

SANTIAGO, 12 JULIO 2024

RESOLUCION N° 02492 EXENTA

VISTOS: lo dispuesto en la Ley N° 19.239; en el D.S. N° 86 de 2021; en la letra d) del artículo 11 y artículo 12 del D.F.L. N° 2 de 1994, del Ministerio de Educación; la Resolución Exenta N°05339 de 2012; la Resolución Exenta N°0866 de 2017 que aprueba el plan de estudios de la carrera de Ingeniería en Comercio Internacional 21081; la Resolución Exenta N°0386 de 2023 que aprueba la actualización de Modelo Educativo; y lo solicitado por la Vicerrectoría Académica mediante correo electrónico de fecha 28 de junio de 2024; y

CONSIDERANDO:

1. Que la Resolución Exenta N°0866 de 2017, aprueba el plan de estudios, malla curricular, documento de trabajo con sus anexos que van de la letra "A" a la letra "G" y los programas de asignaturas de la carrera de Ingeniería en Comercio Internacional, para optar al título profesional de Ingeniero en Comercio Internacional, el grado académico de Licenciado en Comercio Internacional y el Título de Técnico Nivel Superior en Comercio Internacional, código 21081.

2. Que la Unidad de Innovación Curricular a través del informe de Evaluación Técnico Curricular de fecha 18 de junio de 2024, aprueba la evaluación del Programa de Asignatura EFE Emprendimiento Global que se impartirá durante el segundo semestre como asignatura obligatoria a la carrera de Ingeniería en Comercio Internacional código 21081.

3. Que mediante correo electrónico de fecha 28 de junio de 2024, de la Vicerrectoría académica solicita proceder de acuerdo a lo indicado por el Director General de Docencia mediante correo electrónico de fecha 27 de junio de 2024, en cuanto a la validación de la asignatura electiva (ciclo científico tecnológico) GORE-0006 Emprendimiento Global, con el informe técnico de la UIC y el Programa de asignatura correspondiente.

4. Que el correo electrónico de fecha 28 de junio de 2024 de la Vicerrectoría Académica, dirigido al Director Jurídico, es procedente; por tanto

RESUELVO:

I.- **Apruébese**, el programa de asignatura electiva GORE0006 EMPRENDIMIENTO GLOBAL para la carrera de Ingeniería en Comercio Internacional código 21081, Resolución Exenta N°0866 de 2017, del Plan de Estudios de la carrera referida, como obligatoria, para ser impartida a contar del segundo semestre de 2024, como a continuación se indica:



PROGRAMA DE ASIGNATURA

I. IDENTIFICACIÓN

1.1	Nombre	Emprendimiento Global				
1.2	Código	GORE0006	Tipo de asignatura	Electiva		
1.3	Requisito	N/A				
1.4	SCT	4	Modalidad	Presencial		
1.5	Horas pedagógicas semanales	Aula			Extra aula	Horas totales
		Teoría	Taller	Laboratorio		
		4			4	8
1.6	Ciclo o programa de Formación	CICLO CIENTÍFICO TECNOLÓGICO.				
1.7	Departamento	GESTIÓN ORGANIZACIONAL				
1.8	Vigencia desde	Marzo 2024	Código Plan de Estudio	Resolución 0866/2017		

II. DESCRIPCIÓN

En respuesta al creciente interés en temas relacionados con el emprendimiento, su financiamiento, redes de contacto y el respaldo de instituciones tanto públicas como privadas a nivel local e internacional, observamos una oportunidad para llenar un espacio significativo en la oferta académica de nuestra UTEM con la creación del curso "Emprendimiento Global".

Este curso tiene como objetivo principal aprovechar la fortaleza que representa la colaboración entre universidades, el gobierno y empresarios, una estructura que ha sido fundamental en el extraordinario desarrollo de naciones líderes como Estados Unidos y China.

En el transcurso de este ramo, los futuros ingenieros graduados de la UTEM cultivarán competencias fundamentales. Estos incluyen la capacidad para diseñar modelos de negocios con enfoque global, así como evaluar riesgos financieros a nivel internacional. También se desarrollarán habilidades esenciales para identificar oportunidades en mercados globales, implementar prácticas sostenibles, abogar por la responsabilidad social, la igualdad de género y adoptar tecnologías disruptivas.

Además, se perfeccionarán destrezas cruciales como la negociación, la gestión de equipos multiculturales y, de manera central, aprenderán a persuadir a inversores, asegurando así el respaldo financiero necesario para sus emprendimientos a nivel internacional.

