y procesos estratégicos; evaluarás (lo financiero, económico, social, ambiental) y desarrollarás proyectos internacionales analizando el riesgo de las operaciones internacionales con el fin de lograr la sostenibilidad de la organización en el mercado exterior.

Responderás a las preguntas que orientan el proceso de internacionalización de cualquier tipo de organización (qué, cómo, cuándo y dónde internacionalizar).

Desarrollarás habilidades multiculturales gracias a la interacción sincrónica con estudiantes de otras partes del mundo, desarrollando proyectos colaborativos y planes de internacionalización a través del convenio con East Carolina University bajo la red Global Partners for Education y el programa X-Culture respectivamente.

Tendrás las habilidades para comprender e interactuar con las operaciones financieras internacionales de una organización a través del Bloomberg Lab. Realizarás Marketing Intelligence aprovechando bases de datos especializadas como WiserTrade y Legiscomex.

Podrás desarrollar un doble programa con otro programa de Facultad o una co-terminal (tomar módulos) con un programa de posgrado, ya sea especialización o maestría.

Plan de Estudios



Fundamentos de Economía.

Este curso permite que el estudiante viva y perciba su realidad, aborde la economía como ciencia social, con reconocimiento de sus componentes básicos, las principales escuelas de pensamiento económico y un primer acercamiento a la microeconomía y macroeconomía como ejes de las ciencias sociales y disciplinas como la administración o los negocios internacionales y el marketing. Todo esto posibilitará que el estudiante identifique la realidad económica y como se articula con el entorno, generando un pensamiento más integral que desde la administración de empresas, la contaduría, los negocios internacionales, marketing y la propia ciencia de la economía, forje elementos claves que muestren esa visión social y empresarial claves en la dinámica social.



Lengua Extranjera I.

Este curso busca el desarrollo de competencias comunicativas en lengua extranjera de quienes lo toman, particularmente en inglés. Este idioma, entendido como el lenguaje internacional de la ciencia y los negocios se constituye en una herramienta académica esencial y de interacción que le permite al usuario acceder al conocimiento científico, tecnológico, cultural y a la construcción de nuevos saberes en su área de estudio y su desempeño profesional. En este sentido el curso busca contribuir a la formación de profesionales con conocimiento científico y sentido crítico, y al desarrollo de competencias comunicativas en Inglés que les permitan establecer relaciones personales y comerciales con miembros de otras culturas, aplicando metodologías y enfoques con contextos comunicativos de negocios que propicien la interacción en otro idioma.



Precálculo.

Este curso pretende el desarrollo de habilidades, destrezas y procedimientos propios del razonamiento matemático. Esta forma de pensar es fundamental dentro de la formación del profesional de las Ciencias Sociales, dado que determina los primeros modelos que permiten analizar, interpretar y representar situaciones básicas de su actividad profesional. Los estudiantes que ingresan a primer semestre a la Universidad Piloto de Colombia presentan heterogeneidad en el manejo de las habilidades, conceptos básicos, para abordar el estudio de asignaturas de mayor complejidad. El Precálculo constituye una base para los estudiantes de ciencias administrativas, contables, empresariales, económicas siendo prerrequisito para la profundización de los cursos del componente básico y profesional.



Teoría de la internacionalización.

Este curso permite comprender y apropiarse el concepto de internacionalización y negocios internacionales y su implicación en el contexto organizacional y empresarial en operaciones de comercio internacional e inversión extranjera directa, así como la identificación de las diferentes posibilidades de producción y comercialización de Bienes y servicios entre países y regiones, teniendo en cuenta las teorías económicas del comercio. Adicionalmente identifica, diferencia y relaciona los modelos y estrategias que abordan las empresas en un proceso de internacionalización.



Fundamentos de Contabilidad.

Este curso permite el aprendizaje de los conceptos contables en cual se conoce y relaciona la historia de la contabilidad, sus características y los modelos contables, así como la normatividad vigente y requerida para interpretar los estados financieros de diferentes tipos de organizaciones, como base de la formación profesional para la planeación y gestión de recursos económicos y Financieros.



