



Programa:

TALLER RELACIONES INTERNACIONALES I

Valor académico: 2 UMA (30 horas presenciales)

Profesora: Manuela Rodríguez Melgar (manuelar@ufm.edu)

Descripción del curso:

En este taller se busca fortalecer las capacidades de un futuro internacionalista en el ámbito profesional. Intentando replicar las exigencias del mercado laboral, el taller será dinámico y práctico. Por tanto, durante el taller se realizarán varias actividades en grupos tomando como base diversas trayectorias profesionales en la carrera de Relaciones Internacionales. El taller se dividirá en dos trimestres. En el primero, se abordarán herramientas prácticas relacionadas con la especialización en Comercio Exterior. Mientras que el segundo trimestre, se orientará a otros sectores y ámbitos profesionales en los cuales también existen oportunidades laborales para un internacionalista. Asimismo, se tendrán invitados especiales a lo largo del taller con el fin de que los estudiantes conozcan diferentes experiencias profesionales de primera mano, resuelvan dudas y amplíen su cartera de contactos en el ámbito laboral.

Objetivos del curso:

1. General:

- Introducir al estudiante a las exigencias actuales del profesional con una carrera en Relaciones Internacionales.
- Proveer al estudiante de herramientas prácticas que le permitan un desempeño exitoso en su trayectoria profesional.

2. Específicos:

- Brindarle al estudiante herramientas útiles para desempeñarse efectivamente en el ámbito comercial.
- Coadyuvar a que el estudiante desarrolle habilidades para trabajar en equipo a través de simulaciones de proyectos en diferentes ámbitos del comercio exterior.
- Nutrir la red de contactos de los estudiantes.
- Ampliar el horizonte del estudiante respecto a la cartera de oportunidades en el ámbito profesional relacionado con el comercio exterior.

Perfil del estudiante al finalizar el curso:

Al finalizar el curso, el estudiante:

- Tendrá conocimiento teórico que le permitirá planear y manejar su carrera profesional efectivamente.
- Reforzará su confianza en sí misma/o debido a que contará con un entrenamiento básico de las principales tareas que podrán serle atribuidas en un futuro cercano.
- Incrementará su perspectiva con relación al mercado laboral actual.
- Dará sus primeros pasos sobre el establecimiento de redes de contactos profesionales.

Metodología del curso:

El estudiante deberá entregar su hoja de vida y manifestar sus intereses laborales (por escrito, en una hoja aparte).

El taller busca simular el ámbito laboral actual. Por tanto, se espera que el estudiante participe activamente en las discusiones y trabajos en grupo a realizarse a lo largo del taller. Se tomará en cuenta la calidad de las intervenciones del estudiante y se evaluará la colaboración y compromiso con su equipo.

Se invitarán a profesionales en las diferentes áreas del comercio exterior para que compartan su experiencia laboral y brinden consejos útiles para la carrera de un futuro internacionalista. Asimismo, se espera que el estudiante solvete las dudas que pueda tener respecto al trabajo que desempeñan los profesionales invitados y las oportunidades laborales que existen dentro del campo.

Se hará entrega de dos ensayos (a confirmar fechas de entrega). En el primero, se espera que el estudiante proponga un plan de promoción comercial. En el segundo, el estudiante deberá evaluar la posición de Guatemala en *The Global Competitiveness Report* y presentar una propuesta para su mejora.

La prueba final es una propuesta de atracción de inversión extranjera directa y se trabajará en grupos.

