

U'VEAN

Posgrado en

Especialización Negocios Internacionales

Aprobado por RM N° 1577/22

CARRERA DE POSGRADO

“ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES”

1. Denominación:

“Especialización en Negocios Internacionales”

2. Fundamentación:

La Especialización en Negocios Internacionales constituye una propuesta formativa que aborda la problemática integral de la gestión de los negocios en mercados globales y los procesos de internacionalización de la empresa.

La especialización considera a su graduado como un verdadero agente de negocios internacionales y se propone transformarlo en un multiplicador de oportunidades a través de una gestión proactiva dentro de empresas e instituciones públicas y/o privadas.

Las exigencias de los mercados en la actualidad son cada vez mayores frente a los escenarios de integración en los que se desenvuelven las empresas, y mucho más aún, si se considera que la intensa competencia ya no solo se circunscribe a los mercados internos, sino que el mercado hoy es el mundo para cualquier empresa que desea expandirse y crear una política de desarrollo.

La internacionalización debe ser abordada a partir del análisis de un conjunto de variables, internas a las empresas que requerirán un alto grado de especialización, y externas, que implicará contar con profesionales capaces de traducir la realidad internacional ante las variables de cambio.

En este marco de referencia se destaca la necesidad de lograr una visión de internacionalización exitosa conducida por profesionales capaces de agregar capital intelectual a todos los procesos de la empresa.

El gran desafío que deberán afrontar los futuros profesionales especializados en Negocios Internacionales será el de aplicar un modelo eficiente, articulado y sistémico, que permita promover la inserción de las organizaciones en las cadenas de valor globales, alcanzando una mayor competitividad y valor agregado a los negocios.

La economía globalizada exige que la internacionalización se apoye en estructuras y culturas empresariales eficientes, donde la gestión de la información y el conocimiento sean la clave para alcanzar un nivel satisfactorio de desarrollo externo.

Por ello, la posibilidad de proyectarse internacionalmente dependerá de una inteligencia competitiva cuyas bases deberán ser dadas a través de un proceso de toma de decisiones donde la formación de los profesionales en las carreras afines serán claves para la asistencia de empresas exportadoras actuales y del futuro.

3. Objetivos de la carrera:

- Aportar a la jerarquización profesional mediante la adquisición, profundización y actualización de conocimientos en el área de los Negocios Internacionales.
- Promover la formación de profesionales que puedan hacer un relevamiento y lectura técnica de la información del contexto económico e internacional de las empresas.

- Formar especialistas que contribuyan a la toma de decisiones a nivel gerencial y directivo, focalizados en la empresa, la realidad sectorial y las cadenas globales de valor.
- Contribuir a la formación de profesionales, cuyo accionar en el área de su competencia, se realice de manera ética con la calidad y el compromiso requerido.

4. Características de la Carrera:

4.1. Nivel: Posgrado.

4.2. Modalidad: Presencial y A distancia.

4.3. Tipo de Especialización: Especialización Profesional.

4.4. Cursado: 2 veces por semana.

4.5. Horario: 18 a 23hs ARG.

4.6. Modalidad: Modalidad Presencial: Encuentro presencial¹ y encuentro virtual.

4.7. Duración: 16 meses.

4.8. Plan de Estudios: Se organiza en 3 (tres) áreas curriculares “Gestión Operacional y Táctica”, “Gestión Estratégica”, “Comprensión Contextual”

4.9. Acreditación: Quienes cumplimenten los requisitos establecidos en el presente Plan de Estudios obtendrán el título de “Especialista en Negocios Internacionales”.

4.10. Perfil del egresado:

El/la Especialista en Negocios Internacionales, será un/a profesional universitario/a con formación de posgrado y experiencia profesional capacitado/a en:

- Al finalizar la formación en la especialidad, el profesional habrá adquirido:
- Conocimiento integral de los negocios internacionales en el campo empresarial.
- Competencias para la intervención profesional, desde diferentes roles, que contribuyan al desarrollo empresarial y sectorial.
- Capacidad para asumir roles gerenciales/directivos con liderazgo en organizaciones orientadas hacia la internacionalización de sus negocios.
- Conocimiento de los marcos regulatorios nacionales e internacionales para la promoción de los negocios internacionales.
- Capacidad para generar, gestionar y dirigir propuestas que contribuyan a la internacionalización de la empresa.
- Conocimientos de marketing y logística aplicados a los negocios internacionales.
- Habilidad para relevar información, analizar los mercados y otras dimensiones del contexto global para la toma eficaz de decisiones estratégicas.
- Habilidades para la formulación y evaluación de proyectos de internacionalización de negocios.
- Aptitud para integrar equipos de trabajo orientados a la investigación, desarrollo e innovación en materia de promoción de los negocios internacionales.

