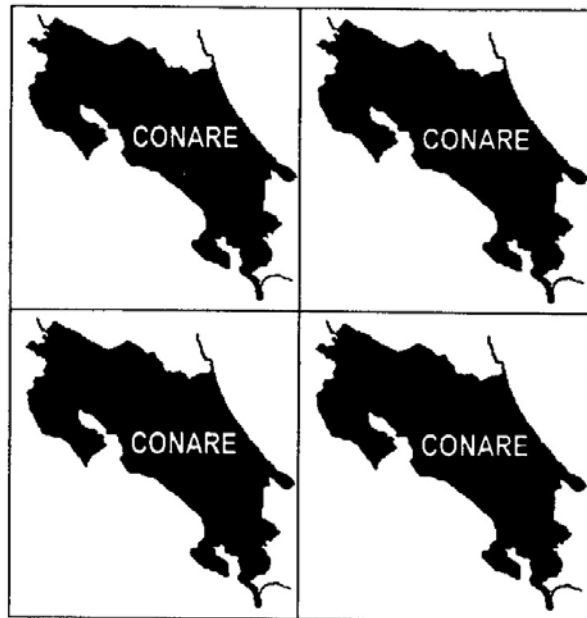


CONSEJO NACIONAL DE RECTORES OFICINA DE PLANIFICACION DE LA EDUCACION SUPERIOR



**DICTAMEN SOBRE LA PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
EN LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

378.658.023

Cd Consejo Nacional de Rectores, Oficina de Planificación de
Opes 28/2003 la Educación Superior

Dictamen sobre la propuesta de creación de la Maestría en
Negocios Internacionales en la Universidad de Costa Rica. -- San
José Costa Rica : CONARE, OPES, publicaciones 2003.

46. : 28 cm.

ISSN 1409 2964

1. EDUCACION SUPERIOR. 2. NEGOCIOS
INTERNACIONALES 4. UNIVERSIDADES ESTATALES 4.
COSTA RICA. I. Título.

Presentación

El estudio que se presenta en este documento, (OPES-28/2003) se refiere al dictamen sobre la propuesta de creación de la *Maestría en Negocios Internacionales* en la Universidad de Costa Rica.

El dictamen fue realizado por el M. Sc. Alexander Cox Alvarado, Investigador IV de la División Académica de la Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES). La revisión estuvo a cargo de la M. Ed. Jeannette Fallas Monge, Jefe de la División citada.

El presente dictamen fue aprobado por el Consejo Nacional de Rectores en la sesión 39-2003, artículo 7, celebrada el 25 de noviembre, 2003.

José Andrés Masís Bermúdez
Director OPES

**DICTAMEN SOBRE LA PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA MAESTRÍA
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

ÍNDICE DE TEXTO

	<u>PÁGINA</u>
1. Introducción	1
2. Aspectos académicos	1
2.1 Justificación del programa	1
2.2 Objetivos del plan de estudios	3
2.3 Perfil profesional	4
2.4 Requisitos de ingreso	6
2.5 Plan de estudios, programas, requisitos de graduación y diploma a otorgar	7
3. Acreditación de la Escuela de Administración de Negocios	7
3.1 Experiencia de la unidad académica	8
3.2 Facilidades de estudio y de investigación	8
4. Características del personal docente del programa propuesto	8
5. Financiamiento del programa propuesto	9
6. Conclusiones	9
7. Recomendaciones	10

ÍNDICE DE ANEXOS

	<u>PÁGINA</u>
<u>ANEXO A:</u> Plan de estudios de la Maestría en Negocios Internacionales	11
<u>ANEXO B:</u> Programas de los cursos de la Maestría en Negocios Internacionales	13
<u>ANEXO C:</u> Profesores de los cursos de la Maestría en Negocios Internacionales	42
<u>ANEXO D:</u> Profesores de la Maestría en Negocios Internacionales y sus grados académicos	44

1. Introducción

El Rector de la Universidad de Costa Rica envió al Consejo Nacional de Rectores (CONARE), la solicitud de apertura de la *Maestría en Negocios Internacionales*, en oficio R-4704-2003 con el objeto de iniciar los procedimientos establecidos en el *Flujograma para la creación de nuevas carreras*¹. El CONARE en la sesión 31-03 del 16 de setiembre de 2003, artículo 3, inciso f), acordó que la Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES) realizara el estudio correspondiente.

La *Maestría en Negocios Internacionales* tendrá como unidad base la Escuela de Administración de Negocios y estará adscrita al Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas. La modalidad de la maestría será en la disciplina.

2. Aspectos académicos

2.1 Justificación del programa

La Universidad de Costa Rica justifica de esta manera la apertura de la *Maestría en Negocios Internacionales*:

“La complejidad del entorno económico nacional se ha incrementado debido, en su mayor parte, al crecimiento de las diferentes relaciones que tenemos con el mundo exterior. El crecimiento del número de empresas comerciales nacionales, la tendencia de cambio de empresas de capital familiar a sociedades comerciales de capital mixto o extranjero que actúan en los distintos sectores industriales y comerciales del país, el incremento en las importaciones y exportaciones de bienes y servicios, la dinámica de sustitución de exportaciones de bienes y servicios tradicionales a bienes no tradicionales, la apertura de mercados, los distintos acuerdos comerciales de carácter internacional en que Costa Rica participa, la dinámica actual del sistema financiero y, por supuesto, la globalización de las economías mundiales que es, a la vez, causa y efecto del fenómeno de internacionalización de las empresas, que creará una magnitud y diversidad aún mayor en el comercio internacional, lo que a su vez redundará en un importante avance del sector de servicios de la economía. Esto hace que la competencia comercial aumente en gran medida en la mayoría de las actividades productivas del país, lo cual también estará acompañado por un fuerte desarrollo de las diferentes tecnologías de producción de bienes y servicios.

El avance tecnológico contribuye a un mejor control de la información nacional e internacional, a tal grado que la tendencia en la producción de los bienes y servicios

cada vez está más orientada hacia las necesidades del cliente, o mejor dicho “hechos a la medida”, para una mejor identificación de las estrategias de necesidades-productos-mercados para lo cual los profesionales deben estar preparados. En este sentido, la sociedad demandará un enfoque empresarial con mayor sentido social, orientado cada vez hacia una mejor protección y conservación de los recursos naturales.

Estas características de los mercados actuales, indudablemente, han hecho que los esquemas académicos y de formación de profesionales hayan tenido que variar, para adaptarse a las exigencias de entornos rápidamente cambiantes, con sistemas de información novedosos y de alta tecnología, tales como los contemplados en el diseño del Programa de Maestría que contiene esta propuesta.

Cada vez más, las empresas están orientadas al aprovechamiento de los recursos, dada la complejidad competitiva a que están expuestas, y por tanto, el desarrollo del recurso humano está más comprometido con esa visión. La empresa demandará mayor confiabilidad y fidelidad de sus colaboradores, una combinación adecuada de conocimientos de las diversas áreas funcionales tendientes a un conocimiento integral de los diversos procesos organizacionales en aras de dar un mayor servicio al cliente, y así lograr un verdadero compromiso del cliente, razón de ser de la empresa.

El Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas no ha sido ajeno a estos cambios, sino que más bien ha contribuido al desarrollo nacional con el aporte de profesionales formados en un afán de adaptarse a estos cambios. Esto ha propiciado mejoras en los currícula de los cursos mediante la actualización de los planes de estudio, considerando para esto la realidad nacional y el papel que, en el futuro, desempeñará un profesional formado en los cursos de grado y de posgrado de esta Escuela; ha flexibilizado los planes de estudio, lo cual implica facilitar al estudiante el avance en su carrera así como la posibilidad de plantear un diseño curricular adaptable a las necesidades y problemas de la sociedad contemporánea y de las exigencias profesionales del mundo actual; ha mejorado la calidad académica de los profesores en las distintas áreas de la Escuela teniendo, actualmente, docentes con el grado necesario para impartir las lecciones y compartir sus experiencias profesionales; ha mejorado los recursos audiovisuales en la enseñanza-aprendizaje; ha fortalecido su relación con los sectores empresariales del país; ha propiciado un mejor aprovechamiento de las instalaciones disponibles, todo con miras a que los candidatos de las diferentes maestrías tengan una alta probabilidad de alcanzar con éxito los objetivos y perfiles profesionales de este Programa de Posgrado.

De conformidad con el desarrollo y con las perspectivas de la Educación Superior, los programas de posgrado devienen en una necesidad insoslayable para el desarrollo del país y por ende para el cumplimiento de los cometidos de la Universidad de Costa Rica. Es así como los estudios de posgrado en nuestra Institución se convierten en un distintivo de excelencia y calidad académica.

Por lo anterior, la creación, la administración, el desarrollo y la consolidación de estos programas debe responder a un proyecto planificado, viable y coherente con los fines

consagrados en el Estatuto Orgánico y en nuestra Constitución Política, y complementados con elementos integradores y elevados estándares de calidad.

En concordancia con lo anterior, el Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Costa Rica, tiene un compromiso ineludible con la sociedad costarricense, en particular con el sector empresarial y social del país mediante la formación de cuadros profesionales en el campo de la Economía en general, y específicamente en Negocios Internacionales, capaces de enfrentar los cambios mencionados anteriormente y, por tanto, planteamos una reforma a la Maestría Profesional en Negocios Internacionales la cual vendrá a fortalecer, a ampliar y a actualizar esos conocimientos con temas modernos y novedosos, que contribuirán con el desarrollo integral del profesional. Para corresponder con esta dinámica del entorno, es que nuestra propuesta de modificación al programa actual representa la actualización de una Maestría con una alta especialización en Negocios Internacionales con esquemas académicos adaptados a las exigencias que impone la administración de empresas en el mundo actual, a saber:

- Dotar a los futuros profesionales de una sólida formación general en los grados de bachillerato y licenciatura.
- Contar con un programa de estudios innovador y de avanzada, con base en la dinámica administrativa, mercadológica financiera y legal.
- Brindar una formación equilibrada, basada en los aportes teóricos y prácticos aplicables en el medio empresarial, que permita al estudiante enfrentar adecuadamente la realidad en la que debe desenvolverse en el quehacer diario de su profesión.
- Fortalecer la integración de la docencia, investigación y la acción social, dentro de los programas del plan de estudios.
- Establecer y mejorar los sistemas de información financiera de las empresas, bajo el concepto de calidad total.
- Estimular en los estudiantes una concepción integradora del mundo actual.”²

2.2. Objetivos del plan de estudios

Objetivos generales:

- Formar un profesional con conocimiento y con capacidad de entender la dinámica del entorno, cada vez más cambiante, y comprender las relaciones de las distintas fuerzas que afectan positiva o negativamente la dinámica de las organizaciones, para gestionar y administrar procesos modernos de desarrollo e innovación tecnológica, acorde con las exigencias del entorno futuro nacional e internacional.
- Formar profesionales en el campo de los Negocios Internacionales.
- Ofrecer a los profesionales de las ciencias económicas, programas interdisciplina-

rios de estudios avanzados en el campo de los Negocios Internacionales.