Este curso no solo enriquecerá la formación académica de nuestros estudiantes, sino que también los preparará para enfrentar los desafíos del entorno empresarial global, fomentando la innovación, la sostenibilidad, políticas de género y la responsabilidad social en sus futuros emprendimientos.

III. RELACIÓN DE LA ASIGNATURA CON EL PERFIL DE EGRESO

El perfil de egreso del Ingeniero/a en Comercio Internacional de la UTEM cuenta con una sólida formación en el ámbito de los negocios internacionales, cuyas competencias le permiten diseñar, implementar y gestionar acciones en organizaciones públicas o privadas, así como en emprendimientos personales, considerando las necesidades del país. Lo anterior, siempre dentro de la normativa vigente y cumpliendo con los requerimientos operativos y éticos de la importación y exportación de bienes y servicios. Y tributa a las siguientes competencias específicas declaradas:

C1: Gestiona negocios nacionales e internacionales, con rigurosidad y profesionalismo, interactuando con agentes públicos y privados presentes en la cadena de producción y venta de bienes y servicios, con actitud ética y visión de largo plazo, en concordancia con la realidad cultural, económica y normativa de los distintos países, potenciando la imagen país.

C2: Analiza información en distintos ámbitos de una organización, para orientar el proceso decisional en distintos escenarios, integrando TICs y modelos de análisis, privilegiando los acuerdos comerciales, los estándares de calidad, la normativa vigente e impulsando el emprendimiento desarrollo empresarial.

C3: Gestiona el área de Comercio Internacional de una organización, estableciendo estrategias para la optimización de recursos, la construcción de indicadores, el manejo de la documentación comercial necesaria según origen y destino, el seguimiento de los negocios, la negociación de financiamiento y las formas de pago internacional, la supervisión de los protocolos de ingreso o salida de bienes y servicios y logística en general, que permitan aprovechar todas las oportunidades de negocios que ofrece el mercado internacional en su conjunto y los tratados comerciales suscritos a nivel país en particular, cumpliendo con la normativa vigente.

Y a las competencias genéricas

CG4: Crea proyectos innovadores utilizando la tecnología, para dar solución a problemáticas que surgen en los ámbitos de su disciplina promoviendo principios de sustentabilidad y de responsabilidad social.

CG5: Gestiona estrategias de cambio de su especialidad con una actitud de respeto y responsabilidad social, para aportar soluciones y mejoras a problemáticas en el contexto del mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

CG7: Diseña proyectos sustentables con una actitud de respeto y responsabilidad hacia el entorno y la sociedad, para contribuir al desarrollo económico y social del país desde su campo disciplinar.

IV. LOGROS DE APRENDIZAJES

Competencias a la que tributa	Logros de aprendizaje	Procedimientos de Evaluación
 <ul style="list-style-type: none"> C1 	<p>Analiza el Mercado Global a partir de la identificación de las diferentes tendencias comerciales internacionales, la estimación de la demanda y oferta global, la identificación de las principales brechas en el mercado internacional y la distinción de los principales competidores globales, de su tamaño relativo y de sus principales estrategias competitivas.</p> <p>Evalúa el impacto de las normativas comerciales internacionales y su impacto en las restricciones comerciales internacionales.</p>	<p>Después de pasados los conocimientos básicos, el estudiante elegirá un emprendimiento o tema a desarrollar, de allí en adelante, a medida que avanza el semestre el estudiante tendrá presentaciones de avance, semanales usando una presentación escrita con un valor del 10% para la nota final.</p> <p>Dos presentaciones orales, Departamentales que resumen y actualizan las presentaciones efectuadas con el paso de las materias. 30% cada una = 60%</p> <p>Presentación final oral o por medio de video que incluye el desarrollo completo del emprendimiento, más la asistencia y participación del estudiante en eventos de Emprendimiento a nivel nacional o internacional desarrollados en Chile. 30%</p>
<ul style="list-style-type: none"> C2 	<ul style="list-style-type: none"> Colabora con los participantes del negocio de forma activa, justa y tolerante. Se relaciona activamente con el entorno emprendedor, participando e interactuando con el medio, apoyando a nuevos emprendedores usando sus experiencias. Mantiene en forma continua los valores de sustentabilidad, ambiente social y adaptabilidad a los distintos entornos multinacionales. 	<p>Debate frente al curso sus criterios de gestión comercial internacional, sus experiencias en gestiones y sus resultados, logrando acuerdos entre todos los participantes.</p>
<ul style="list-style-type: none"> C3 	<p>Desarrolla estrategias financieras, de producción, personal y ventas ante cambios económicos globales.</p>	<p>Presenta un resumen integral escrito de los indicadores de gestión proyectados para un caso de gestión de negocios internacionales.</p>