¹ Para los alumnos que se encuentren en el extranjero o interior del país, los encuentros presenciales podrán ser mediados por tecnología.

- Conocimientos metodológicos para participar en investigaciones en el área de los negocios internacionales, ya sea en el marco del ámbito privado o público, promoviendo además la innovación y transferencia del conocimiento generado.

4.11. Requisitos de Inscripción:

Podrán aspirar al título de Especialista en Finanzas, profesionales de las áreas de ciencias empresariales, políticas, jurídicas, exactas, ingenierías y sociales vinculadas a la administración de organizaciones. Estas categorías no serán excluyentes, mientras cumplan con las siguientes condiciones:

- a) Graduados con título de licenciatura o equivalente, a carreras de cuatro años de duración como mínimo, proveniente de Instituciones Universitarias Nacionales de gestión estatal o privada y debidamente legalizados ante autoridad competente de nuestro país.
- b) Graduados con título de grado universitario, correspondiente a carreras de cuatro años de duración como mínimo, proveniente de Universidades Extranjeras, reconocidas por autoridad competente de su respectivo país y debidamente legalizados ante autoridad competente de nuestro país.
- c) Graduados que posean título universitario en áreas no vinculadas a las Ciencias antes mencionadas que por sus méritos profesionales, intelectuales y científicos sean aceptados excepcionalmente por las autoridades de esta Especialización.

4.12. Proceso de Ingreso:

A fin de gestionar su admisión los aspirantes deberán:

- a) Presentar una nota dirigida al Director de la Carrera exponiendo los motivos por los cuales se desea ingresar a la Carrera, adjuntando currículum vitae.
- b) Presentar 2 (dos) cartas de recomendación que atestigüen su calificación profesional y académica.
- c) Cumplimentar una entrevista personal con el Director de la Carrera a fin de tener una instancia de evaluación profesional y académica y saldar cualquier inquietud sobre las características de la carrera.
- d) Las autoridades de la carrera podrán determinar durante el proceso de admisión que los aspirantes que no posean título universitario en áreas afines a las Ciencias Empresariales, Ciencias Políticas, Ciencias Jurídicas, Ciencias Exactas, Ingenierías o Ciencias Sociales vinculadas a la administración de organizaciones, deberán cursar en forma obligatoria módulos de nivelación en el campo de la gestión de negocios y las finanzas.
- e) Entregar la documentación solicitada para el trámite de inscripción previsto en el Reglamento de la Institución.

5. Organización del Plan de Estudios

5.1. Áreas y módulos: El Plan de Estudio de la Especialización está constituido por 3 (tres) áreas curriculares. Lo conforman 10 (diez) Cursos teórico-prácticos, 1 (un) Taller de Trabajo Final y 1 (una) Práctica en campo.

El área **“Gestión Operacional y Táctica”** está conformada por 3 (tres) cursos teórico-prácticos:

- Operatoria de Comercio Internacional.
- Marketing Internacional.
- Logística Internacional.

El área **“Gestión Estratégica”** está conformada por 4 (cuatro) cursos teórico-prácticos:

- Pensamiento Estratégico Aplicado.
- Negociación Internacional.
- Formulación y Evaluación de Proyectos Internacionales.
- Management Global y Procesos de Internacionalización de la Empresa.

El área **“Comprensión Contextual”** está conformada por 3 (tres) cursos teórico-prácticos:

- Estructura Económica Mundial.
- Procesos de Integración Regional y Cooperación Económica Comparados.
- Derecho de los Negocios Internacionales.

5.2. Evaluación: Si bien cada asignatura podrá tener una modalidad de evaluación específica de acuerdo a la naturaleza de sus contenidos, todas las asignaturas, tal como lo prevé el Reglamento de la Carrera, deberán incluir al menos una evaluación parcial y un examen integrador final*. La evaluación será continua y en función del cumplimiento de las normas de asistencia establecidas (75%). La aprobación de los exámenes será con calificación 6 (seis) o superior.