Taller de Lectura y Escritura.

Este curso permite desarrollar competencias comunicativas y de expresión de ideas en forma oral y escrita como resultado de procesos reflexivos, los cuales sirven de apoyo a la adquisición de conocimientos desde lo conceptual, lo teórico y lo procedimental, de acuerdo con los diferentes escenarios, roles y funciones en el ámbito empresarial u organizacional, en cualquiera de sus áreas: gestión ambiental, comercialización e Investigación de mercados, producción, operaciones, contabilidad, auditoría, entre otras, con un nivel multiescalar (local, nacional e internacional).



Ética y Ciudadanía.

Este curso permite a quien lo toma desarrollar habilidades para la aplicación de propuestas de participación ciudadana, promotoras de desarrollo humano sostenible, desde una perspectiva multiescalar para la comprensión de las dinámicas culturales y económicas propias del territorio, y de la conformación de organizaciones que se fundamentan en el fortalecimiento comunitario, la deontología profesional y la Constitución.

Plan de Estudios



Calculo Diferencial e Integral.

Este curso permite la construcción de un pensamiento matemático basado en el dominio de un conjunto de conceptos y procedimientos básicos de Funciones de una variable real, límites, derivadas, integrales definidas e indefinidas y algunas aplicaciones, indispensables para enfrentar situaciones que permitan este tipo de análisis, permitiendo la comprensión de los conceptos y procedimientos característicos del Cálculo Diferencial e Integral, el significado y la representación en lenguaje matemático de situaciones problema y sus posibles soluciones.



Lengua Extranjera II.

En este curso el estudiante desarrolla habilidades para la comprensión de expresiones del lenguaje sencillo, de uso frecuente y cotidiano (usuarios A1 y A2 Common European Framework of Reference for Languages CEFR), y tecnicismos de lengua específico del ámbito organizacional; del mismo modo analiza acciones del mundo de los negocios: modelos de emprendimiento exitoso; perfil profesional; liderazgo; motivación; clima organizacional y conflicto laboral desde la perspectiva del bilingüismo, particularmente el inglés.



Organización y Entorno.

Este curso permite al estudiante desarrollar habilidades para reconocer e identificar los diferentes tipos de organizaciones y sus relaciones con el entorno (local y global), distinguiendo las diferentes categorías que permiten estudiarlo. A vez identifica la noción de estrategia y emprendimiento, para introducir al estudiante en el estudio de la gestión de organizaciones y la creación de empresa (en contextos locales y globales). Asimismo, le permite habilidades de análisis frente al contexto de las organizaciones, dado que no son iguales en sus características y que por tanto exigen una gestión singular o conforme a sus particularidades; en lo cual se puede resaltar la clasificación por su misión o alcance económico, social o público; o también para realizar actividades o negocios locales y/o globales (internacionales).



Costos y Presupuestos.

Este curso permite, con base en el aprendizaje de los conceptos de costos y presupuestos, que el estudiante identifique y relacione los sistemas de costeo, la estructura del estado de costos y el cálculo del costo-volumen- utilidad; lo anterior para realizar las proyecciones del estado de costos a los diferentes tipos de organizaciones, como base de la formación profesional para la planeación y gestión de recursos económicos y Financieros.



Geopolítica e Integración Económica.

Este curso le permite al estudiante comprender la realidad del entorno internacional desde el contexto político, social y cultural y su incidencia en el negocio internacional bajo una mirada geográfica y económica y su incidencia para la toma de decisiones del directivo en un proceso de internacionalización. En este sentido el curso orienta entonces al estudiante para desarrollar habilidades de análisis e interpretación de la realidad de la geopolítica y los procesos de integración económica que inciden en los procesos de internacionalización de una organización en el momento de definir una actividad internacional y apoyar el proceso de inserción más conveniente de acuerdo con el mercado que le favorezca su entrada, desde un contexto económico, político, social y geográfico.



Probabilidad.