- Desarrollar conocimientos avanzados y de alto nivel en las siguientes áreas: tratados internacionales, valoración aduanera, legislación internacional, selección de mercados exteriores, merceología y mercadeo internacional y aspectos específicos de las importaciones y de las exportaciones.

Objetivos específicos:

- Formar profesionales con capacidad suficiente para ofrecer asistencia profesional en las áreas de las ciencias económicas en el entorno empresarial público y privado.
- Proporcionar un conocimiento teórico, técnico y experimental para fortalecer la capacidad crítica y analítica sobre las necesidades y las demandas de las empresas en el entorno.
- Administrar de manera eficaz y eficiente la innovación tecnológica en las áreas de su especialidad, tendiente a un mayor aprovechamiento de los recursos.
- Formar profesionales identificados con las artes, las humanidades y la técnica, reafirmando la aplicación del conocimiento para la solución de problemas complejos en el ámbito empresarial.
- Desarrollar en los profesionales una conciencia crítica acerca de la realidad de las relaciones comerciales en las empresas a nivel mundial.

2.3. Perfil profesional

Los conocimientos que obtendrá el Magíster en Negocios Internacionales son los siguientes:

Conocimientos

La formación que se ofrece a los estudiantes en la *Maestría en Negocios Internacionales* les permitirá :

- Fortalecer y ampliar sus conocimientos en temas como la ética profesional en los negocios, los factores políticos y legales que afectan las decisiones empresaria-

les, la investigación de mercados, la dinámica actual de las organizaciones nacionales e internacionales y su relación con el entorno.

- Conocer los estilos de liderazgo gerencial predominantes en las organizaciones globales,
- Analizar las relaciones comerciales e identificar las principales estrategias competitivas que utilizan las empresas para buscar oportunidades de negocio mediante el aprovechamiento de sus fortalezas, el conocimiento de sus áreas débiles y de las diversas alternativas que tienen para esquivar las amenazas derivadas de las fuerzas del macro-ambiente.

Habilidades y destrezas

Las habilidades y destrezas que desarrollará el estudiante son:

- Habilidad para identificar la problemática en que se desenvuelven las organizaciones y su impacto en las diferentes áreas de la administración, la gerencia, la mercadotecnia, las finanzas internacionales y de los aspectos legales de carácter internacional, así como de los diseños y métodos de investigación a utilizar, apropiados a cada circunstancia particular, aplicando tanto técnicas cualitativas como cuantitativas.
- Capacidad para procesar, analizar, interpretar y presentar los resultados de sus investigaciones práctico-aplicadas.
- Habilidad para elaborar documentos informativos, explicativos y divulgativos de las relaciones de causa-efecto que operan en las organizaciones.
- Capacidad para elaborar, coordinar y dirigir proyectos de investigación.
- Habilidad para la identificación y utilización eficaz de las fuentes de información.
- Capacidad para desarrollar destrezas para el trabajo en equipo, la negociación y la toma de decisiones bajo riesgo.
- Habilidad para coordinar trabajos con profesionales de las diferentes disciplinas.

Valores y actitudes

- Poseer una sólida formación humana, valores éticos y morales que orienten su ejercicio profesional.
- Respeto a la individualidad y a la vida humana.
- Ser agentes de cambio que contribuyan al desarrollo sostenible del país, logrando a su vez, su crecimiento personal, el de la organización a la que sirven y el de la comunidad de la que forman parte.
- Interés permanente por conocer los avances más recientes en el campo de los Negocios Internacionales.
- Rigurosidad y metodología científica.
- Sensibilidad y responsabilidad social.
- Capacidad de liderazgo y autoridad en su campo.
- Voluntad crítica, autocrítica y capacidad para trabajar en grupo.
- Disposición para exponer y defender su criterio profesional y los resultados de sus investigaciones.
- Visión amplia, integradora y prospectiva de los problemas de las organizaciones con creatividad, esfuerzo e inventiva.
- Respeto a la diferencia de criterios y opiniones.
- Espíritu de superación para enfrentar las dificultades de su inserción social y comunitaria entre los profesionales de las ciencias económicas.
- Coherencia con los principios éticos de la profesión.
- Actitud para el trabajo multidisciplinario.

2.4 Requisitos de ingreso

Los requisitos para ingresar a la *Maestría en Negocios Internacionales* son los siguientes:

- Contar con un Bachillerato universitario en Ciencias Económicas.
- Poseer dominio del idioma inglés.

- Dominio de herramientas informáticas más usadas.
- Preferiblemente experiencia laboral de al menos tres años.
- Cumplir con los requisitos administrativos y académicos que señala el Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de Costa Rica.

De acuerdo con el resultado de un examen de ubicación que realizarán quienes soliciten admisión a la Maestría, la Comisión del Posgrado en Administración y Dirección de Empresas señalará al estudiante los cursos de nivelación que debe aprobar antes de ingresar al plan de estudios de la *Maestría en Negocios Internacionales*.

2.5. Plan de estudios, programas, requisitos de graduación y diploma a otorgar

La modalidad de maestría es en la disciplina. El plan de estudio tiene una duración de seis trimestres (Anexo A) consta de las siguientes actividades:

- Tres cursos de tres créditos cada uno.
- Trece cursos de cuatro créditos cada uno.
- Un seminario libre sobre temas de actualidad que se definirán en su momento, de cuatro créditos.
- Un seminario de investigación práctico-aplicada de cinco créditos.

El número de créditos de la Maestría es de 70, el cual se encuentra dentro de lo establecido por el *Convenio para unificar la definición de grados y títulos en la Educación Superior*. Se establece como requisito de graduación la aprobación de todas las actividades del plan de estudios. Se otorgará el diploma de *Maestría en Negocios Internacionales*.

3. Acreditación de la Escuela de Administración de Negocios

Cuando se establecen posgrados nuevos en una unidad académica se utiliza lo establecido en el documento *Metodología a emplear en el estudio de carreras de posgrado* (OPES-22/78). Esta metodología toma en cuenta el personal docente de la unidad académica, la experiencia de dicha unidad en programas de grado y posgra-

do, la asistencia técnica y las facilidades de investigación y de estudio. Debido a que la Escuela de Administración de Negocios ofrece en la actualidad varios posgrados no se realizará la acreditación de la unidad académica, pero se expondrán la experiencia de la Escuela y las facilidades de investigación con que contaría el Programa propuesto.

3.1 Experiencia de la unidad académica

En 1943, en la Universidad de Costa Rica, se creó de la Escuela de Ciencias Económicas y Sociales, la cual ofrecerá la *Licenciatura en Ciencias Económicas y Sociales*, con varios énfasis, uno de ellos el de *Administración y Contabilidad*. Posteriormente, la Escuela se conformaría en Facultad de Ciencias Económicas y la Escuela de Administración de Negocios sería parte de ésta. En la actualidad, la Escuela imparte las carreras de grado de *Contaduría y Dirección de Empresas* y las maestrías en *Administración y Dirección de Empresas* y en *Contaduría*.

3.2 Facilidades de estudio y de investigación

De acuerdo con la Universidad de Costa Rica, los estudiantes del Programa propuesto contarían con el apoyo del Sistema de Bibliotecas, Documentación e Información de la Universidad de Costa Rica, entre ellas de forma especial las Bibliotecas *Carlos Monge Alfaro* y *Luis Demetrio Tinoco*.

La Escuela de Administración de Negocios cuenta con dos laboratorios de cómputo con acceso a internet y equipados con los programas computacionales más usados en las ciencias administrativas (hojas electrónicas, manejadores de bases de datos, herramientas de desarrollo, de transferencia electrónica de fondos, etc.). La Escuela cuenta con un centro de documentación que posee bases de datos económicas y además tiene equipo audiovisual de tecnología avanzada.

4. Características del personal docente del programa propuesto

Los requerimientos mínimos para el personal docente en posgrado, definidos por la Comisión de Posgrado de las universidades estatales, son los siguientes:

- Cada curso o actividad académica de un posgrado debe tener asignado, al menos, un profesor responsable de su desarrollo. Para ser profesor en un determinado nivel académico de posgrado, se debe tener, al menos, dicho nivel académico.
- Los profesores del programa deben tener su diploma de posgrado emitido por una universidad autorizada del país, o que esté debidamente reconocido y equiparado, si es del exterior. En el caso de profesores visitantes extranjeros, que laborarán menos de un año en el programa, no se exigirá el proceso formal de reconocimiento y equiparación.
- Los profesores del posgrado deben tener una dedicación mínima de un cuarto de tiempo completo.
- Para desarrollar el programa propuesto, las instituciones universitarias deberán establecer un mínimo, como base, de cinco profesores a medio tiempo completo.

Los profesores de cada uno de los cursos de la *Maestría en Negocios Internacionales* son los que se indican en el Anexo C. En el Anexo D se indica el título y grado del diploma respectivo de posgrado de cada uno de los profesores. Todas las normativas vigentes se cumplen.

5. Financiamiento para el programa propuesto

Según la Universidad de Costa Rica, el Programa de Maestría será de financiamiento complementario. La Universidad de Costa Rica aportará su infraestructura de aulas y bibliotecas. Todos los demás costos provendrán de la matrícula de los estudiantes.

6. Conclusiones

Del estudio de los documentos enviados por la Universidad de Costa Rica se concluye lo siguiente:

- El total de créditos del plan de estudios, así como el número de ciclos lectivos de la *Maestría en Negocios Internacionales* cumplen con las normas establecidas en el

Convenio para crear una nomenclatura de grados y títulos de la Educación Superior, en la Modificación de éste, y en el Convenio para unificar la definición de crédito en la Educación Superior.

- La solicitud de apertura cumple con los demás requisitos establecidos en el *Flujo-grama para la creación de nuevas carreras*, aprobado por el Consejo Nacional de Rectores.

7. Recomendaciones:

Con base en los resultados del dictamen presente, se recomienda lo siguiente:

- Que se autorice a la Universidad de Costa Rica para que ofrezca la *Maestría en Negocios Internacionales*.
- Que la Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES) realice una evaluación del programa, después de cinco años de iniciado. Se sugiere que la Universidad de Costa Rica efectúe evaluaciones internas durante el desarrollo del programa.

-
- 1) Aprobado por CONARE en la sesión N°38 del 5 de febrero de 1976, posteriormente modificado en la sesión N°97, artículo 4 del 21 de diciembre de 1977.
 - 2) Universidad de Costa Rica, Sistema de Estudios de Posgrado, *Maestría en Negocios Internacionales*, 2003.