La aprobación de la defensa del Trabajo Final será con una calificación de 6 (seis) o mayor tal como está previsto en el reglamento específico de la carrera.

6. Asignación horaria y correlatividades:

Código	Módulo	Carga Horaria
1	Operatoria de Comercio Internacional.	48 hs
2	Marketing Internacional.	48 hs
3	Logística Internacional.	48 hs
4	Pensamiento Estratégico Aplicado.	48 hs
5	Negociación Internacional.	48 hs
6	Formulación y Evaluación de Proyectos Internacionales	48 hs
7	Management Global y Procesos de Internacionalización de la Empresa	48 hs
8	Estructura Económica Mundial.	48 hs
9	Procesos de Integración Regional y Cooperación Económica Comparados.	48 hs
10	Derecho de los Negocios Internacionales.	48 hs
11	Taller de Trabajo Final	24 hs
12	Trabajo de Campo	50 hs

6.1. Contenidos mínimos:

01. Operatoria de Comercio Internacional

El entorno global e Instituciones Internacionales. Comercio internacional y el proceso de la globalización. Análisis de situación del sector exportador de la Argentina en el contexto internacional actual. Nuevas teorías del comercio internacional. Políticas comerciales internacionales. Fases del proceso de internacionalización de una empresa bajo normas de buenas prácticas internacionales. Diferentes estrategias asociadas al desarrollo exportador. Análisis para la fijación de precios y cotizaciones internacionales en base a estructuras de costos de producción y diferencias de precios internos y externos. Mejoramiento de la capacidad competitiva a partir de la operatoria aduanera: aprovechamiento de las normas de origen, instrumentación de pagos internacionales

asociada a las operatorias bancarias y medios de pago. Financiación de exportaciones. Incentivos fiscales y aduaneros a las exportaciones. Los derechos de exportación. Análisis de impacto para la determinación de la valoración, clasificación arancelaria y aplicación de los incoterms según diferentes sectores estratégicos. Reglamentaciones y normalizaciones existentes a nivel mundial para la compra-venta de productos y servicios. Incidencia, consecuencias y soluciones del transporte y la logística considerando el nivel de desarrollo en la región y el mundo. Principales requerimientos de una secuencia de una exportación y una importación. Inteligencia competitiva. Su importancia en la nueva competencia económica global. Enfoques de inteligencia competitiva: de mercado, de la competencia y de tecnología.

02. Estructura Económica Mundial

Factores críticos para la revisión de las condiciones estructurales de la economía mundial. Análisis global de los factores condicionantes de las transformaciones económicas a nivel global. Sistema de Cuentas Nacionales: producción y producto. Producto Bruto Nacional. Renta y gasto. Flujo circular de la renta. Efecto multiplicador. La Economía del largo plazo. Ciclo económico Fases-Keynes y Kalecki. Conceptualización y medición de fenómenos macroeconómicos. Teoría Estructuralista de Prebisch. Distribución del ingreso. Modelos de Comercio Internacional. Macroeconomía de la Economía abierta. Balanza de pagos. Esquemas cambiarios. Internacionalización del capital y el dinero. Papel de los organismos financieros internacionales -FMI, Bco. Mundial, CFI-. Banca privada internacional. Crédito, endeudamiento y flujos de capital.

03. Marketing Internacional

Revisión crítica de los fundamentos del marketing en la perspectiva de los mercados globales. Análisis de las competencias esenciales para el desarrollo del marketing internacional. Empresa y estrategias del marketing internacional. El entorno del marketing internacional. Planificación estratégica del marketing. Técnicas cuantitativas y de finanzas aplicadas al marketing. Marketing estratégico. Brand Management. Gestión de marcas El producto internacional. Atributos del producto en mercados externos. Planificación y desarrollo de producto. Administración de la información de marketing. Investigación y selección de los mercados internacionales. Selección de la Información. Big Data y estrategias de cobertura global. Métodos de investigación. Comportamiento de compra de los consumidores. Segmentación, mercados meta y posicionamiento internacional. Canales de marketing y administración de la cadena de abastecimiento y distribución internacional. Estrategia de comunicación de marketing integrada. Limitaciones de las herramientas tradicionales frente a la comunicación global. El impacto del e-commerce. Marketing digital y comunidades virtuales. Planificación y gestión de campañas digitales y su integración al marketing relacional. El mercado global. Cadenas globales y regionales de valor. Tipos de CGV y formas de organización de la producción. El rol de los articuladores de las CGV. ¿Por qué es importante insertarse en las CGV? Formas de inserción y mejora del posicionamiento dentro de las cadenas. Ética del marketing y responsabilidad social.