Este curso le permite al estudiante construir un pensamiento aleatorio basado en el conocimiento de la existencia del azar y de las reglas para tomar decisiones a partir de técnicas estadísticas y modelos probabilísticos. Así mismo, proporciona argumentos suficientes para visualizar el carácter general y sintético de la estadística, identificar las leyes y las características del comportamiento de los fenómenos que ocurren en las ciencias sociales y empresariales que permitan tener argumentos para plantear, resolver situaciones problema y la toma de decisiones mediante el uso de métodos estadísticos.



Lengua Extranjera III.

Este curso permite desarrollar habilidades en la comprensión y utilización de expresiones del lenguaje complejo y de uso cotidiano y frecuente en el ámbito organizacional; analiza modelos de identidad corporativa; revisa propuestas de mercados internacionales, modelos de innovación y factores de riesgo en los negocios; asimismo comprende los conceptos de ética de las organizaciones e identifica y analiza casos de conflicto laboral para brindar soluciones desde una perspectiva del bilingüismo. Este curso pretende desarrollar la competencia comunicativa, la cual comprende la competencia lingüística, pragmática, sociolingüística e intercultural.

Plan de Estudios



Organización y Gestión.

En este curso el estudiante está en capacidad de identificar y relacionar las concepciones básicas de organización y gestión para fines de análisis en términos de objetivos, estrategia, estructuras y procesos, considerando a la vez una perspectiva de pensamiento crítico respecto al rol de las empresas conforme a los requerimientos contemporáneos del desarrollo socioeconómico en lo territorial y hacia el contexto global con visión de sistemas sostenibles.



Principios de Mercadeo.

En este curso el estudiante desarrolla la capacidad de reconocer dilemas y situaciones asociadas a problemas contemporáneos nacionales y mundiales y encontrar estrategias para robustecer su desarrollo profesional y personal. Así mismo comprende el enfoque general de lo que significa el mercadeo, el contexto en el cual se da, el proceso tanto de planeación como de investigación de mercados, que son esenciales para apoyar el diseño y puesta en marcha estrategias de marketing. Además, desarrollara una visión crítica y analítica del papel que desempeña el consumidor y su comportamiento en el proceso de compra, reconociendo las características comunes en los consumidores que permiten realizar el proceso de segmentación, orientado a que se convierta en el centro de todos los esfuerzos de marketing, que facilite llegar a ellos con la propuesta de valor inmersa en los productos y servicios diseñados para satisfacer sus necesidades y deseos. Finalmente, aplicará el Mix de marketing (producto, precio, plaza y promoción), como pilar en la formulación de estrategias de comunicación y visualización de los productos y servicios que la empresa ofrece al mercado aplicando el concepto de la distribución y las técnicas de merchandising propias de este proceso.



Estadística Inferencial.

Este curso dota al estudiante de elementos teóricos para que pueda hacer inferencias acerca del valor y la confiabilidad de un parámetro poblacional con base en los resultados obtenidos de una o más muestras, la toma de decisiones debe estar sustentada en el razonamiento estadístico, lógico y coherente necesario para el análisis de problemas de simulación en el área de las ciencias administrativas y empresariales. Así mismo desarrolla la habilidad para el manejo de información con el fin de poder estructurarla, condensarla, analizarla y si es el caso pronosticarla para generar una toma de decisión acertada al interior de cualquier organización.



Microeconomía.

En este curso el estudiante estará en la capacidad de comprender y entender los principios de racionalidad (conceptos - leyes - axiomas) y la optimización de consumidores y productores en un contexto de mercado competitivo. Así mismo estará en capacidad de tomar información del entorno, construir y representar proposiciones algebraicas y modelos cartesianos sobre los fenómenos económicos dados en el entorno de un mercado en competencia perfecta, lo que le permitirá aducir criterios propios basados en planteamientos de orden microeconómico generando posibles escenarios económicos en relación al bienestar y la maximización de los agentes. En este sentido aplica la información del contexto y métodos adecuados para dar solución a los problemas generados por las fallas del mercado.



Pensamiento Estratégico.