ANEXO A

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA MAESTRÍA EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

ANEXO A
PLAN DE ESTUDIOS DE LA MAestrÍA EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
<u>Primer trimestre</u>	<u>11</u>
Ética empresarial	3
Aspectos legales del comercio internacional I	4
Sistemas de información gerencial	4
<u>Segundo trimestre</u>	<u>12</u>
Aspectos legales del comercio internacional II	4
Derecho de la propiedad intelectual	4
Investigación y selección de mercados exteriores	4
<u>Tercer trimestre</u>	<u>12</u>
Mercadeo global	4
Merceología, arancel y valor aduanero	4
Transporte internacional de carga y seguros	4
<u>Cuarto trimestre</u>	<u>12</u>
Gerencia internacional de marcas	4
Negociaciones Internacionales	4
Gerencia de exportaciones e importaciones	4
<u>Quinto trimestre</u>	<u>10</u>
Competencia y medio ambiente	3
Contabilidad internacional	3
Seminario libre	4
<u>Sexto trimestre</u>	<u>13</u>
Portafolio de inversiones internacionales	4
Medios de pago internacionales	4
Seminario de investigación práctico-aplicada	5
<i>Total de créditos de la Maestría</i>	<i>70</i>

ANEXO B

**PROGRAMAS DE LOS CURSOS DE LA MAESTRIA
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

ANEXO B

PROGRAMAS DE LOS CURSOS DE LA MAESTRIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Nombre del curso: ÉTICA EMPRESARIAL

Número de créditos 3

Descripción:

Los cambios producidos en la última década en materia científico tecnológica, en informática, en la evolución acelerada del fenómeno de la globalización económica, en el fin de la guerra fría, así como el avance de la consolidación de la democracia en muchos países, especialmente en América Latina, el surgimiento de una nueva conciencia colectiva a favor del respeto a los Derechos Humanos y a la conservación sostenible de los recursos naturales y su uso ecológico autosustentable, junto con los ya tradicionales lastres históricos de las guerras, las confrontaciones culturales, religiosas, políticas y económicas, hacen imperativo el conocimiento de formas de competencia éticas y sostenibles.

La crisis de valores provocada por los cambios de fin de siglo, han producido un claro aumento de la corrupción, una concentración del capital internacional y un retroceso muy significativo en los umbrales de pobreza de la población planetaria. Todo ello hace necesario el estructurar marcos de referencia intelectual sobre la ética de y en la empresa, partiendo del común denominador de que dentro de esas estructuras jurídico financieras, se gestan permanentemente decisiones humanas que están basadas en principios morales de claras repercusiones éticas en el mundo de lo económico, tanto público como privado.

En este curso, los estudiantes entrarán en contacto con los principales conceptos en esta materia, así como con situaciones donde se requiera la toma de decisiones basadas en principios morales y éticos.

Objetivo general:

Proporcionar al estudiante los conocimientos teóricos y desarrollar la capacidad analítica que le permita tomar mejores y más constructivas decisiones con criterios éticos.

Objetivos específicos:

- Conocer el marco conceptual de la ética
- Analizar los estándares morales como parte de un sistema de valores que condiciona la ética y sus relaciones con el marco legal
- Distinguir entre el marco legal y el comportamiento ético -.

- Analizar y comprender la responsabilidad ética en la toma de decisiones en la empresa y en los negocios
- Aprender a distinguir entre una decisión empresarial ética y una contraria a ella.
- Establecer relaciones entre los valores, la moral y la ética, procurando el estudio de casos y privilegiando la responsabilidad personal en la toma de decisiones empresariales.

Contenido:

- Sobre la naturaleza de la ética
- El razonamiento y la responsabilidad moral.
- Los problemas morales y éticos.
- Los principios éticos en los negocios.
- La ética empresarial.

Bibliografía:

Barahona Riera Francisco. La Tolerancia como modelo de comunicación social. Ponencia. México. 1998.

Feldman, Fred. Introductory Ethics. Englewood. Clifs. N.J. 1978.

Haba Pedro. Elementos básicos de axiología. Materiales impresos. UCR. Mimeografiado. 1999.

Justo Pedro Castellanos. La moral en la función pública y su influencia en la política.. Ponencia. Guatemala 1999.

Octave Gélínier. Ética de los negocios. Ed. Limusa. 1998. México.

Ortiz Ibarz José María. La hora de la ética empresarial . Ed. McGraw-Hill. 1995. España.

Revista Fragua. N.- 3. Año II. Etica pública y transparencia, Varios autores. 1999.

Russell, Bertrand. Sociedad Humana: Etica y Política. El problema de la ética social. Fotocopias.

Velazquez Manuel Ethical Principles in .Business. - Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs. N.J. 1982.

*Otros artículos recomendados por el profesor.

Nombre del curso: ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO INTERNACIONAL I

Número de créditos: 4

Descripción:

Este curso se basará en las lecturas asignadas y en casos prácticos resueltos en clase. Las primeras deberán ser cubiertas por los estudiantes antes de la finalización del curso y podrán ser evaluadas sin previo aviso. La antología contendrá adicionalmente lecturas optativas, que pueden ser estudiadas a discreción del estudiante. Cada tema será tratado de forma magistral en clase. Se resolverán casos prácticos en clase cuando el tema lo permita. Consecuentemente, la participación en clase es de suma relevancia para la asimilación de esta materia, siendo este criterio tomado en consideración al evaluar la materia.

El profesor se reserva la posibilidad de incluir la presentación de un orador invitado en un tema de interés para el curso.

El estudiante deberá presentar un trabajo de investigación de acuerdo con instrucciones del profesor, a entregar durante la última lección del semestre. Previamente se asignará fecha para la presentación de la exposición oral del trabajo de investigación.

Objetivo general:

Presentar los principios de la teoría económica internacional y mostrar cómo el desarrollo de la misma ha estado marcado por la necesidad de entender la cambiante economía mundial. Se desea hacer énfasis en los aspectos claves del sistema GATT/OMC, especialmente aquellos mecanismos de relevancia para la comunidad empresarial.

Objetivos específicos:

- La evolución de las relaciones económicas internacionales y su influencia hasta nuestra época.
- El GATT, las rondas de negociación y la inserción de Costa Rica en el proceso de apertura de mercados.
- El sistema multilateral de comercio y su entorno actual. La Organización Mundial del comercio, sus nuevas áreas y su desarrollo.
- El impacto de las prácticas de comercio desleal y las medidas de ajuste en el comercio internacional.
- El sistema de solución de diferencias de la OMC.

Contenido:

- Evolución de las relaciones económicas internacionales
- La evolución del GATT
- La Organización Mundial del Comercio
- Introducción a las normas del Acuerdo General (GATT)
- Introducción a los Principios de No discriminación
- Prácticas de Comercio Desleal: el instrumento del dumping
- Mecanismos de ajuste: "la cláusula de escape"
- Introducción al sistema de solución de diferencias del GATT

Bibliografía:

Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), Los Resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales. O.M.C., Ginebra, 1995.

Centro de Comercio Internacional, "Guía de la Ronda Uruguay para la Comunidad Empresarial", CCI/UNCTAD/OMC, 1995.

Edited by Jackson, John, "Implementing the Uruguay Round", Clarendon Press Oxford, 1997.

Govaere, Velia, "Sistemas Multinacionales de Comercio", Documentos de Estudio No. 10 Universidad Nacional, Nueva Epoca, 2000.

Guzmán Joaquín y otro, Estructura Económica Mundial, Madrid: Mc Graw-Hill, 1998

Jackson John, International Economic Relations (Casebook), West Publishing, St. Paul Minnesota, 1995.

Los Resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales, Ginebra, 1995

Ministerio de Comercio Exterior, Costa Rica y la nueva ronda de negociaciones de la Organización Mundial del Comercio, San José, 1999.

Schettino Macario, Economía Internacional, México: Iberoamérica, 1995.

World Trade Organization, "Guide to the Uruguay Round Agreements, Kluwer Law International, 1999.

World Trade Organization. Trade Policy Review of Costa Rica. Ginebra, 1995.

Nombre del curso: SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL

Número de créditos: 4

Objetivo general:

Capacitar al estudiante de Maestría para dirigir efectivamente la función de los Sistemas de Información -SI-, de modo que pueda utilizarlos adecuadamente en el logro de los objetivos organizacionales"

Objetivos específicos:

- Destacar la importancia de los sistemas de información en la gestión gerencial, para el logro de los objetivos organizacionales.
- Actualizar el conocimiento del participante sobre tecnologías, conceptos y términos del mundo de la computación.
- Dar a conocer los diferentes tipos de Sistemas de Apoyo a la Toma de Decisiones.
- Capacitar al estudiante para insertarse adecuadamente en los procesos de adquisición de hardware y de compra o desarrollo de software.

Contenido:

- Generalidades
- Infraestructura en Tecnología de la Información (TI)
- Sistemas de Apoyo a la Toma de decisiones (SAD)
- Administración de las TI

Bibliografía:

Cohen, Daniel y Asín, Enrique: "Sistemas de Información para los Negocios: Un enfoque de Toma de Decisiones" Editorial Mc Graw Hill, México, año 2000. 3a. edición. (Libro de texto).

Amor, D. La (R)Evolución E-Business, Pearson Educación, Buenos Aires, 2000

Bickerton, P., et al. Ciberestrategia, Pearson Educación, México, 2000

Burch, John G. y Grudnitsky, Gary. Diseño de Sistemas de Información, Grupo Noriega editores, México.

Davis, Gordon an Olson, Margrethe. Sistemas de Información Gerencial, McGraw-Hill, Colombia

Deise, M.V., c. Nowikow, P. King, A. Wright y PricewaterhouseCoopers, Executive's Guide to E-Business: From Tactics to Strategy, John Wiley, New York, 2000

Eglash, J., How to Write a .com Business Plan: The Internet Entrepreneur's Guide to Everything You Need to Know About Business Plans and Financing Options, McGraw-Hill, New York, 2000

Kalakota, R. y A. B. Whinston, Electronic Commerce: A Manager's Guide, Addison-Wesley, Reading, Massachusetts, 1997

Kalakota, R. y M. Robinson, Del E-Commerce al E-Business: El Siguiete Paso, Pearson Educación, México, 2001

Laundon, Kenneth C. y Laundon Jane P. Administración de los Sistemas de Información-Organización y Tecnología. Editorial Prentice Hall Hispanoamérica, México, 1996, 3a. edición.

Madron, Thomas W. Redes de Area Local-La siguiente Generación, Grupo Noriega Editores, México.

Porter, M., "Strategy and the Internet," Harvard Business Review, marzo 2001, pp. 63-78.

Stair, Ralph M. y Reynolds, George W.: "Principios de Sistemas de Información" Thompson Editores, México, año 2000. 4a. edición.

Tapscott, D., D. Ticoll y A. Lowy, Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 2000

Nombre del curso: ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO INTERNACIONAL II

Número de créditos: 4

Descripción:

Este curso se basará en las lecturas asignadas y en casos prácticos resueltos en clase. Las primeras deberán ser cubiertas por los estudiantes antes de la finalización del curso y podrán ser evaluadas sin previo aviso. La antología contendrá adicionalmente lecturas optativas, que pueden ser estudiadas a discreción del estudiante. Cada tema será tratado de forma magistral en clase. Se resolverán casos prácticos en clase cuando el tema lo permita. Consecuentemente, la participación en clase es de suma relevancia para la asimilación de esta materia, siendo este criterio tomado en consideración al evaluar la materia.

El profesor se reserva la posibilidad de incluir la presentación de un orador invitado en un tema de interés para el curso.