04. Logística Internacional

Factores críticos de la Integración logística internacional. El transporte como eslabón de la cadena logística internacional. Consecuencias en el marco de desarrollo de la función logística de una empresa. Conectividad. Análisis y opciones para resolver sus desafíos estratégicos. La gestión del desplazamiento internacional de la carga. El sistema de transporte en la Argentina, análisis de costos y eficiencia en el marco de la

estrategia exportadora nacional. Modelos estratégicos de logística internacional. Eslabones de la cadena logística. Problemas regulados y no regulados de los Incoterms. Cadenas Logística y su complejidad. Nuevas tendencias logísticas desde un punto de vista macro o global. Principales condicionantes de la logística internacional y sus implicaciones estratégicas. Gestión comercial y logística. Entorno de los canales de distribución. Administración Logística. Gestión de Inventarios. Logística de producción. Modelos de gestión. Rotación de inventario. Políticas de abastecimiento. Canales de Distribución. Distribución Física Internacional. Acondicionamiento de mercadería. Envase. Embalaje. Palletización. Contenedores, Distribución Física en Origen. Diseño de las nuevas cadenas de suministro, la evolución de las TIC y la logística inversa. Sostenibilidad y el cuidado sobre el medioambiente en el diseño de su cadena logística.

05. Pensamiento Estratégico Aplicado

Filosofía de la Estrategia: principios y modelos mentales. Pensamiento estratégico y planificación estratégica: conflicto y tensión. Pensamiento estratégico aplicado a los negocios. Estructuración de modelos de dirección estratégica. Elementos que deben considerarse para realizar un análisis estratégico. Comprensión del entorno. Análisis político, económico, social y cultural. Campo de fuerzas e influencias. Variables de cambio estructural desde una perspectiva global. Identificación de los recursos y competencias. La estrategia aplicada a los negocios: diferenciación y creación de valor. Foco y dominancia. Análisis crítico de la cadena de valor. Competencias esenciales como factor clave de éxito Diagnóstico estratégico. Decisiones estratégicas críticas: teoría de la configuración. Estrategia corporativa y portafolio de negocios. Globalización y estrategia de negocios Mercados internacionales. Variedad de productos- Mercados. Diversificación y concentración internacional. Red de valor internacional y constelaciones de negocios. Estrategias de expansión.

06. Procesos de Integración Regional y Cooperación Económica Comparados

La integración regional en el contexto de la globalización. Grados de integración regional. Teorías de integración regional. La cooperación económica en el siglo XXI. El rol de la OMC y sus principios como estructura de regulación del comercio internacional. Inclusive trade y la internacionalización de la PYME. Regionalismo abierto, integración regional y cooperación económica. Los TLC y el comercio internacional. El abordaje de la Inversión Extranjera Directa en los TLC, TBI y las nuevas tendencias latinoamericanas. La Unión Europea y su creación. Los padres fundadores de la UE como ejemplo de liderazgo y negociación. Perspectivas de la UE. La integración regional latinoamericana. Antecedentes. El Mercosur y su estructura institucional. Comercio internacional intra Mercosur. Perspectivas para el Mercosur. El Mercosur y el sudeste asiático. UNASUR como un estilo de integración regional en búsqueda de mayor autonomía. La Alianza del Pacífico como regreso del regionalismo abierto en la región. La Alianza del Pacífico y la cooperación económica en el siglo XXI. El rol de China en América Latina. EEUU y América Latina. El BRICS y la creación de nuevas arquitecturas institucionales de gobernanza mundial. El G20 y la cooperación económica.