Programa en detalle:

METAS DE APRENDIZAJE	CONTENIDO	SESIÓN	ACTIVIDADES	FUENTES/LECTURAS
Que el estudiante conozca el objetivo teórico y empírico del curso	Introducción del curso	1	Presentación con base en diapositivas sobre contenido y metodología del curso.	
Realizar una introspección individual que permita al estudiante visualizar su futuro profesional.	Ejercicio Escudo de Armas y Plan de Acción SODA	2	Elaboración y presentación del escudo de armas de cada alumno.	Connor, P.B. (2018). Coat of Arms Exercise: University of Warwick.
Conocer metodologías que facilitan la toma de decisión respecto al modo de entrada de una empresa y selección de mercado.	Investigación de Mercados	3	Presentación con base en diapositivas sobre herramientas de inteligencia de mercados y asignación de cuatro grupos de trabajo. Cada grupo seleccionará una empresa existente y elaborará un análisis del mejor modo de entrada y país a penetrar.	Collies, J. & Hussey, R. (2014). Business research: a practical guide for undergraduate & postgraduate students. Fourth ed. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
Profundizar el entendimiento sobre la inteligencia de mercados.	Presentación invitada/o especial	4	Presentación invitada/o especial, quien compartirá su experiencia en <i>market intelligence</i> y brindará consejos profesionales de utilidad. Espacio de discusión, preguntas y respuestas.	
Aplicar los conocimientos teóricos en la toma de decisión del mejor modo de entrada de una empresa y mejor mercado.	Trabajo en grupo para definir mercado y modo de entrada de empresa seleccionada	5	Cada grupo trabajará en la definición del mercado y modo de entrada de la empresa seleccionada.	



METAS DE APRENDIZAJE	CONTENIDO	SESIÓN	ACTIVIDADES	FUENTES/LECTURAS
Aprender sobre el análisis de los compañeros respecto a su elección de modo de entrada.	Presentaciones grupales	6	Se evaluarán las presentaciones grupales y se tendrá un espacio de retroalimentación, preguntas y respuestas.	
Aprender sobre cuáles son los principales elementos que deben considerarse para investigar una industria/sector.	Ejercicio Análisis FODA de industria de mayor interés	7	Se realizará un análisis FODA de una industria en particular.	
Conocer diferentes industrias de interés de las alumnas y alumnos.	Presentaciones individuales	8	Cada alumna y alumno presentará brevemente la industria de mayor interés.	
Conocer qué son las pasantías y su propósito.	Pasantías: el trampolín al mundo laboral	9	Presentación con base en diapositivas.	Scherer, A. (2012). <i>Brilliant intern: how to get the best internships and make them count</i> . Harlow, UK: Pearson.
Aprender cómo se realiza efectivamente un <i>curriculum vitae</i> .	Mi CV: Instrumento de presentación profesional	10	Revisión de diferentes formatos de CV y aprendizaje de técnicas para la correcta y efectiva elaboración.	Harvard University Faculty of Arts & Sciences Office of Career Services. (2017). <i>CVs and Cover Letters</i> . http://hwpi.harvard.edu/files/ocs/files/gsas-cvs-and-cover-letters.pdf
Aprender herramientas que faciliten la promoción comercial a nivel empresarial y nacional	Promoción Comercial	11	Discusión sobre lectura y presentación de las instrucciones para el primer ensayo.	Czinkota, M. R. (2002). <i>Export promotion: A framework for finding opportunity in change</i> . <i>Thunderbird International Business Review</i> , 44(3), 315–324. https://doi.org/10.1002/tie.10021
Conocer la teoría y relevancia de la diplomacia comercial	Diplomacia Comercial	12	Presentación de invitada/o especial, quien compartirá su experiencia en diplomacia comercial y brindará consejos profesionales de utilidad. Espacio de discusión, preguntas y respuestas.	Naray, O. (2011). <i>Commercial diplomats in the context of international business</i> . In P. A. G. Van Bergeijk, J. Melissen, & M. Okano-Heijmans (Eds.), <i>Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives</i> pp. 121–149
Aprender sobre la reputación, el recurso intangible más relevante de una organización.	Manejo de la Reputación	13	Discusión sobre lectura y asignación de grupos de trabajo. Cada grupo seleccionará una empresa y elaborará un análisis del manejo de reputación.	Doorley, J., Garcia, H.F. (2010). <i>Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication</i> . Taylor & Francis Group
Aprender sobre el análisis de los compañeros respecto al manejo de la reputación de organizaciones.	Presentaciones grupales	14	Se evaluarán las presentaciones grupales y se tendrá un espacio de retroalimentación, preguntas y respuestas.	