El estudiante deberá presentar un trabajo de investigación de acuerdo con instrucciones del profesor, a entregar durante la última lección del semestre. Previamente se asignará fecha para la presentación de la exposición oral del trabajo de investigación.

Objetivo general:

Presentar los principios de la teoría económica internacional y mostrar cómo el desarrollo de la misma ha estado marcado por la necesidad de entender la cambiante economía mundial. Se desea hacer énfasis en los aspectos claves del sistema GATT/OMC, especialmente aquellos mecanismos de relevancia para la comunidad empresarial.

Objetivos específicos:

- La evolución de los bloques económicos regionales.
- Los temas nuevos resultado de las negociaciones de Ronda Uruguay.

- El sistema multilateral de comercio desde la perspectiva de los países en vías de desarrollo.
- La normativa estadounidense en materia comercial internacional.
- El sistema de solución de diferencias en las áreas nuevas de tratamiento de la OMC.

Contenido:

- El sistema multilateral y los bloques económicos regionales
- El Acuerdo sobre Inversiones multilateral
- Normativa agrícola en el ámbito multilateral
- La nueva normativa en materia de propiedad intelectual desde la perspectiva del ADPIC
- La normativa estadounidense en materia de comercio internacional
- Requisitos y evaluación del curso

Bibliografía:

Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), Los Resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales. O.M.C., Ginebra, 1995.

Centro de Comercio Internacional, "Guía de la Ronda Uruguay para la Comunidad Empresarial", CCI/UNCTAD/OMC, 1995.

Edited by Jackson, John, "Implementing the Uruguay Round", Clarendon Press Oxford, 1997.

Finger, Michael and Olechowski, Andrzej, "La Ronda Uruguay: Manual para las Negociaciones Comerciales Multilaterales", Banco Mundial, 1995. (la primera página número 28 debe obviarse ya que el texto comienza en pg. 153).

Jackson John, International Economic Relations (Casebook), West Publishing, St. Paul Minnesota, 1995.

Jackson, John, "Casebook", Chapter III: The United States Constitution and Regulation of International Economic Affairs", pg. 91 a 134.

Jackson, John, "United States: Effects of Treaties in Domestic Law of the United States", Michigan Law Review, 1990.

Los Resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales, Ginebra, 1995

Primo, Carlos, "Trade-Related Intellectual Property Issues: The Uruguay Round Agreement and its Economic Implications", World Bank Conference.

World Trade Organization, "Guide to the Uruguay Round Agreements, Kluwer Law International, 1999.

World Trade Organization. Trade Policy Review of Costa Rica. Geneva, 1995

Nombre del curso: DERECHO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Número de créditos: 4

Descripción:

En las últimas décadas, la propiedad intelectual ha sufrido profundas transformaciones derivadas, fundamentalmente, de los cambios impuestos por los avances tecnológicos

que escapan al control del ordenamiento jurídico que pretende regularla como un aspecto trascendente para el desarrollo y la estabilidad de la economía mundial. Por ello, algunos autores, al hablar de las tendencias actuales de la propiedad intelectual, ponen especial énfasis en su aspecto económico. El doctor Alberto Bercovitz en su obra "Derecho Económico Actual" opina que "...las nuevas modalidades de protección no se justifican sólo por las peculiaridades de los objetos a proteger, sino muy especialmente también por los intereses económicos que el legislador considera que debe apoyar."

Un curso de propiedad intelectual en la formación de un profesional en el campo de los negocios internacionales es fundamental, especialmente en vista del aumento considerable de su importancia en la actual economía mundial. Dada tal situación, este curso proporciona a los estudiantes los conocimientos en el campo de la propiedad intelectual y su importancia en el desarrollo económico, así como en la facilitación del comercio internacional.

Objetivo general:

Proporcionar los conocimientos sobre Propiedad Intelectual así como su importancia en el desarrollo económico como en la facilitación del comercio internacional. Asimismo, persigue brindar una formación estructurada sobre la Propiedad Intelectual con el fin de que los educandos por medio del proceso enseñanza- aprendizaje adquieran un conocimiento práctico en esta disciplina.

Objetivos específicos:

- Conocer en forma general lo que es la propiedad intelectual, el derecho de autor y los derechos conexos.
- Promover un mayor conocimiento de la función de protección de la propiedad intelectual en el entorno económico y tecnológico que contribuyan a reforzar la legislación, administración y aplicación de los derechos de esta materia.
- Sensibilizar acerca de las repercusiones de la propiedad intelectual en el desarrollo económico, social, cultural y tecnológico, así como dar a conocer la utilización de la propiedad intelectual en el comercio y la industria.

Contenido:

El contenido general se basa en dar a los estudiantes los instrumentos necesarios de la propiedad intelectual por medio de la enseñanza y aplicación de los diversos conceptos de los derechos de autor y los conexos y su aplicación en casos concretos para su posterior aplicación en los negocios internacionales y en los tratados de libre comercio, con el fin de lograr una formación en el campo del desarrollo económico del comercio mundial.

Bibliografía:

LIPSZYC (Delia), Derecho de autor y derechos conexos, Buenos Aires, Centro Regional para el Fomento del libro en América Latina y el Caribe (CERLALC)-UNESCO-Victor P. De Zavalía S.A., Primera edición, 1993, 933 p.
Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Publicación de la OMPI 223. Ginebra, 1996
MISERACHIS SALA, Pau: La Propiedad Intelectual, Ediciones Fausí S.A., Barcelona, 1987

ROFE, Pedro, La Propiedad Intelectual y el Comercio Internacional: Las Negociaciones Multilaterales en el GATT. Integración Latinoamericana, Buenos Aires, Argentina, Vol. 14, N. 151, Noviembre, 1989.

MURILLO MURILLO, Jorge Mario: La Propiedad Intelectual en el marco del Comercio Multilateral. Análisis de la Ronda de Uruguay. Facultad de Derecho. UCR. 1994.

Convenio Centroamericano para la protección de la Propiedad Industrial, Decreto 4543 de 18 de marzo de 1970

Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos y sus reformas, N. 6683 del 14 de octubre de 1982, publicada en La Gaceta de 25 de noviembre de 1982.

Ley de Patentes de Invención, dibujos, modelos industriales y modelos de utilidad, N. 6867 publicado en la Gaceta el 13 de junio de 1983.

Nombre del curso: INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE MERCADOS EXTERIORES

Número de créditos: 4

Descripción:

La investigación de mercados exteriores es un problema que ha cobrado importancia, sobre todo, en los últimos años. Cuando se inició el proceso de internacionalización de las empresas después de la segunda guerra mundial, que fue impulsado luego por la globalización de los mercados, las empresas ignoraron la importancia de esa investigación y cometieron así errores garrafales. Posteriormente, se fue rectificando este aspecto y, hoy día, todas las empresas exitosas en el mercado internacional, llevan a cabo profundas y completas investigaciones antes de penetrar nuevos mercados.

Objetivo general:

El curso pretende que el estudiante comprenda la importancia de la investigación de mercados exteriores y que aprenda la manera más práctica de manejar la información internacional proveniente de los diferentes mercados.

Esto permitirá que sus investigaciones puedan servir de base para la toma de decisiones de la empresa en el campo internacional.

Objetivos específicos:

- Ubicar al estudiante en el mundo globalizado actual enfatizando la necesidad de utilizar la investigación de mercados exteriores como una herramienta imprescindible de promoción.
- Analizar las características de la información así como la selección y métodos.
- Investigar todo lo referente a las fuentes de información
- Aspectos importantes relacionados con la investigación en mercados exteriores
- Analizar los problemas que se presentan para la recolección de datos primarios así como la investigación multicultural

Contenido:

- Objetivos de la investigación de mercados internacionales y ejercicio de ubicación geográfica de los principales mercados.

- Los elementos de la investigación y características de la información
- Las etapas de la investigación y la preselección
- La visión global por medio de la investigación de mercado
- Las fuentes de información en el mercado exterior
- Los datos primarios: Disponibilidad, empleo e investigación cuantitativa y cualitativa
- Los datos secundarios: Disponibilidad y empleo
- El problema de la comparabilidad
- El reto de la investigación multicultural
- La investigación en la red y la estimación de la demanda

Bibliografía:

Canals, Jordi. La internacionalización de la empresa. Barcelona : McGraw-Hill, 1994.
 Cateora Philip. Marketing Internacional. Madrid: IRWIN, 1995
 Colaiacovo, Juan Luis. Comercialización internacional y desarrollo de exportaciones. Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1996
 Czinkota Michael y otro. Marketing Internacional. México: McGraw-Hill, 1995
 Gitman Lawrence y otro. El mundo de los negocios. México: Harla, 1992
 Keegan, Warren J. Fundamentos de mercadotecnia internacional. México. Prentice-Hall, 1998.
 Kotler Philip. Dirección de Mercadotecnia. 8. Ed. México, Prentice-Hall, 1996
 Moreno José María. Marketing Internacional. Buenos Aires: Ed. Macchi, 1995.
 Nieto Ana y otro. Marketing Internacional. Madrid: Ed. Pirámide 1998

Nombre del curso: MERCADERO GLOBAL

Número de créditos: 4

Descripción:

El mercadeo, más que una forma de operación de las organizaciones, es una filosofía gerencial, orientada a crear valor en los consumidores a través de los bienes y servicios que satisfacen las necesidades. Desde el punto de vista internacional, el mercadeo presenta una oportunidad gigantesca para los países en vías de desarrollo, sobre todo por las corrientes de globalización económica y de apertura de mercados mundiales. Es en esta dimensión que el curso pretende incursionar para fomentar la discusión de problemas fundamentales en la comercialización de bienes y servicios entre los países, regiones y, por qué no, continentes.

Objetivo general:

El curso persigue inculcar en el estudiante de Maestría los principales conceptos del Mercadeo Internacional. Igualmente, pretende desarrollar, a través del proceso enseñanza-aprendizaje, un sentido crítico y una actitud de negocios en esta disciplina. Al concluir el curso, los estudiantes se habrán familiarizado con el ambiente y las circunstancias del mercadeo global y serán capaces de apreciar y tomar ventaja de las diferencias con el mercado local. Asimismo, el estudiante tendrá la capacidad de

observar las complejidades de mercadear un producto a nivel internacional y de hacer apuntes a una estrategia de comercialización global.

Objetivos específicos:

- Estimular en el estudiante los deseos de comprensión del entramado del ambiente de los Negocios Internacionales.
- Fortalecer las técnicas de análisis de situaciones reales y complejas del Comercio Internacional.
- Identificar los factores de influencia en el mercado internacional que afectan la competitividad de Costa Rica.

Contenido:

- Importancia del Marketing global
- El entorno cultural del marketing global
- La Dinámica cultural en la evaluación de los mercados globales
- Costumbres y prácticas de los negocios internacionales
- El entorno legal internacional
- Marketing de productos industriales y servicios
- Mecánica y logística del comercio internacional
- La publicidad y el esfuerzo de promoción globales
- Fijación de precios en los mercados internacionales
- Necesidades financieras del marketing internacional
- Presentación de proyectos de investigación

Bibliografía:

Kotabe Masaaki, Helsen Kristiaan. Marketing Global. Editorial Limusa/Wiley. Primera edición. 2001

Cateora, Philip R. Marketing internacional. Editorial Mc. Graw Hill. Octava edición. 1997.