07. Negociación Internacional

La negociación en una economía global. Negociación internacional. Concepto de margen de la negociación. Diferentes formas y diferencias entre negociación nacional e internacional. Tipos de Negociaciones. La negociación con confrontación. La negociación subordinada. La negociación con inacción. La negociación colaborativa. La negociación razonada. Negociadores cooperativos y competitivos. Estrategia negociadora. El equipo negociador. Perfiles de negociadores eficaces. El proceso de la

negociación internacional. Fases de la negociación. La preparación para la negociación. Análisis de la capacidad negociadora. Planificación estratégica de la negociación internacional. Formas de concesiones. Documentos y contratos internacionales. Tácticas para negociar internacionalmente. Control y utilización del espacio. Control y utilización del tiempo. Uso de la información. Negociación intercultural. El contexto cultural de la negociación. Las dimensiones culturales de la negociación. Pautas de comunicación en una negociación. Estilos de negociación por áreas geográficas. Protocolo en las negociaciones. Estrategia de negociación por países.

08. Formulación y Evaluación de Proyectos Internacionales

La gestión de proyectos en el marco de los negocios internacionales. El proceso de formulación y evaluación. Definición y conceptualización de un proyecto de inversión. Articulación con los procesos estratégicos de negocios. Modelos organizacionales para la gestión de proyectos internacionales. Importancia de un proyecto. Tipos de proyecto. Origen y antecedentes de un proyecto. Etapas principales de un proyecto. Elementos que componen un proyecto. Elaboración de términos de referencias para la determinación del proyecto. Diagrama de Gantt. Ruta Crítica. Mercado. Definición y Objetivos. Análisis de la demanda. Análisis de la oferta y comercialización. Proyección de la demanda potencial. Estudio de precios, promoción, prestaciones y servicios técnicos y comerciales. Investigación. Fuentes Primarias y Secundarias. Promoción y publicidad. Selección de Canales. Análisis técnico operativo. Decisiones de Adquisición de Equipos. Distribución de Planta. Utilización de Capacidad Instalada. Flexibilidad de Planta. Estudio de Localización. Curva de Aprendizaje. Análisis económico financiero. Definición de Flujo de Fondos. Concepto de descuento. Métodos de Evaluación. Análisis del VAN. Análisis de Financiamiento. Créditos, Leasing, Obligaciones Negociables. Análisis de Riesgo. Trabajo con múltiples escenarios.

09. Derecho de los Negocios Internacionales

El derecho y la globalización. Las relaciones económicas internacionales y su regulación desde el ámbito público y privado. Principios del derecho internacional económico y del derecho internacional económico privado. El Estado y la regulación del comercio transfronterizo. La propiedad intelectual, el derecho y el comercio internacional. La propiedad industrial y el comercio internacional. Comercio electrónico. Contratos internacionales. Configuración del Contrato. Contrato de transporte. Contrato de compra y venta de mercaderías. Medios de pago. Contratos de seguro. Territorialidad del derecho y acciones para su ejercicio. Derecho de defensa de la competencia. Las sociedades comerciales y el comercio internacional. Constitución de sociedades en el extranjero. Las sociedades multinacionales como actores de las relaciones económicas internacionales. Resolución de controversias. Tribunales Arbitrales.

10. Management Global y Procesos de Internacionalización de la Empresa

Revisión de la naturaleza del fenómeno empresario en mercados globales: Emprendedorismo y desarrollo de negocios. El contexto de la empresa: configuración de fuerzas e influencias. Empresa y política de Negocios en mercados competitivos internacionales. Teoría de la Organización y su aplicación a la consolidación y desarrollo de la empresa internacionalizada. Cultura organizacional. Fenomenología del comportamiento humano en las organizaciones. Cultura y dinámica organizacional en la diversidad de los mercados globales Principios del diseño de estructuras empresarias Modelos y configuraciones de estructuras aptas para la empresa internacional. Estructura y Calidad: filosofía de la mejora continua en empresas globales. Gestión de la calidad y certificaciones El management global: liderazgo y gestión. Toma de decisiones. Formación y conducción de equipos de trabajo. Factores críticos de la

sustentabilidad de la empresa internacionalizada. Principios de competitividad: Productividad de los recursos. Gestión del talento y expansión del capital intelectual en la empresa internacionalizada. Responsabilidad Social integral y dirección de negocios.