Este curso permite al estudiante desarrollar competencias para identificar, relacionar y aplicar los diferentes modelos teóricos que sustentan la planeación estratégica en contextos locales e internacionales, desarrollando una aproximación reflexiva respecto al fenómeno organizacional y al rol que ocupa el estratega y contextualizando el campo de la estrategia al interior del discurso administrativo y bajo una perspectiva internacional frente a la problemática de organizaciones que desean abordar un proceso de internacionalización.



Investigación de Mercados.

En este curso el estudiante podrá definir la investigación de mercados y su pertinencia en las decisiones administrativas de una compañía. Así mismo conocerá el proceso de desarrollo de una investigación de mercados y las diferentes formas de aplicarla para obtener resultados aplicables al mercadeo. Las competencias que desarrolla el estudiante están enfocadas en identificar la naturaleza del mercadeo y la importancia que tiene la información en la toma de decisiones, así como el desarrollo y ejecución de una investigación de mercados, que le permita plantear estrategias que incorporen un proyecto de investigación de mercados, identificando los beneficios de una estrategia cualitativa y cuantitativa. Igualmente estará en capacidad de identificar un problema, el desarrollo de un objetivo, la selección de un alcance y metodología, la construcción de un instrumento, el desarrollo de una investigación en campo y el hallazgo de insights propios del mercado.

Plan de Estudios



Matemática Financiera.

En este curso y con base en el aprendizaje de los conceptos del valor del dinero en el tiempo, el estudiante desarrolla habilidades para interpretar y aplicar modelos matemáticos-financieros, a través de fórmulas de cálculo tales como, tasas de interés, tiempo de negociación, valor presente, valor futuro, equivalencias, sistema de amortización de crédito, en las organizaciones, a fin de hacerse participe en los procesos de maximización de beneficios y toma de decisiones.



Macroeconomía.

En este curso el estudiante a partir de su contexto relaciona y analiza los principales agregados Macroeconómicos como el producto, inflación, desempleo y tasa de cambio de un país, De esta forma, puede desarrollar discusiones actuales públicas sobre la Macroeconomía colombiana, así como la evaluación objetiva de la misma. Adicionalmente, los conocimientos adquiridos le permitirán formar una idea propia de cada uno de esos temas, y plantear posibles soluciones que complementen o sustituyan lo realizado con anterioridad a nivel nacional e internacional. A su vez, el estudiante bajo los elementos propios de su disciplina interpreta cada uno de los componentes de la Macroeconomía para responder a las inquietudes que se presenten en el campo empresarial, en el relacionamiento organizacional nacional o mundial, en la proyección empresarial y en los sucesos contables que se deriven de los hechos macroeconómicos.



Derecho de los Negocios.

En este curso el estudiante tendrá la capacidad de identificar y aplicar el marco legal requerido para crear una empresa y las condiciones requeridas para la consecución de filiales de acuerdo con el tipo de organización que se constituye, tanto en un contexto local como internacional determinando que se necesita para desarrollar el comercio como profesional y los principales contratos que pueden surgir con ocasión del desarrollo del campo de los negocios internacionales, cómo se redactan dichos contratos además de encontrar la utilidad para cada caso en específico, desde el contexto empresarial y tributario.



Análisis Financiero.

Este curso le permite al estudiante reconocer los elementos básicos de las finanzas, a fin de que este participe en los procesos de planeación financiera, en procura de generar aporte en los procesos de toma de decisiones de acuerdo con las estrategias adoptadas por las organizaciones. Estará en capacidad de clasificar la información financiera, para determinar los diferentes indicadores, así como comparar la información financiera para determinar las tendencias hacia los mercados financieros y consecución de recursos, Adicional-mente, este curso permite al estudiante elaborar informes de situación financiera de las organizaciones con base en los diagnósticos obtenidos a través de análisis de fuentes de información y mercados, interpretando los resultados de los análisis obtenidos con base en la información financiera de las organizaciones con el propósito de la tomar decisiones de orden contable, financiero, económico y de negocios en los mercados nacionales e internacionales.



SCM & International Logistic.