Czinkota, Ilkka y Ronkainen A. Marketing Internacional. México, Cuarta Edición. Editorial. Mc Graw Hill, 1996. ISBN 970-10-1118-X.

Daniels, John D., y Radebaugh, Lee H. International Business. Environments and operations. Editorial Addison-Wesley Publishing Co. Séptima Edición. 1996. ISBN 0-201-84789-2

Keegan, Warren J. Marketing Global. Editorial Prentice Hall. Quinta Edición 1997. ISBN 84-89660-18-2

Kotabe, Masaski y Helsen, Kristiaan. Global Marketing Management. Editorial Wiley. (Limusa). 1998

Hawkins, Best & Coney. Comportamiento del Consumidor. Editorial Mc Graw Hill – Irving, 1997

Joseph P. Guiltinan, Gordon W. Paul. Administración de Marketing, estrategias y programas. Quinta Edición. Santa Fe de Bogotá, Editorial Mc Graw Hill Interamericana S.A. 1994.

Keegan, Warren J. & Green, Marck C. Fundamentos de mercadotecnia internacional. Editorial Prentice Hall, Primera Edición 1998.

Lambin, Jean - Jacques. Marketing Estratégico. México, Tercera Edición. Editorial. Mc Graw Hill, 1996

Pride William M., Ferrel O. C. Marketing, conceptos y estrategias. Mc Graw Hill, Novena Edición, 1996.

Nombre del curso: MERCEOLOGÍA, ARANCEL Y VALORACIÓN ADUANERA

Número de créditos: 4

Descripción:

La Organización Mundial de Aduanas y nuestro Servicio Nacional de Aduanas tienen su base en tratados internacionales para sentar las reglas del comercio internacional, dentro de ellos la Merceología con el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, arancel aduanero con el Sistema Arancelario Centroamericano y valoración aduanera con el Valor GATT. El Comercio Internacional debe sujetarse a esas normas y de la correcta aplicación de los mismos dependerá que la compra-venta internacional se perfeccione, por lo cual resulta de la mayor importancia que el estudiante conozca y sea capaz de aplicar efectivamente estos instrumentos.

Objetivo general:

Se pretende que los alumnos conozcan y manejen el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el Sistema Arancelario Centroamericano y los criterios de valoración GATT, particularmente en lo que se refiere a la designación de las mercancías, su correcta codificación a diez dígitos, las alícuotas que se aplican con base a techos arancelarios y pisos fiscales, la apertura de incisos nacionales, las notas técnicas que regulan el comercio de mercancías, problemas de abastecimiento regional y nacional y normas de valoración aduanera.

Objetivos específicos:

- Estudiar la estructura del Sistema Armonizado
- Realizar prácticas para ejercitarse en la ubicación y el manejo del Sistema Armonizado
- Estudiar la relación de derivación del SAC a partir del S.A.
- Estudiar la estructura del SAC
- Realizar prácticas para ejercitarse en la designación y codificación de las mercancías en el S.A. y en el SAC
- Conocer los diferentes criterios de valoración según GATT

Contenido:

- El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
- Centroamérica y sus procesos de integración.
- Las notas técnicas y los entes que las regulan.
- Armonización Merceológica-Arancelaria.
- Valoración GATT.

Bibliografía:

Sistema Arancelario Centroamericano (SAC)
Artículo 3 de la Ley No. 7017
Ley No. 7475 del 26/12/94, Valoración GATT
Consulta a páginas WEB: Hacienda, COMEX, Salud, MAG
Material vario que se facilitará para fotocopiado

Nombre del curso: TRANSPORTE INTERNACIONAL DE CARGA
Y SEGUROS

Número de créditos: 4

Descripción:

El rápido desarrollo de la globalización requiere una madurez del sistema logístico para que las empresas se puedan abastecer de sus proveedores y colocar sus productos donde los clientes finales los requieren; ambas cosas al mejor costo precio y con la mejor calidad. Este curso pretende capacitar al alumno en materia del transporte internacional de mercancías.

Objetivo general:

El curso persigue inculcar en el estudiante de Maestría los principales conceptos del proceso logístico, enfocándose en que comprenda la importancia del transporte internacional en las cadenas de abastecimiento. Se analizarán cada una de las modalidades de transporte, a saber aéreo, marítimo y terrestre; así como su impacto en los costos logísticos. Al final del curso, el alumno estará en capacidad de seleccionar adecuadamente los medios de transporte para cada caso específico.

Objetivos específicos:

- Conocer las alternativas de transporte internacional en el mercado nacional
- Construir tarifas para cada alternativa desde un origen a un destino específico
- Identificar las soluciones de seguro de carga; así como sus ventajas y desventajas

Contenido:

- ¿Qué es logística?
- La evolución y el rol del transporte en la logística. Normas vigentes
- El transporte aéreo. Generalidades. El manual TACT.
- La guía aérea. Estructura tarifaria
- Mercancía peligrosas
- Transporte marítimo: LCL y FCL.
- El conocimiento de embarque
- Transporte Terrestre
- Transporte multimodal
- Seguros

Bibliografía:

Bloch, Roberto Transporte Multimodal. Editorial Ad-hoc, primera edición, 1996
Corporación Arwest Descripción del servicio de transporte terrestre internacional, San José 2001
Georgia Tech, Institute of Logistics, World class logistics, 1998.
IATA Reglamentación sobre Mercancía Peligrosas. International Airline publications, enero 1999
IATA The Air Cargo Tariff, International Airline Publications, Octubre 1998
Logistics Resource Institute Gerencia de Transporte y Distribución, San José, 2001
Recalde Castes Andres El conocimiento de embarque y otros documentos de transporte Editorial Civitas S.A., España, 1992

Nombre del curso: GERENCIA INTERNACIONAL DE MARCAS

Número de créditos: 4

Descripción:

Hoy en día el conocimiento y administración de las marcas se hacen muy importantes para las empresas que persiguen tener éxito en los diferentes mercados internacionales más tratándose de un mundo globalizado.

Es por ello que se deben tener todos los conocimientos necesarios para crear marcas fuertes para sobrevivir, crecer y darle valor necesario obteniendo utilidades en el futuro.

Objetivo general:

El curso estará orientado a que el estudiante esté en capacidad de tomar decisiones en cuanto al aspecto legal de las marcas, crear valor a las marcas y la relación con alianzas estratégicas con alianzas estratégicas y así poder desarrollar e implementar estrategias de marcas.

Tratando de darle el mayor conocimiento de los diferentes aspectos legales de los diferentes países en donde Costa Rica mantiene relaciones comerciales. Así mismo desarrollar talleres y casos prácticos sobre los diferentes tópicos del programa.

Objetivos específicos:

- El estudiante deberá estar en capacidad de conocer las diferentes legislaciones que afectan el registro de marcas.
- Aprender a tomar decisiones respecto a como fortalecer una marca desde el punto de vista de mercadeo.
- Conocimiento del tratamiento de una marca con respecto a una alianza estratégica en cuanto administrarlas para beneficio mutuo.
- Conceptos claros con respecto a la protección de activos intangibles.
- Conocimiento de las diferentes formas de proteger una marca de dominio nacional o internacional.

Contenido:

- Legislación de marcas de diferentes países
- Protección legal de marcas, Slogan, empresas y diseños
- Análisis sobre propiedad intelectual (incentivos, modelos y dibujos)
- Conocimiento sobre conciliación, mediación y arbitraje
- Estrategias de marcas en cuanto al ciclo de vida, posicionamiento
- Personalidad de marcas
- Fortalezas y debilidades de las marcas
- Reposicionamiento de marcas
- Alianzas estratégicas y su relación con las marcas

Bibliografía:

Library of Congress Cataloging-in Publication data.

Aaker, David A., Building Strong Brands, 1996

Alianzas Estratégicas, Jordán B. Lewis, 1993

Buenos Aires, Javier Vergara Editor S.A.

Legislación de marcas 2000 Costa Rica.

Ley de observancia de los derechos propiedad intelectual (ley nº 8039)

Ley de propiedad industrial (ley nº 7978 y ley nº 6867 y sus modificaciones)

Ley de información no divulgada (ley nº 7975)

Nombre del curso:

NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

Número de créditos:

4

Descripción:

La vida internacional actual nos impone perennemente problemas nuevos que surgen al compás de las modernas técnicas y que siempre ameritan una solución. Y la única vía de acuerdo pacífico es la negociación. Y en ese difícil arte, la comunicación entre las partes juega un papel importantísimo, sobre todo por la dificultad que impone el factor cultural internacional. Por eso, es imprescindible un buen conocimiento de los objetivos y de las partes para lograr la fusión de los intereses, que es lo que persigue este curso.

Objetivo general:

El curso pretende que el estudiante aprenda a distinguir los distintos tipos de negociación y los aspectos más importantes de la planificación de ésta, así como las actitudes frente al conflicto.

Al final de curso, el alumno será capaz de comprender la importancia de la negociación y podrá utilizar la habilidad negociadora como instrumento para obtener destreza en el buen manejo de las relaciones humanas en las negociaciones internacionales, sobre todo aquellas relacionadas con el comercio internacional.

Además, el estudiante podrá distinguir con claridad los aspectos culturales que involucra la negociación internacional.

Objetivos específicos:

- Conocer los elementos básicos de la negociación así como las diferencias entre ésta y la mediación y el arbitraje.
- Analizar las diversas actitudes frente al conflicto para poder manejarlos de manera eficiente.
- Aspectos relevantes referentes a la negociación incluyendo la importancia de la comunicación y de las diferencias culturales.
- Conocer las diversas técnicas de negociación y su aplicación práctica.

Contenido:

- La negociación: definición, alcance y elementos básicos
- La importancia de la capacidad de negociación en el mundo actual
- Negociación, mediación y arbitraje
- La persuasión en la negociación y la actitudes frente al conflicto
- Los principales tipos de negociación: distributiva e integrativa
- Las decisiones básicas para la determinación del estilo social
- La planificación de la negociación internacional
- La importancia de la comunicación en el ámbito internacional
- El impacto de las diferencias culturales en la negociación
- Aspectos prácticos de la negociación
- La solución de conflictos

Bibliografía:

- Colaiacovo Juan. Técnicas de negociaciones, Buenos Aires, Ed. Macchi, 1994.
- Colosi Thomas. Negociación Colectiva: El arte de conciliar Intereses. México, D.F., Ed. Limusa 1989.
- Fischer Roger. Obtenga el sí: El arte de negociar sin ceder, Gestión 2000, Barcelona, 1996.
- Pinkas Flint. Principios y técnicas de la negociación internacional, Lima, ALACCI, 1990
- Rodríguez Mauro y otro. Técnicas de negociación, México, McGraw-Hill, 1988
- Urbina José Antonio de. El protocolo en los negocios, Madrid, Ed. Temas de hoy, 2000

Nombre del curso: GERENCIA DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

Número de créditos: 4

Descripción:

Los actores principales del Comercio Internacional son los gerentes de importación y exportación, sobre ellos recae el contar o no con las mercancías en tiempo y forma en un mercado globalizado y donde la apertura comercial es una oportunidad para más y mejores negocios, la logística que se aplique será fundamental para que los procesos productivos no se detengan, el comercio crezca y las economías mejoren sus índices.