11. Taller de Trabajo Final

Espacio curricular destinado al acompañamiento del estudiante en el diseño y desarrollo de un trabajo final de acuerdo a las especificaciones de la especialización. Discusión profunda del tema, recorte, definición del área temática, recorte del problema. Título, objetivos, estructura, metodología y diseño. Estadísticas y organizativos. Normas éticas. Pautas y criterios para la redacción y citado bibliográfico. Asistencia personalizada al alumno para orientar y facilitar la elaboración de su trabajo final.

12. Trabajo de Campo

El alumno deberá cumplir con un mínimo de 50 (cincuenta) horas de actividades prácticas en ámbitos institucionales afines a los campos disciplinares y profesionales de la carrera. Su propósito es el fortalecimiento y consolidación de competencias propias del campo profesional. Las actividades realizadas podrán representar insumos para la elaboración del Trabajo Final. Las mismas se desarrollarán bajo supervisión del cuerpo de gestión de la Carrera. Las experiencias y competencias desarrolladas quedarán documentadas a los efectos de su monitoreo y evaluación. Las competencias que se espera que los estudiantes puedan fortalecer y/o profundizar en la práctica intensiva son las inherentes al perfil del graduado, que se realizará en organizaciones del ámbito privado, público u organizaciones de la sociedad civil ligadas a los negocios internacionales, entre otras, las principales podrán ser:

- Diseñar, gestionar y/o evaluar propuestas de intervención para solucionar problemáticas de internacionalización
- Asesorar en materia de marketing y logística internacional.
- Asesorar o intervenir en la formulación, implementación y evaluación de proyectos de inversión.
- Desarrollar y analizar propuestas de negocios y estrategias en el marco del trabajo de equipos profesionales afines.
- Relevar y analizar información de los mercados para incrementar la calidad y pertinencia en la toma de decisiones.
- Asesorar en materia de marcos normativos para el desarrollo de los negocios internacionales.
- Competencias para asesorar en materia de Gestión Integral empresaria de empresas internacionales.

13. Trabajo Final de Especialización

El alumno deberá elaborar y defender oralmente un Trabajo Final. Consistirá en un trabajo escrito e individual, centrado en el tratamiento de una problemática acotada derivada del campo profesional sustentado en marcos teóricos pertinentes y actualizados. El mismo podrá tratarse de un Estudio de caso, Informe de trabajo de campo o Proyecto de aplicación en Negocios Internacionales, fundamentado en los cuerpos de conocimientos de la especialidad, mediante el cual el alumno manifieste la integración de los aprendizajes y otras competencias desarrolladas en el proceso formativo.

7. Diferenciales de la carrera:

7.1. Formación Integral y Actualizada: El plan de estudios está diseñado para abarcar aspectos estratégicos y operativos de los negocios internacionales, desde el análisis de la

estructura económica mundial hasta la logística y marketing internacional. Responde a las exigencias actuales de los mercados globales, capacitando a los estudiantes para interpretar y adaptarse a cambios políticos, económicos y culturales de forma ágil.

7.2. Competencias Gerenciales: Forma líderes capaces de dirigir empresas orientadas a la internacionalización, integrando habilidades de negociación intercultural, gestión de equipos globales y toma de decisiones fundamentadas en datos. La especialización no solo entrena en habilidades técnicas sino también en liderazgo, permitiendo a los egresados ocupar posiciones estratégicas dentro de empresas multinacionales o instituciones públicas.

7.3. Enfoque en Cadenas de Valor Globales: Los estudiantes adquieren herramientas para analizar y diseñar estrategias que permitan a las empresas integrarse a cadenas globales y regionales de valor, optimizando su posición competitiva. Se enseña cómo agregar valor a productos y servicios mediante el análisis de mercados internacionales, normas regulatorias y tendencias de sostenibilidad.

7.4. Flexibilidad y Accesibilidad: La modalidad híbrida permite a estudiantes de diversas regiones participar activamente en el programa. Los encuentros presenciales se complementan con clases virtuales en tiempo real, y quienes residen en el extranjero pueden acceder a las sesiones mediante tecnología avanzada. El horario de cursada (dos veces por semana, con sesiones nocturnas o matutinas) está pensado para profesionales en actividad.

7.5. Metodología Práctica: Los estudiantes realizan un Trabajo de Campo con 50 horas prácticas en organizaciones vinculadas a negocios internacionales, permitiendo aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno real. Además, el Taller de Trabajo Final guía a los alumnos en el diseño y desarrollo de proyectos que integran marcos teóricos y prácticas de negocios internacionales.