This course is offered in English. The course allows the student to analyze and identify the organization's supply chain and its value network related to international logistics, defining also the most appropriate negotiation term in international logistics operations for goods, keeping in mind also services. Besides, the student will be able to recognize, identify and organize the different ways that an organization takes decisions about the internationalization process from the perspective of logistics, keeping in mind the Supply Chain Management and the value. networks, relating the different theories in which an organiza-tion operates since the perspective of them and structuring strategic planning for the international operation using the INCOTERMS® 2020.



International Law.

This course is offered in English, This course allows the student to Identify the legal framework that regulates the organization that operates both locally and internationally according to its mode of entry and its implications for any international activity proposed by a public or private organization. The course seeks to offer future negotiators basic knowledge of International Law focused on international commercial law. Negotiators must know the political, economic, and social dynamics in which States, International Organizations, and other subjects of International Law operate so that in this way, they can better analyze the environment of the country or economic block where they will carry out their business.

Plan de Estudios



Marketing Intelligence.

This course is offered in English, This course allows the student to project and identify the potential of a product or service in international markets based on market intelligence processes, interpreting the results of primary and secondary market sources for appropriate decision-making not only locally but also internationally. Also Projects and identifies the potential of a product or service in international markets based on it, understanding the key characteristics of important country markets in different regions of the world, and learning how to develop marketing plans for these diverse country markets.



Formulación y Evaluación de Proyectos.

Este curso está diseñado para proveer fundamento y capacidad de integración de áreas de conocimiento en proyección de la empresa hacia el mercado, planeación económica financiera y gestión organizacional, entre otras, con el fin de desarrollar habilidades y perspectivas en los estudiantes hacia la identificación y evaluación de posibles soluciones a problemas organizacionales o la captación de oportunidades en el entorno mediante la formulación de proyectos de inversión empresariales rentables y con sentido de responsabilidad social.



International Finance.

This course is offered in English. The course allows the student to Analyze and direct in real-time and simulated, business and/or institutional decision-making of investment and financ-ing of resources in the world's financial markets, allowing to project and forecast corporate financial scenarios and propose solutions in the fields of finance: arbitration, speculation, and hedging. Besides, it permits the student to recognize the financial systems and its structure identifying the international monetary systems, the structure of the Balance of Payments. identifying the different accounts which belong to and let the student identifies the main elements of the currency market understanding the transactions that affect the economies in different currencies, interpreting the behavior of the financial markets, applying the main concepts of the stock market and understanding how the movement of stocks in the exchange market is.



International Business & Economics.

This course is offered in English. The course allows the student to identify the forms of operation of international trade and the effect of Foreign Direct Investment on both public and private. organizations, recognizing the dynamics of the international economy in the context of business from the local to the global to generate strategies that allow the insertion of the organiza-tion in the processes of internationalization. Also allows the student to comprehend the context of the international commerce theories and its implications to the organizations of any kind related with Foreign Direct Investment not only inbound but also outbound, identifying the relationship between the international commerce and the foreign trade inside any organization and how it could be applied also making a relationship between foreign trade and the interna-tionalization process required for an organization of any kind.



Business in the European Union.

This course is offered in English. This course allows the student to Identify and evaluate negotiation alternatives and interna-tionalization processes in different economic environments understanding the economic development of the European markets and the EFTA countries for making international business. Also, the student will be able to identify the different ways that an organization makes decisions about the interna-tionalization process and how it is developed according to the requirements established by the European markets, keeping in mind the theories and structure of the integration process in the European markets. Besides, could be related to the different contexts in which an organization operates in the different countries that belong to the European market, under-standing its behavior and main economic, political, and social structure, and structuring strategic planning for an organiza-tion that wants to enter in the European markets according to the different internationalization models and requirements established by them.



Business in Latin American and the US.

This course is offered in English. The course allows the student to identify and evaluate negotiation alternatives and interna tionalization processes in different economic environments understanding the economic development of the US and Latin American markets. Also, the student will be able to identify the different ways that an organization makes decisions about the internationalization process and how it is developed according to the requirements established by the markets located in the American continent (the US and Latin America including Canada).

Plan de Estudios



Global Understanding and International Negotiations.

