



UNIVERSIDAD
CUGS

Cum laude Ubi Gloria Semper

Licenciatura en Negocios Internacionales

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial S.E.P.

Acuerdo No. 20200026 de fecha 24 de Enero de 2020. Plan 2019

Antecedentes Académicos de Ingreso.

- Educación Media Superior

Objetivo

El propósito de la Licenciatura en Negocios Internacionales es formar profesionistas capaces de desarrollar estrategias de negociación a nivel internacional eficiente y eficaces, analizando el contexto y los escenarios en los que desarrollan las actividades de comercio exterior, así como aplicar los términos legales e INCOTERMS que les permitan desarrollar procesos de importación y exportación, además de reconocer la importancia de los organismos internacionales para el desarrollo armónico de las interacciones con empresas fuera de las fronteras de nuestro país. Además de crearles una conciencia de negociaciones y emprendedores a nivel internacional, para apoyar sustancialmente el crecimiento y desarrollo de nuestro país.

Perfil de Egreso

Como resultado del estudio de materias contenidas en el plan y programas de la Licenciatura en Negocios Internacionales, el egresado tendrá:

Conocimientos sobre:

- Desarrollar mecanismos mercadológicos a nivel internacional a partir del reconocimiento de la participación en el mercado meta, e identificando las necesidades y deseos del mercado internacional.
- Valorar el entorno económico, político y social, para proporcionar productos y servicios demandados por el mercado internacional.
- Interpretar y adaptar las necesidades del consumidor, desarrollando productos acordes a la información generada en el estudio del mercado, y al deseo de evitar el impacto ambiental.
- Aplicar las disposiciones en materia jurídica para el comercio exterior, y conocer la intervención del Estado para el impulso a las operaciones a nivel internacional.
- Desarrollar planes de negocios a nivel internacional eligiendo las estrategias y los canales idóneos para llevarlos a cabo con éxito.
- Propiciar que las empresas logren los Certificados de empresa de calidad y Socialmente responsable con el desarrollo de productos que sustenten su calidad y exportación.

- Integrar los conocimientos mercadológicos en comercialización en bienes y servicios con las terminologías y las clasificaciones arancelarias que son requeridas para la importación y exportación de bienes.
- Crear sistemas de información mercadológica, con la finalidad de optimizar la comercialización con mercados internacionales.
- Crear, analizar y propiciar la difusión de productos mexicanos en el extranjero.
- Contribuir al desarrollo de la logística de la distribución y la logística inversa para los bienes y servicios.
- Coordinar e integrar los esfuerzos humanos de la estructura organizacional, para la consecución de los objetivos de la empresa en los procesos de negociación internacional y procesos de venta efectivos.
- Aplicar los métodos estadísticos y de muestreo, para la prevención de soluciones en las áreas de la Mercadotecnia.
- Emplear la metodología y técnicas de las humanidades, ciencias sociales en congruencia con las actitudes éticas personales y profesionales, para contribuir en el mejoramiento de ambientes empresariales, promoviendo la sustentabilidad y la sostenibilidad en su acción.
- Operar el software específico, para el apoyo de las actividades mercadológicas.
- Propiciar el desarrollo de negocios internacionales de exportación aprovechando el apoyo de instituciones y programas estatales.

Habilidades:

- Definiendo y estableciendo objetivos organizacionales con visión internacional.
- Utilizar herramientas de la informática para el apoyo de toma de decisiones mediante el análisis, con una actitud crítica e innovadora.
- Uso de procesos aduaneros para la normatividad establecida para la entrada y salida de mercancía al país.
- Utilizar estrategias que incrementen la competitividad de la empresa a partir de la detección de oportunidades.

Actitudes:

- Actuar e incursionar de manera emprendedora en la creación de empresas y negocios a nivel internacional.
- Poseer la capacidad de comunicarse de forma verbal y escrita.
- Mostrar dedicación y esfuerzo en las actividades de comercialización, conjuntamente con la creatividad e innovación de empresas y sus productos.

Destrezas:

- Detectar, analizar y desarrollar oportunidades de negocio.
- Desarrollar estrategias, evaluaciones y toma de decisiones sobre el ambiente de los Negocios Internacionales.
- Desarrollar e implementar estrategias de negocio, no sólo para el intercambio de mercancía, sino para los negocios de servicios Internacionales.



UNIVERSIDAD

CUGS

Cum laude Ubi Gloria Semper

UNIVERSIDAD
CUGS

UNIVERSIDAD
CUGS

UNIVERSIDAD
CUGS

ASIGNATURAS

1er. CUATRIMESTRE

- FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN
- FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA
- MATEMÁTICAS
- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
- FUNDAMENTOS DE DERECHO
- TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN

4o. CUATRIMESTRE

- PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES
- FUNDAMENTOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
- ESTADO Y COMERCIO EXTERIOR
- EMPRESAS IMPORTADORAS Y EXPORTADORAS
- DESARROLLO HISTÓRICO DEL COMERCIO

7o. CUATRIMESTRE

- ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL
- ESCENARIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL II
- CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA
- HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA MERCADOTECNIA
- ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y BURSÁTIL

2o. CUATRIMESTRE

- ADMINISTRACIÓN APLICADA
- DERECHO CIVIL Y MERCANTIL
- TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
- INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD
- MÉXICO, ECONOMÍA POLÍTICA Y SOCIEDAD

5o. CUATRIMESTRE

- MERCADOTECNIA INTERNACIONAL
- ORGANISMOS INTERNACIONALES
- DERECHO INTERNACIONAL
- COMERCIO ELECTRÓNICO Y REDES SOCIALES
- ECONOMÍA INTERNACIONAL
- LICITACIONES Y CONTRATOS INTERNACIONALES

8o. CUATRIMESTRE

- ADMINISTRACIÓN DE LAS CADENAS DE SUMINISTRO
- TALLER DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN
- AMBIENTE DIPLOMÁTICO EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES
- ÉTICA PROFESIONAL
- MERCADOTECNIA DIGITAL Y VIRTUAL

3er. CUATRIMESTRE

- MATEMÁTICAS FINANCIERAS
- MERCADOTECNIA Y COMERCIALIZACIÓN
- COMUNICACIÓN INTEGRAL EN LA EMPRESA
- CONTABILIDAD DE COSTOS
- MACROECONOMÍA Y MICROECONOMÍA

6o. CUATRIMESTRE

- ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES
- ESCENARIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL I
- ANÁLISIS DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN
- DERECHO ADUANAL Y CLASIFICACIÓN ARANCELARIA
- IMPULSO Y DESARROLLO DE EMPRESAS EXPORTADORAS
- HABILIDADES DIRECTIVAS Y DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

9o. CUATRIMESTRE

- INVESTIGACIÓN PROFESIONAL
- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
- POLÍTICA EXTERIOR DE MÉXICO
- PLANES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
- GLOBALIZACIÓN Y SUSTENTABILIDAD
- MERCADOTECNIA AMBIENTAL

UNIVERSIDAD
CUGS

**Educación con
Ética y Valores**