7.6. Reconocimiento Académico y Título Otorgado: Avalada por la Resolución Ministerial N° 1577/22, lo que garantiza el reconocimiento oficial del título de "Especialista en Negocios Internacionales" tanto a nivel nacional como internacional. Este respaldo institucional asegura a los egresados una validación profesional sólida en el ámbito académico y laboral.

7.7. Plan de Estudios Innovador: Combina áreas clave como:

- Gestión Operacional y Táctica: Marketing Internacional, Logística Internacional y Comercio Internacional.
- Gestión Estratégica: Negociación Internacional y Formulación de Proyectos Internacionales.
- Comprensión Contextual: Derecho de los Negocios Internacionales y Procesos de Integración Regional.

El programa incluye análisis de casos y aplicaciones prácticas basadas en problemáticas actuales de empresas globales.

7.8. Cuerpo Docente de Alto Nivel: Profesores como el Mg. Raúl Cheyllada y el Mg. Eduardo Bianchi tienen vasta experiencia internacional:

- **Raúl Cheyllada:** Ha participado en misiones comerciales y actividades en más de 15 países, trabajando en sectores multisectoriales y promoviendo el desarrollo exportador.
- **Eduardo Bianchi:** Magíster en Economía con experiencia en la Subsecretaría de Comercio Exterior y en proyectos de análisis sectorial a nivel global.

Este equipo combina experiencia académica y práctica, asegurando que los estudiantes aprendan de casos reales y últimas tendencias.

7.9. Trayectoria y Redes Internacionales: La institución cuenta con alianzas estratégicas y vínculos con organismos como la Unión Parlamentaria Sudamericana y el Mercosur, lo que permite a los estudiantes acceder a redes profesionales de alto nivel. Las prácticas supervisadas en empresas e instituciones son un puente para ingresar a mercados globales.

7.10. Énfasis en Ética y Sostenibilidad: Integra en su currícula temas de sostenibilidad ambiental en logística y responsabilidad social en marketing internacional, destacando su compromiso con prácticas empresariales responsables. Esto permite a los egresados liderar iniciativas empresariales con un enfoque ético y sostenible, valorado en mercados internacionales.

8. Diferencias Institucionales:

8.1. APP Institucional: La aplicación institucional es una herramienta clave para mantener el control y seguimiento de tu experiencia educativa.

- Consulta tu legajo académico de manera sencilla.
- Accede a información sobre materias, notas, exámenes y asistencias en tiempo real.
- Facilita la organización y planificación de tus estudios desde cualquier dispositivo móvil.

8.2. Infraestructura y Tecnología: Recursos avanzados que garantizan una experiencia educativa de calidad para estudiantes presenciales y a distancia, como plataformas virtuales para clases sincrónicas, grabaciones y recursos complementarios. Este soporte tecnológico facilita el acceso global, permitiendo que los estudiantes participen en proyectos colaborativos internacionales.

8.3. Acceso a Múltiples Bibliotecas Virtuales: Disfruta de una amplia red de recursos digitales que complementan tu aprendizaje:

- E-libro: Amplia colección de libros y textos académicos en diversas disciplinas.
- Mincyt: Acceso a investigaciones científicas y técnicas actualizadas.
- REUP: Repositorio de la Red de Universidades Privadas con material académico exclusivo.
- Repositorio Institucional: Biblioteca digital que centraliza textos, libros, investigaciones y recursos clave para el estudio en diversas áreas de conocimiento.

Todo este material te permite ampliar tus conocimientos con fuentes confiables y actualizadas.

8.4. EAN Premium: Una suite de herramientas que transforma la experiencia educativa:

- Centro de Recursos Multimedia: Acceso a contenidos audiovisuales innovadores diseñados para complementar tus estudios de manera dinámica y práctica.
- Escuela de Habilidades: Cursos certificados gratuitos en áreas de interés que enriquecen tu perfil profesional y te preparan para nuevos desafíos.

- Centro de Extensión e Idiomas: Aprende con videos explicativos sobre temas variados y adquiere competencias lingüísticas clave para un entorno globalizado.