Objetivo general:

El curso pretende mostrar desde todos los ángulos los procesos, organización, modernización de las instituciones que con el Comercio Internacional tienen relación, mediante el proceso de enseñanza – aprendizaje los alumnos obtendrán los conocimientos generales sobre el Sistema Aduanero Nacional con especial énfasis en la importación y exportación dentro del contexto.

Objetivos específicos:

- Comprender la organización del Sistema Aduanero Nacional
- Ampliar el conocimiento de los términos generales que se utilizan en el Comercio Exterior
- Comparar el desarrollo de nuestro Sistema Aduanero con otros modelos
- Evaluar la modernización puesta en marcha
- Comprender la forma de calcular los impuestos aduaneros.
- Ampliar los conocimientos sobre los Tratados Internacionales de Costa Rica.
- Profundizar en el conocimiento de los elementos de Merceología - Valoración - Arancel y Procedimientos aduaneros.
- Comprender la infraestructura Nacional al servicio del Comercio Exterior.
- Contrastar las diferencias entre los negocios domésticos y los internacionales.
- Evaluar la exportación como alternativa de crecimiento.
- Desarrollar modelos de análisis y planeación estratégica que faciliten la implantación de programas de exportación.
- Utilizar técnicas de análisis para evaluar situaciones que se presentan en empresas dedicadas o con expectativas de exportación.
- Tener un perfil de la realidad del mercado global.
- Comprender en forma general la participación de las empresas multinacionales dentro del contexto de las exportaciones.

Contenido:

- Compra-venta internacional:
- El Sistema Aduanero Nacional
- Tratados Internacionales
- Trabajos grupales
- La comercialización
- Compañías y agrupaciones especialmente exportadoras
- Ferias y exposiciones comerciales internacionales
- Costo y precio de venta para exportación
- Régimen normativo de las exportaciones
- Estímulos a las exportaciones
- Pagos al exterior, instrumentos de pagos y régimen cambiario
- Carta de crédito doméstica
- Secuencia operativa de una exportación

Bibliografía:

Arce Portuguez, Rodolfo. Manual práctico de introducción al Sistema Armonizado. Editorial U.C.R.

CAUCA II

Ley General de Aduanas No. 7557 y su Reglamento

Moreno, José María. Manual del Exportador. Editorial Macchi, tercera edición, 1992.

Sistema Arancelario Centroamericano

Consulta a páginas WEB: Hacienda, COMEX, PROCOMER, MAG, Salud

Material vario que se fotocopiará

Nombre del curso: COMPETENCIA Y MEDIO AMBIENTE

Número de créditos: 3

Descripción:

Los Temas de competencia y medio ambiente constituyen dos áreas de estudio fundamentales dentro del marco del comercio internacional.

El tema de competencia en sentido amplio comprende una variedad de áreas como la desregulación y apertura comercial, la privatización, el tratamiento a las inversiones extranjeras, la protección a la propiedad intelectual. Ahora bien en sentido estricto el tema de competencia comprende la normativa y políticas dirigidas a asegurar el correcto funcionamiento de los mercados nacionales. Así estas regulaciones y políticas se focalizan en la conducta de los agentes económicos en el desempeño de sus actividades comerciales, y sucesivamente, con la forma de intervención de los gobiernos en la dinámica del mercadeo. En consecuencia, las leyes de competencia, como la costarricense, se dirigen a la prevención de prácticas comerciales realizadas con el fin de restringir la competencia y determinar las condiciones de producción y los precios en detrimento de los consumidores. Ejemplos típicos de estas prácticas incluyen, la concertación de acciones entre competidores, los abusos de posiciones de dominio y las concentraciones económicas en los mercados nacionales.

El tema de medio ambiente es un tema que puede analizarse desde diferentes perspectivas. En este caso nos interesa analizar el tema desde el punto de vista de su relación con el comercio. Uno de los temas de mayor relevancia y actualidad, en el ámbito del comercio, es precisamente la relación entre ese tema y la necesidad de conservar y utilizar sosteniblemente el ambiente. La orientación de ese debate se dirige a lograr que la conservación del medio y la apertura de los mercados se apoyen el uno al otro. Existe un número importante de acuerdos ambientales y comerciales que establecen relaciones entre estos dos intereses nacionales e internacionales, que precisamente serán objeto de estudio en el presente curso.

Objetivo general:

El curso persigue transmitir al estudiante de Maestría los principales conceptos y normas nacionales e internacionales relacionadas con los temas de competencia y medio ambiente, desde un punto de vista teórico- práctico.

Objetivos específicos:

- Que el estudiante conozca en qué consisten las prácticas monopolísticas que afectan la competencia en un mercado así como los diferentes instrumentos que ofrece nuestra legislación nacional para garantizar la libre competencia.
- Que el estudiante conozca las normas que existen en el ámbito comercial a escala nacional e internacional dirigidas a proteger el medio ambiente así como los mecanismos y procedimientos que existen para garantizar el cumplimiento de las mismas.

Contenido:

- Competencia.

Introducción al tema de competencia

Marco regulatorio de la competencia a nivel nacional y en el derecho comparado. (legislación de varios países: p.e. Chile, Argentina, Unión Europea, Estados, Unidos).

Estudio de casos.

- Medio Ambiente.

Introducción al tema de medio ambiente.

El proceso de negociación de los acuerdos de comercio y su vinculación ambiental.

Discusión de casos que han involucrado en la OMC el tema de medio ambiente.

Bibliografía:

BARRANTES, Jaime y RIVERO, Juan Marcos. Derecho y Jurisprudencia en Materia de Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Ediciones Jurídicas Areté, 1999.

BHAGWATI, Jagdish y HIRSCH, Mathias. The Uruguay Round and Beyond. Springer Verlag Berlin, Alemania, 1998.

CAMERON, James y CAMPBELL, Karen. Dispute Resolution in The World Trade Organisation. Cameron May, Londres, Inglaterra, 1998.

Informe sobre Desarrollo y Aplicación de Políticas y Leyes de Competencia 1995-1996. Compilación de resoluciones.

ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO, Informe del Grupo de Trabajo sobre la Interacción entre Comercio y Política de Competencia al Consejo General. WT/WGTCP/3 de octubre de 1999.

ROBLES, Edgar y ULATE, Anabelle. Centroamérica y los Acuerdos Comerciales Internacionales, Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad de Costa Rica, 1998.

SANTANA, Roy. La política de Competencia en el comercio internacional. Ciclo de Conferencias del Ministerio de Comercio Exterior, San José, Costa Rica, 1998.

TINEO, Luis, Competition Policy and Law in Latin America and the Caribbean Paper presented at the OECD/ World Bank/ Government of Argentina Emergin Market Economy Forum Conference "Competition Policy and Enforcement" held in Buenos Aires, Argentina, October 10-13, 1996.

TINEO, Luis. Políticas y Leyes sobre Competencia en América Latina: de la distribución del Estado a la Eficiencia del Mercado, en la Legislación y Política de la promoción de la competencia, Publicación de la OEA. 1996.

Nombre del curso: CONTABILIDAD INTERNACIONAL

Número de créditos: 3

Descripción:

El curso pone al estudiante en contacto con las principales problemáticas de la contabilidad desde una perspectiva internacional, así como el estudio de lo relacionado con los principales aspectos de la consolidación de estados financieros y la conversión de estados financieros en moneda extranjera, según las normas contables establecidas.

Objetivo general:

Lograr que el estudiante analice la contabilidad financiera desde una perspectiva Internacional, incluyendo el dominio del proceso de consolidación y conversión de estados financieros en moneda extranjera.

Objetivos específicos:

- Analizar la contabilidad financiera desde una perspectiva Internacional lo que incluye el análisis de los desafíos globales a los que se enfrenta la contabilidad, las variables que han afectado su desarrollo, las prácticas seguidas en diferentes países, los organismos que emiten normas a nivel internacional, los reportes que se presentan y sus revelaciones.
- Comprender la importancia de los estados financieros consolidados y elaborar hojas de trabajo de consolidación para una matriz y una o varias subsidiarias.
- Comprender la importancia de la conversión de estados en moneda extranjera para los efectos de reporte, y elaborar hojas de trabajo de conversión de estados financieros.
- Elaborar estados financieros consolidados o individuales después del proceso de conversión de estados en moneda extranjera.

Contenido:

- Análisis de la perspectiva internacional en la contabilidad financiera
- Estados consolidados
- Conversión de estados financieros en moneda extranjera

Bibliografía:

Mueller, Gerhard y otros, Contabilidad, Una perspectiva Internacional, Mc Graw Hill, cuarta edición 1999

Beams, Floyd A, Advanced accounting, Prentice Hall, 6 edición, 1996

Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica, Normas Internacionales de Contabilidad

Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica, Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Martínez C, Aureliano, Consolidación de estados financieros, McGraw Hill 2001

Moreno F, Joaquín, Contabilidad Superior, Editorial IMCP, 1993

Nombre del curso: SEMINARIO LIBRE

Número de créditos: 4

Descripción:

El “Seminario Libre” se diseñó especialmente para estudiantes avanzados de la Maestría en Administración y Dirección de Empresas con Énfasis en Negocios Internacionales que les interese profundizar y contextualizar debates seleccionados sobre temas de actualidad económica, tanto en función de su quehacer profesional, como respecto a los retos que enfrentan los sectores productivos del país en las actuales coyunturas económicas y políticas internacionales

Objetivo general:

El seminario pretende facilitar a los estudiantes su exploración y comprensión de las interrelaciones de carácter económico y no económico que existen entre las economías de los países desarrollados y aquellas de las naciones en vías de desarrollo. En esta reflexión compartida, se tomará en consideración las condiciones cambiantes del entorno geopolítico y económico internacional; se analizarán las implicaciones del comportamiento de las principales economías del mundo, y finalmente, se discutirán las perspectivas y las opciones de política macroeconómica y sectorial (productiva, comercial externa, etc.) que pudieran tener el país y la región centroamericana.

Objetivos específicos:

- Estimular al estudiante en su búsqueda de un entendimiento conceptual de la naturaleza de las relaciones económicas internacionales, de los requerimientos del desarrollo económico y social, así como de los órdenes geopolíticos y económicos mundiales que está emergiendo para el nuevo siglo. Desde una óptica de desarrollo se facilitará el análisis de la relación que existe entre dos grandes preocupaciones de la sociedad contemporánea: el ineludible proceso de globalización y la necesidad de defender y fortalecer la identidad local.
- Introducir al estudiante a una visión comparativa en torno al tema de los modelos de desarrollo adoptados por distintos países y en diferentes épocas. En este contexto, se podrán contrastar algunos elementos clave de los modelos que rigieron a Costa Rica, Centro América y América Latina a partir de los años sesentas, con las reformas experimentadas a partir de las décadas de los ochentas y noventas, y -de mayor relevancia- de cara a los nuevos modelos que deberán de surgir para hacerle frente a los retos actuales.