This course is offered in English. The course allows the student to interpret, analyze, and apply negotiation strategies in the different cultural conditions that imply an internationalization process, interrelating the foreign language with the way of understanding different cultural contexts, as well as the language barriers that can affect international business. Also, the student will be able to identify the norms and rules of other cultures to promote international negotiation according to the Hofstede Model and the main obstacles to success in international negotiations making understanding about cultures, building a successful strategy for the negotiation process according to the theories exposed in the course.



Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Este curso le permite al estudiante abrir el espacio para la reflexión crítica sobre las perspectivas que han emergido en torno a las discusiones del ambiente, el desarrollo y la sostenibilidad para la toma de decisiones a nivel personal, profesional y colectivo. Igualmente, analiza de manera holística los escenarios de conflicto ambiental desde una perspectiva sistémica e interdisciplinar, como mecanismo para tomar decisiones que vayan en coherencia con los límites de la naturaleza y las leyes de los ecosistemas, permitiéndole tomar una postura crítica frente a la agenda 2030 representada por los ODS, así como de las visiones locales y ancestrales, como mecanismo para la construcción de sociedades y futuros positivos, sostenibles y resilientes. Al final estará en capacidad de proponer un micro proyecto de semestre interdisciplinar enmarcado dentro de los ODS, como ejercicio para la puesta en marcha de la Agenda 2030 y el fortalecimiento de competencias, conocimientos, habilidades, actitudes y valores para la sostenibilidad.



Business in Asia & Middle East.

This course is offered in English. The course allows the student to identify and evaluate negotiation alternatives and internationalization processes applied for an organization in different economic environments understanding the economic development of the Asian and Middle East markets for making international business. Also, the student will be able to identify the countries and economic, social, and cultural systems of the Asia and Middle East region in topics such as commercial exchange, logistics, negotiation, and customs, through reports and market analysis, developing knowledge based on our country and its economic and business potential among economic agents in Asia and the Middle East through active participation in networks and multilateral forums in these regions.



Seminario de Grado.

En este curso el estudiante integra los conocimientos adquiridos durante la carrera para identificar, formular y solucionar un problema usando metodologías y técnicas propias de los negocios internacionales para procesos de inserción en mercados globales, preparándolo en los componentes teóricos del proyecto para elaborarlo de acuerdo con la metodología sugerida y bajo la supervisión de un tutor de trabajo de grado para su desarrollo, y como aporte a su formación en negocios Internacionales, teniendo presente los intereses de investigación del programa y la Facultad de acuerdo con las diferentes opciones como conclusión de la ruta formativa que ha venido cursando a lo largo del plan de estudios.



International Management & Business Simulation – ICT.

This course is offered in English. The course allows the student to interpret and to analyze management from an international context in accordance with the entry mode established by an organization to operate in international markets, analyzing and applying technological or industry 4.0 solutions related to international business for the organization's entry way in the global context. The student will be able to structure strategic planning for an organization which wants to enter in markets. abroad according to the different internationalization models and requirements established by them, keeping in mind the stages and processes involved in the international activities and how can be integrated by the functional areas of an organization and its incidence in the national and international level, using the given tools until this course.



Práctica Profesional.

La Práctica empresarial es un curso que fortalece el reconocimiento, planeación, estructuración, ejecución y comprensión de procesos asociados a la gestión y desarrollo de proyectos de internacionalización o la preparación de la organización para un proceso de inserción internacional, así como la gestión de la organización en sí misma. Es un espacio de inmersión de los estudiantes en el sector real para la apropiación de conocimientos en la realización de estudios, procesos de internacionalización de organizaciones, teniendo en cuenta convivencia armónica entre el medio ambiente, la economía y la sociedad con principios éticos y ciudadanos. En este curso el estudiante planifica, estructura, ejecuta y explora procesos y actividades de internacionalización en escenarios empresariales, sociales o investigativos en el sector real a nivel local, regional o global de los negocios internacionales.

Plan de Estudios



Historia de las Culturas.