8.5. Material Complementario y Foros de Consulta en el Campus Virtual: Nuestro campus virtual no solo es un espacio para acceder a clases y tareas, sino un lugar interactivo donde:

- Encuentras material de estudio complementario, cuidadosamente seleccionado para cada asignatura.
- Participas en foros de consulta para interactuar con docentes y compañeros, resolviendo dudas y compartiendo ideas.
- Todo esto está diseñado para fomentar un aprendizaje colaborativo y activo.

8.6. Servicio de Empleo: Nuestra bolsa de empleo institucional está orientada a impulsar tu desarrollo profesional:

- Ofrecemos convenios con diversas organizaciones para difundir semanalmente ofertas laborales que van desde posiciones junior hasta cargos gerenciales.
- Asistimos a estudiantes y egresados/as para que logren conectarse con oportunidades acordes a su perfil y aspiraciones.
- Además, fortalecemos las competencias laborales necesarias para destacar en procesos de selección.

9. Director de la carrera: Mg. Raúl Cheyllada

Especializado en Comercio Internacional. Se educó en Universidades e Instituciones del país y del exterior. Secretario de la Comisión de Relaciones Internacionales de la Unión Parlamentaria Sudamericana y del Mercosur. Coordinador del Programa CAMPO Nueva Generación. Asesor para la creación del Parques Industriales. Ocupó cargos de Secretario de Gobierno, Desarrollo Económico en la Ciudad de San Pedro. Ejerció las Direcciones Provinciales de Desarrollo y Promoción Industrial, Competitividad e Innovación de la Provincia de Buenos Aires dependiente del Ministerio de la Producción, Ciencia y Tecnología, y la Director General del Instituto de Desarrollo Empresario Bonaerense de la Provincia de Bs As.

Lideró la Gerencia de la Unión Industrial y Fundación Export.Ar en la Ciudad de Bahía Blanca y se desempeñó como coordinador de Industria y microempresa de la Federación de Comercio e Industria de la Ciudad de Buenos Aires . Desarrollo actividades de Cooperación en la Ciudad de Madrid y actividades profesionales en Misiones Comerciales Internacionales en Ecuador, Brasil, Guatemala, Nicaragua, EE.UU, Colombia, Venezuela, España, Bélgica entre otros países acompañando diferentes sectores empresariales y productivos de carácter multisectoriales.

En representación oficial ha visitado además los países de Chile, Uruguay, Perú. Panamá, Holanda, Alemania, Portugal, Italia, Francia y Principado de Mónaco, Egipto y Sinaí. En su faz académica tiene una amplia participación en Universidades Nacionales y del Exterior. En el sector privado, cumple actualmente funciones de Presidente de IMISA CORP – Compañía de Desarrollo de Exportaciones. Como fundador de la empresa Integraciones de Mercados Internacionales SA ha sido miembro del Comité Internacional de Zonas Francas de las Américas y recibió el premio de Encuentro Asia-Latinoamérica – Encuentro de dos continentes.

Codirector de la carrera: Mg. Eduardo Bianchi



Magíster en Economía de la Universidad de Nueva York y Licenciado en Economía de la Universidad de Buenos Aires.

Es Investigador del Área de Relaciones Internacionales de FLACSO y Coordinador de Proyectos de Comercio y Pobreza de la Red Latinoamericana de Política Comercial (LATN). Ha sido Gerente de Análisis de la Competencia y Comercio Internacional de la Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE) y Subsecretario de Comercio Exterior de la Nación.

Actualmente, se desempeña como Profesor Invitado de Análisis Sectorial y de Mercado de la Maestría en Economía de la Universidad Católica Argentina. Asimismo, es Profesor Titular de las cátedras de Comercio Internacional y Política Comercial Externa I y II de la Universidad de Tres de Febrero (UNTREF).

Coordinador de la carrera: Esp. Daniel Iglesias

Abogado especializado en Negocios Internacionales (UBA). Especialización en Negocios Internacionales (IEP, España). Programa Ejecutivo en Dirección Estratégica de Negocios Internacionales (Penn, Estados Unidos). Coordinador de la Esp. en Negocios Internacionales (UEAN). Director de distintos proyectos de acción comunitaria (UEAN).

Docente universitario. Consultor de empresas nacionales y extranjeras. Autor de dos libros sobre la especialidad y productor de artículos en temáticas relacionadas con prácticas aduaneras y contratos internacionales.

U¹LEAN

WWW.EAN.EDU.AR