Contenido:

- Debatir en la Dimensión Multilateral de la Organización Mundial del Comercio (OMC) las implicaciones que para Costa Rica podría tener.
- Analizar en la Dimensión Hemisférica los retos y las oportunidades que para nuestro país podría representar el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).
- Considerar en la Dimensión Regional el resurgimiento, perfeccionamiento y profundización del Mercado Común Centroamericano (MCCA)

- Explorar en la Dimensión Bilateral la clase de relación económica que Costa Rica podría establecer o desarrollar (considerando también sus correspondientes implicaciones geopolíticas).
- Debatir en el Dimensión Nacional las opciones de política macroeconómica y sectorial-productiva que el país pudiera adoptar para responder a las condiciones actuales del entorno internacional y hacerle frente a los retos del desarrollo nacional.

Bibliografía:

- Bensusán, Graciela, Damgaard, Bodil, “Estándares laborales y distribución del ingreso en su relación con el comercio”, Revista Integración y Comercio, INTAL, agosto 1999.
- Bhagwati, Jagdish and Hudec, Robert E., Fair Trade and Harmonization: Prerequisites for free trade? Massachusetts: MIT Press, Volumen I, 1996.
- Bhagwati, Jagdish, A Stream of Windows: Unsettling Reflections on Trade Immigration, and Democracy. Boston: MIT Press, 1998.
- Bhagwati, “Play it Again, Sam: A New Look at the Trade and Wages”. <http://www.columbia.edu/~jb38/papers.html>
- Bhagwati, Jagdish, “Free Trade in the 21st Century: Managing Viruses, Phobias and Social Agendas” April 13, 1999. <http://www.columbia.edu/~jb38/papers.html>
- Bhagwati, Jagdish, “Moral Obligations and Trade”. December 12, 1998. <http://www.columbia.edu/~jb38/papers.html>
- Burtless, Gary, Lawrence; Robert, Litan; Robert y Shapiro; Robert, Globaphobia, Washington: The Brookings Institution Press, 1998.
- Cline, William, Trade and Income Distribution, Washington: Institute for International Economics, November, 1997.
- Golub, Stephen S., “Hacen falta las normas internacionales para evitar el dumping social?”. Finanzas y Desarrollo. Diciembre de 1997.
- Krugman, Paul, Does Third World Growth Hurt First World Prosperity? En: Kenichi Ohmae, The Evolving Global Economy: Making Sense of the New World Order. Boston: A Harvard Business Review Book, 1995
- Krugman, Paul: “Is Capitalism Too Productive?” Foreign Affairs. September- October, 1997
- Krugman, Paul, “Competitiveness: A Dangerous Obsession”. Foreign Affairs Magazine. March/April, Volume 73, Number 2, 1994
- Krugman, Paul and Obstfeld, Maurice, International Economics: Theory and Practice. New York: Addison-Wesley, 1997.
- Lawrence, Robert; Rodrik, Dani; and Whalley, John, Emerging Agenda For Global Trade: High Stakes for Developing Countries. Washington, D.C: The Johns Hopkins University Press, 1996.
- Lee, Eddy, “Mundialización y normas del trabajo: Puntos del debate”. Revista Internacional del Trabajo. OIT. Vol. 116, No. 2, verano de 1997.
- Longworth, Richard, Global Squeeze, Chicago: Contemporary Books, 1998.
- Mazur, Jay, “Globalization’s Dark Side” Foreign Affairs Magazine. January-February, 2000.
- Rodrik, Dani, Emerging Agenda for Global Trade: High Stakes for Developing Countries. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1996.
- Rodrik, Dani, Has Globalization gone too far? Washington D.C: Institute for International Economics, 1997.
- Rodrik, Dani, “Upside, Downside”. Revista TIME: Reporte Especial sobre la Globalización, 7 de julio de 1997.
- Rodrik, Dani, “The Global Fix”, The New Republic, November 2, 1998.

Ruggie, John Gerard, International Regimes, "Transactions, and Change: Embedded Liberalism in the Postwar Economic Order". En: Stephen D. Krasner. International Regimes. New York: Cornell University Press, 1984

Ruggie, John Gerard, "Globalization and the Embedded Liberalism Compromise: The End of an Era? Max Plank Institute for the Study of Societies Working Paper 97-1, January 1997. Información obtenida de Internet: http://www.mpi-fg-koeln.mpg.de/publikation/working_papers/wp97-1/wp97-1.html

Sachs, Jeffrey, "New Members Please Apply". Revista TIME: Reporte Especial sobre la Globalización, 7 de julio de 1997

Schwab, Klaus and Smadja, Claude, "Power and Policy: The New Economic World Order". Harvard Business Review, November-December 1994.

Spar, Deborah L., "The Spotlight and the Bottom Line: How Multinationals Export Human Rights" Foreign Affairs, March/April 1998, p.8.

Walsh, James, "One World Divided". Revista TIME: Reporte Especial sobre la Globalización, 7 de julio de 1997.

Nombre del curso: PORTAFOLIO DE INVERSIONES INTERNACIONALES

Número de créditos: 4

Descripción:

Proporcionar al estudiante los conocimientos e instrumentos básicos para el adecuado planeamiento, análisis y administración de las inversiones. Basado en los enfoques y teorías modernas sobre inversión, así como en los medios de comunicación más actualizados, se pretende que el estudiante adquiera un claro entendimiento de los conceptos que le permitan mejorar el manejo y la toma de decisiones de la gestión corporativa

Objetivo general:

Lograr que el estudiante adquiera un claro entendimiento de los conceptos para el manejo, interpretación y toma de decisiones sobre inversiones en un ambiente internacional dentro de la Gestión Corporativa Empresarial

Objetivos específicos:

- Lograr que el estudiante adquiera los instrumentos necesarios para el análisis y la toma de decisiones en materia de inversión.
- Lograr que el estudiante conozca las alternativas de inversión en el mercado costarricense e internacional.
- Brindar al estudiante los elementos teóricos y prácticos que le permitan la obtención de un portafolio de inversiones óptimo.

Contenido:

- El escenario de las inversiones
- El Mercado de Valores Costarricense Y Internacional

- Las Inversiones de Renta Fija
- Las inversiones de Renta Variable
- Otras Inversiones
- Análisis de portafolio

Bibliografía:

Kolb, Robert, Inversiones. Editorial LIMUSA
 Del anterior texto se llevaran a cabo las lecturas específicas en cada tema.
 Además se dejaron ciertas lecturas de Internet
 Gitman, Lawrence J. & Michael D. Joehnk. FUNDAMENTOS DE INVERSION. 5ta Edición. Oxford University Press. Mexico, 1997.
 Messuti, Domingo Jorge, Victor Adrián Alvarez y Hugo Romano Graffi. SELECCIÓN DE INVERSIONES. Ediciones Macchi. Buenos Aires, Argentina. 1992
 F-M Fabozzi, Frank, Modigliani Franco, Ferri Michael. MERCADOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS. Prentice Hall, 1996.
 B-M : Brealey, Richard y Sewart C. Myers. PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS. Cuarta Edición. MacGraw Hill Interamericana de España, 1996.
 Frank K. Reilly, INVESTMENT ANALYSIS AND PORTFOLIO MANAGEMENT. Third Edition The Dryden Press, Chicago, Il.1989.
 Bierman, Harold, Administración Financiera e Inflación. CECSA
 Dowd, Merle E. Wall Street Made Simple. The Stonesong Press. Inc. New York, 1997
 Francis, Jack Clark and Richard Taylor. INVESTMENTS. Schaum's Outline Series. Mc GRAW-HILL, New York, 1998.
 Gutiérrez Marulanda, Luis Fernando -Decisiones Financieras y Costo del Dinero en Economías Inflacionarias. Editorial Norma
 Gutiérrez Marulanda, Luis Fernando, Finanzas Prácticas para Países en Desarrollo. Editorial Norma
 Haugen Robert A. MODERN INVESTMENT THEORY. Prentice Hall, New Jersey, 1986.
 Sharpe , William. Teoría de la Cartera y del Mercado de Capitales. DEUSTO
 Suárez, Andrés, Decisiones Optimas de Inversión, Editorial PIRAMIDE
 Van Horne, James. Fundamentos de Administración Financiera. Sexta Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. México, 1988.

Nombre del curso: MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

Número de créditos: 4

Descripción:

Las empresas que realizan negocios internacionales, exportadores e importadores de mercancías y/o intangibles, trabajan para obtener utilidades, por tanto requieren liquidez, seguridad, financiamiento y asunción de diferentes riesgos, algunos de los cuales trasladan. Pero ante todo, requieren el pago de sus activos en el exterior. Este es el punto medular de los negocios ultrafronteras. Esta es la razón de este curso.

Objetivos:

- Conocerá las diversas formas para trasladar los riesgos o en general el riesgo país, con base en un buen contrato internacional, vinculado con el pago.
- Dominará las varias modalidades de cheques internacionales, incluso los electrónicos, las transferencias y letras de cambio internacionales y las convenciones de UNCITRAL atinentes, lo mismo que la normativa aplicable de la Cámara de Comercio Internacional (CCI).
- Comprenderá cuándo conviene utilizar, como medio o forma de compraventa internacional, la letra de cambio, cobranza o el crédito documentario en sus varios tipos y modalidades, lo mismo que los usos, las costumbres, las leyes, las convenciones y las prácticas internacionales de la CCI, aplicables a dichos instrumentos. Todo según se actúe como importador o exportador.
- Evaluará los pros y los contras de los diferentes medios de pago internacionales y la legitimidad de ellos, con base en la jurisprudencia nacional e internacional.
- Podrá tomar decisiones y/o plantear recomendaciones, según el entorno y las circunstancias, sobre las opciones que tiene para negociar el medio de pago más conveniente, a fin de conseguir liquidez, seguridad y financiamiento con tales instrumentos.

Contenido:

- El riesgo país (country risk): su relación con el contrato y los medios de pago internacionales.
- La negociación de las formas y medios de pago internacionales y el papel que juega la banca transnacional, incluso la offshore.
- La transferencia de divisas internacional, vía: cheques electrónica: SWIFT, WATCHA, Regulation CC.
- La documentación o formalización de una cuenta por cobrar internacional.
- La gestión de cobro de un activo en el exterior y los usos aplicables. Los usos y costumbres internacionales, CCI.
- El crédito documentario internacional: negociación, solvencia y seguridad de las cartas de crédito.
- Tipos de crédito documentario, según las necesidades del importador y/o exportador, la negociación electrónica y su regulación.
- Las Cartas de crédito “stand by” y garantías internacionales: seguridad, liquidez y riesgos.
- Instrumentos modernos de garantía y liquidez internacionales.

Bibliografía:

CCI: UCP, París, Francia.