En este curso el estudiante estará en capacidad de comprender el contexto actual, en los ámbitos político, social, cultural, económico y ambiental, entendiendo sus problemáticas como producto de los procesos históricos a partir de los conceptos relevantes de la Época Contemporánea y el Tiempo Presente. De igual manera, será capaz de identificar y comprender el papel del pensamiento histórico al proponer soluciones a la apropiación social del territorio a partir del estudio basado en problemas para, entender las dinámicas de dichos procesos y problemáticas, desde un enfoque de desarrollo humano sostenible y una postura tanto social como crítica.



Electiva Institucional.

El curso de yoga hace parte del plan de mejoramiento en el desarrollo del bienestar del estudiante, por su gran aporte a la salud, el manejo del estrés y como herramienta fundamental para el logro de una mejor disciplina física y mental.



Electiva I- Coaching y Liderazgo.

En este curso el estudiante maneja y dirige conversaciones difíciles en un espacio para negociar, a través de un pensamiento crítico y autónomo, generando condiciones favorables para el trabajo en equipo y de liderazgo para afrontar los retos profesionales que se le enfrenten. Asimismo, reconoce e identifica los aspectos y antecedentes del coaching en contextos organizacionales y con miras a actividades internacionales, lo que le permitirá interpretar las generalidades de la personalidad reconociendo la importancia del concepto de la actitud en procesos de negociación internacional. Además, identifica las generalidades de la comunicación, y las diferentes variables que la componen para la gestión del cambio al interior de una organización que aborda un proceso de internacionalización. El estudiante estará en capacidad de identificar el concepto del lenguaje, la escucha y la conversación como herramienta efectiva para procesos de negociación y trabajo en equipo en contextos locales o internacionales, así como la comprensión de la función de las emociones como actitud personal para transmitir ideas adecuadamente a equipos interdisciplinarios en organizaciones locales o internacionales, aplicando habilidades de liderazgo para transformar la organización con miras a abordar procesos de internacionalización y como gestor del cambio en ese proceso.



Electiva II - Exportación de Servicios.

En este curso el estudiante identifica, reconoce y aplica la normatividad relacionada con la exportación de servicios y su forma de internacionalización desde cualquier contexto organizacional. Así mismo, identifica y reconoce las diferentes formas de exportación de servicios, así como las generalidades y tendencias en el campo a nivel internacional desde el contexto organizacional, al igual que las iniciativas de promoción de exportación de servicios, analizando los datos estadísticos que involucran este tipo de exportaciones. Finalmente, el estudiante estará en capacidad de aplicar modelos y herramientas para identificar las capacidades de la organización para desarrollar exportación de servicios.



Electiva III - Inversión Extranjera Directa.

En este curso el estudiante identifica y reconoce las diferentes formas y flujos de inversión internacional como forma de inserción en contextos globales para empresas tanto pequeñas como grandes de escala multinacional como estrategia de entrada en el mercado externo, Identifica el propósito de la Inversión Extranjera Directa y el marco que lo regula para las actividades de las organizaciones en entornos tanto locales como internacionales. Así mismo, reconoce las formas de inversión extranjera como motor del desarrollo económico al nivel empresarial y sectorial en procesos de internacionalización, al igual que el contexto de la Inversión Extranjera con el desarrollo de la competitividad a nivel sectorial en procesos de internacionalización. Estará en capacidad de aplicar el concepto de la inversión extranjera en actividades internacionales relacionadas con el medio ambiente y el desarrollo sostenible como estrategia de internacionalización. Finalmente, estará en capacidad de identificar la franquicia como herramienta de inversión extranjera y modo de entrada al mercado internacional.



Taller de Comercio Exterior.

En este curso, el estudiante desarrolla habilidades para aplicar los conceptos del comercio exterior y su operativa en importaciones y exportaciones de bienes y servicios. Identificará los regímenes aduaneros establecidos en la legislación colombiana y comprenderá su aplicación en los procesos de internacionalización empresarial. Además, fortalecerá su capacidad lógica y analítica para interpretar y operar los regímenes aduaneros, vinculando teoría y práctica a través del análisis de casos reales. A partir de la investigación y la reflexión, buscará soluciones creativas basadas en el marco legal, optimizando los procesos de internacionalización.