METAS DE APRENDIZAJE	CONTENIDO	SESIÓN	ACTIVIDADES	FUENTES/LECTURAS
Aprender herramientas útiles para gestionar proyectos internacionales e identificar posibles riesgos.	Gestión de proyectos internacionales	15	Discusión sobre lectura y caso de estudio.	Ward, S., & Chapman, C. (2011). How to manage project opportunity and risk : why uncertainty management can be a much better approach than risk management. Chichester: Wiley. BS 6079-1:2010
Aprender herramientas útiles para desarrollar un <i>pitch</i> de negocios.	Pitch de negocios	16	Discusión sobre lectura y caso de estudio	Wiskup, M. (2007). "it" factor: be the one people like, listen to, and remember. Retrieved from https://ebookcentral.proquest.com
Aprender sobre los principios y habilidades a desarrollar para un <i>networking</i> efectivo.	Networking efectivo	17	Discusión sobre lectura y ejercicio corto.	
Aprender sobre la atracción de la IED.	Inversión Extranjera Directa	18	Discusión sobre lectura y presentación de las instrucciones del Foro a realizarse en la siguiente clase.	Alcaraz, J., & Zamilpa, J. (2017). Latin American governments in the promotion of outward FDI. <i>Transnational Corporations</i> , 24(2), 91–108.
Formular una propuesta de IED en un sector productivo de Guatemala.	Preparación para trabajo final	19	Trabajar en grupos la propuesta de IED.	
Conocer las propuestas de IED en un sector productivo de Guatemala.	Presentación Final	20	Presentación final, preguntas y respuestas	

Calificaciones:

Los puntajes quedan definidos de la siguiente forma:

ESTRUCTURA DE LA ZONA	
Participación en discusiones	30
Presentaciones grupales	30
Ensayos	10
Currículum vitae e intereses laborales (a entregarse el 8 de enero)	5
Plan de Acción SODA	5
PRUEBA FINAL	
Presentación y evaluación	20
TOTAL	100 puntos



Honestidad:

Se requiere absoluta honestidad académica por parte de cada alumno, tanto en términos de exámenes como de trabajos de investigación. **Cualquier sospecha de copia o plagio será tratada severamente de acuerdo al reglamento de la UFM.**

Bibliografía:

*** Básica:**

Alcaraz, J., & Zamilpa, J. (2017). Latin American governments in the promotion of outward FDI. *Transnational Corporations*, 24(2), 91–108.

Collies, J. & Hussey, R. (2014). *Business research: a practical guide for undergraduate & postgraduate students*. Fourth ed. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Czinkota, M. R. (2002). Export promotion: A framework for finding opportunity in change. *Thunderbird International Business Review*, 44(3), 315–324.

Doorley, J., Garcia, H.F. (2010). *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. Taylor & Francis Group

Harvard University Faculty of Arts & Sciences Office of Career Services. (2017). CVs and Cover Letters. <http://hwpi.harvard.edu/files/ocs/files/gsas-cvs-and-cover-letters.pdf>

Naray, O. (2011). Commercial diplomats in the context of international business. In P. A. G. Van Bergeijk, J. Melissen, & M. Okano-Heijmans (Eds.), *Economic Diplomacy: Economic and Political Perspectives*, 121–149.

Ward, S., & Chapman, C. (2011). *How to manage project opportunity and risk: why uncertainty management can be a much better approach than risk management*. Chichester: Wiley.

Wiskup, M. (2007). "it" factor: be the one people like, listen to, and remember. New York: AMACOM.

Scherer, A. (2012). *Brilliant intern: how to get the best internships and make them count*. Harlow, UK: Pearson.

*** Complementaria:**

Connor, P.B. (2018). *Coat of Arms Exercise: University of Warwick*.