Goode, Roy: Guide to the ICC Uniform Rules for demand guarantees, ICC Publishing S.A. París, France, 1992

Martorell, Ernesto: Tratado de los contratos de empresa, Ediciones Depalama, Buenos Aires, 1996.

Mc-Cullough, Burton: Letters of Credit, Edit. Matthew Bender, N.Y. 1987.

Pérez, Álvaro: Variaciones sobre Carta de Crédito, Edit. Temis, Bogotá, 1982.

Rivera, José: Contratación y medios de pago Internacionales, Editorial Investigaciones Jurídicas, enero 2003, San José, Costa Rica.

Banca internacional, Editorial UNED.

La técnica de las cartas de crédito Internacionales, Edit. Costa Rica, 1986.

Rodríguez Azuero, Sergio: Contratos bancarios, Editorial Felaban, Colombia, 4ª. Edición, 1990

Rowe, Michael: Letters of Credit, Edit. FELABAN, 1990

Valladares Vega. Oscar y Zúñiga Sibaja, Manuel: Crédito documentario, condiciones generales de la contratación y cláusulas abusivas. Tesis de grado, UCR, Facultad de Derecho, 1996.

Winter Igualt, Rodrigo: Las cartas de crédito stand by ante la legislación chilena, Ediciones Cepet, Santiago, 1993.

Nombre del curso: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PRÁCTICO-DIRIGIDA

Número de créditos: 5

Descripción:

En función de los acuerdos y convenios que se tienen con empresas e instituciones nacionales y con universidades extranjeras, este curso está diseñado para que los estudiantes de las Maestrías Profesionales puedan desarrollar efectivamente una práctica de carácter profesional en una empresa, institución pública o sector, ubicados en nuestro país, o bien en el exterior.

Objetivo general:

Desarrollar completamente el proyecto del Trabajo Final de Graduación elaborado en el Curso PF-2511, consistente en una práctica de carácter profesional en una empresa, institución pública o sector, ubicados en el territorio nacional o en el extranjero.

Objetivos específicos:

- Beneficiar a aquellas empresas, instituciones públicas o sectores que así lo soliciten, con la incorporación de un o una profesional externo (a), que pueda desde un punto de vista objetivo, presentar recomendaciones en torno a problemas específicos de las organizaciones.
- Propiciar la participación del estudiante en el extranjero, de manera que pueda tener vivencias reales de los “modus vivendi” y de los “modus operandi” de las personas y empresas del exterior.
- Facilitar al estudiante el dominio de una lengua extranjera.

Contenido:

El curso se desarrollará con la participación de un profesor coordinador, un profesor guía y un representante de la empresa, institución pública o sector, nacionales o extranjeros, bajo los lineamientos descritos en el documento adjunto.

Bibliografía:

Por la naturaleza del curso, cada estudiante utiliza la Bibliografía que ha identificado previamente durante la elaboración del Trabajo Final de Graduación en la Práctica

Profesional I, junto con cualquier otra adicional que considere pertinente incorporar a su Trabajo Final de Graduación.

Nombre del curso: SEMINARIO DE ADMINISTRACIÓN

Número de créditos: 2

Descripción:

El curso de nivelación pone al estudiante en contacto con los conceptos generales de la administración, la importancia de las técnicas administrativas y de los diferentes componentes del proceso administrativo, junto con su aplicación práctica en los subprocesos de planeación, organización, integración de recursos humanos, dirección y control.

Objetivo general:

El curso de nivelación pretende que el estudiante conozca y domine los principios administrativos, a fin de que pueda aplicarlos a las diversas circunstancias y actividades que se presentan en las empresas privadas e instituciones públicas, dada la universalidad científica y técnica de los mismos.

Contenido:

- La administración: ciencia, teoría y práctica
- El ambiente externo, responsabilidad social y ética
- La planeación
- La organización
- La integración de los recursos humanos
- La dirección
- El control
- El espíritu emprendedor

Bibliografía:

Koontz, Harold y Weihrich, Heinz. Administración. Una perspectiva global. Editorial Mc. Graw Hill, onceava edición México, 1998. Págs 04 a 39

Koontz, Harold y Weihrich, Heinz. Administración. Una perspectiva global. Editorial Mc. Graw Hill, onceava edición México, 1998. Págs 48 a 74

Hellriegel, Don y Slocum, John W. Administración. International Thomson Editores, séptima edición, México, 1998. Págs 155 a 186

Kreitner, Robert y Kinicki, Angelo. Comportamiento de las organizaciones. Editorial Mc. Graw Hill, tercera edición Madrid, 1997. Págs 531 a 552

Griffin, Ricky W. y Ebert, Ronald J. Negocios. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., cuarta edición. México, 1997. Págs 248 a 277

Nickels, William G. et al. Introducción a los negocios. Editorial Mc. Graw Hill, tercera edición. Madrid, 1997. Págs 513 a 540

Hellriegel, Don y Slocum, John W. Administración. International Thomson Editores, séptima edición. México, 1998. Págs 652 a 678
Donnelly, James H. et al. Fundamentos de dirección y administración de empresas. Editorial Mc. Graw Hill/Irwin, octava edición. Colombia, 1997. Págs 673 a 700

Nombre del curso: ESTADISTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS

Número de créditos: 2

Descripción:

Este curso se inicia en su primera fase con conceptos básicos de la Estadística Inferencial que todo administrador debe conocer, así como el análisis de problemas gerenciales. Termina, en su segunda fase, con Teoría de Decisiones, aspecto fundamental en la administración moderna.

Se da énfasis en las técnicas estadísticas, sus limitaciones y se analizan aplicaciones concretas a casos reales de Costa Rica; de tal forma que se parte del hecho de que los administradores pueden aplicar alguna técnica estadística virtualmente a cualquier rama de la actividad pública y privada.

Adicionalmente se capacita al estudiante en el uso de un sistema estadístico computadorizado.

Objetivo:

El objetivo de este curso es pertinente detallarlo para cada una de sus fases. En la primera fase el objetivo principal procura que el estudiante sea capaz de utilizar una serie de técnicas estadísticas moderadamente avanzadas de descripción y análisis de datos, teniendo un conocimiento claro acerca de los supuestos y las limitaciones de cada técnica. También se analiza la forma correcta de plantear los problemas, lo que le permitirá realizar una interpretación sustantiva y clara de los resultados que obtenga en cada caso específico, sin dejar de lado su función de administrador.

En la segunda fase el objetivo se centra en que el estudiante utilice los conceptos básicos de la primera etapa como una introducción a la teoría de decisiones y sus posibles aplicaciones en la administración.

Contenido:

Los conceptos fundamentales de la Estadística Inferencial.

El concepto de asociación entre dos características.

Regresión y correlación

Estadística no-paramétrica.

Uso de bases de datos.

Series de tiempo.

Bibliografía:

LEVIN, RICHARD I. Estadística para Administradores. 2da. Edición. México, D.F...: Prentice-Hall Hispanoamericana, c.1988.

MOODY, PAUL E. Decision making: proven methods for better decisions. New York: Mc Graw-Hill, c.1983.

WEISS, W.H. Guía práctica para la toma de decisiones. Editorial Norma S.A., N.Y., c.1987.

KEPNER, CHARLES H. El nuevo directivo racional: análisis de problemas y toma de decisiones. México, D.F...: Mc Graw-Hill, c.1983.

DEL TEXTO DE R. LEVIN:

Cap.8: de sección 3 a sección 7 (inclusive).

Cap.9: todo, excepto sección 5.

Cap.10: todo, excepto secciones 3,5 y 6.

Cap.11: Cap.13, Cap.14 y Cap.16: completos.

Cap.12: secciones 12.1, 12.2 y 12.4.

DEL TEXTO DE MOODY:

Todo el texto será analizado en clase (excepto los capítulos 6,12 y 13), distribuido entre los diferentes grupos formados durante el curso.

DEL TEXTO DE WISS:

De este texto solo el capítulo I.

DEL TEXTO DE KEPNER:

De este texto solo los capítulos 4 y 5.

Adicionalmente se entrega otro material que también se constituye en lecturas obligatorias, el cual se incluye con este programa del curso.

ANEXO C

**PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA**

ANEXO C

PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

CURSO

Ética empresarial
Aspectos legales del comercio internacional I
Sistemas de información gerencial
Aspectos legales del comercio internacional II
Derecho de la propiedad intelectual
Investigación y selección de mercados exteriores
Mercadeo global
Merceología, arancel y valor aduanero
Transporte internacional de carga y seguros
Gerencia internacional de marcas
Negociaciones Internacionales
Gerencia de exportaciones e importaciones
Competencia y medio ambiente
Contabilidad internacional
Seminario libre
Portafolio de inversiones internacionales
Medios de pago internacionales
Seminario de investigación práctico-aplicada

PROFESOR

Hernán Monterrosa Rojas
Velia Govaere Vicarioli
Humberto Martínez Salas
Velia Govaere Vicarioli
Omayra Durán Páez
Alvaro Arguedas Sanabria
Marco Antonio Morales Zamora
José Rivera Varela
Rodrigo Quirós Carballo
Gonzalo Araya Umaña
Alvaro Arguedas Sanabria
Rodrigo Quirós Carballo
Gonzalo Araya Umaña
Rídiguer Artavia Barboza
Patricia Rodríguez Hölkemeyer
Jorge Arrea Jiménez
José Rivera Varela
Flory Fernández Chaves

ANEXO D

**PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y SUS
GRADOS ACADÉMICOS**

ANEXO D

PROFESORES DE LOS CURSOS DE LA MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y SUS GRADOS ACADÉMICOS

GONZALO ARAYA UMAÑA

Maestría en Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica.

ALVARO ARGUEDAS SANABRIA

Maestría en Relaciones internacionales, Universidad Nacional.

JORGE ARREA JIMÉNEZ

Maestría en Administración de Negocios, Universidad de Columbia, Nueva York, Estados Unidos de América.

RÍDIGUER ARTAVIA BARBOZA

Maestría en Administración de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica.

OMAYRA DURÁN PÁEZ

Maestría en Ciencias Políticas, Universidad de Costa Rica. Licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica.

FLORY FERNÁNDEZ CHAVES

Maestría en Administración de Empresas Cooperativas, Universidad de Costa Rica.

HUMBERTO MARTÍNEZ SALAS

Maestría en Administración de Negocios, Universidad de Costa Rica.

HERNÁN MONTERROSA ROJAS

Maestría en Administración Pública, Universidad de Costa Rica. Licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica.

MARCO ANTONIO MORALES ZAMORA

Maestría en Administración y Dirección de Empresas, Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, Barcelona, España.

RODRIGO QUIRÓS CARBALLO

Maestría en Administración de Negocios, Universidad de Costa Rica.

JOSÉ RIVERA VARELA

Maestría en Administración de Negocios, Universidad de Costa Rica.

PATRICIA RODRÍGUEZ HÖLKEMEYER

Maestría en Administración Pública, Universidad de Harvard, Massachussets, Estados Unidos de América.

VELIA GOVAERE VICARIOLI

Maestría en Derecho, Universidad de Michigan, Estados Unidos de América.