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

Nº	Unidades de Aprendizaje	Contenidos Fundamentales	Total Horas aula	Total Horas extra aula
1.	Identificación de Oportunidades de Negocio Global	<p>Análisis del Mercado Global</p> <p>a. Tendencias comerciales internacionales. b. Estudio de la demanda y oferta global. c. Identificación de brechas en el mercado.</p> <p>Investigación de Competencia Internacional</p> <p>a. Análisis de competidores globales. b. Evaluación de estrategias de emprendimiento exitosas. c. Identificación de oportunidades competitivas.</p> <p>Marco Legal y Regulatorio Internacional</p> <p>a. Conocimiento de normativas comerciales internacionales.</p>	4	4

		<p>b. Consideración de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales.</p> <p>c. Evaluación de restricciones comerciales.</p>		
2.	<p>Desarrollo de un Emprendimiento Internacional Sostenible</p>	<p>Diseño del Modelo de Emprendimiento</p> <p>a. Identificación de segmentos de mercado internacionales.</p> <p>b. Creación de propuestas de valor adaptadas a diferentes culturas.</p> <p>c. Estrategias de fijación de precios internacionales.</p> <p>Gestión de la Cadena de Suministro Global</p> <p>a. Selección de proveedores internacionales.</p> <p>b. Optimización de la cadena logística internacional.</p> <p>c. Manejo de riesgos en la cadena de suministro.</p> <p>Sostenibilidad en el Comercio Internacional</p> <p>a. Integración de prácticas sostenibles en operaciones.</p> <p>b. Cumplimiento de estándares internacionales de sostenibilidad.</p> <p>c. Consideración de la responsabilidad social empresarial.</p>	4	4
3.	<p>Desarrollo de un Emprendimiento con Claras Políticas de Género</p>	<p>Empoderamiento de las Mujeres Emprendedoras:</p> <p>a. Estrategias para fomentar el empoderamiento económico de las mujeres en el ámbito empresarial.</p> <p>b. Programas y políticas que apoyan el emprendimiento femenino.</p> <p>Brecha Salarial y Equidad Salarial:</p> <p>a. Análisis de la brecha salarial de género y cómo afecta a las emprendedoras.</p> <p>b. Estrategias para promover la equidad salarial en nuevas empresas.</p> <p>Acceso a Financiamiento:</p> <p>a. Desafíos que enfrentan las emprendedoras al buscar financiamiento.</p> <p>b. Programas y recursos que promueven el acceso igualitario a fondos para emprendimientos.</p> <p>Cultura Empresarial Inclusiva:</p> <p>a. Desarrollo de una cultura empresarial que promueva la inclusión y la diversidad de género.</p> <p>b. Estrategias para crear un ambiente de trabajo que apoye a mujeres emprendedoras.</p> <p>Innovación y Emprendimiento Social:</p> <p>a. Proyectos de emprendimiento social centrados en abordar problemas de género.</p> <p>b. Empresas que han tenido éxito al incorporar soluciones innovadoras a desafíos relacionados con el género.</p> <p>Liderazgo Femenino:</p> <p>a. Estudio de casos de mujeres emprendedoras exitosas y líderes en el ámbito global.</p> <p>b. Desarrollo de habilidades de liderazgo para mujeres emprendedoras.</p> <p>Marketing Inclusivo:</p> <p>a. Estrategias de marketing que promueven la igualdad de género y la diversidad.</p> <p>b. Análisis de campañas de marketing que han destacado la inclusión de género de manera efectiva.</p>	4	4

		<p>Impacto de la Maternidad en el Emprendimiento:</p> <p>a. Consideraciones y desafíos para emprendedoras que son madres.</p> <p>b. Apoyo y políticas empresariales para equilibrar la maternidad y el emprendimiento.</p> <p>Redes y Mentoría:</p> <p>a. Importancia de las redes y mentoría en el desarrollo de emprendedoras.</p> <p>b. Estrategias para fomentar la construcción de redes y la mentoría entre mujeres emprendedoras.</p> <p>Políticas de Recursos Humanos Inclusivas:</p> <p>a. Desarrollo de políticas de recursos humanos que promuevan la igualdad de oportunidades.</p> <p>b. Implementación de medidas para prevenir el sesgo de género en procesos de contratación y promoción.</p>		
4.	Finanzas Internacionales y Gestión de Riesgos para Empezar	<p>Financiación de Operaciones Internacionales</p> <p>a. Evaluación de opciones de financiamiento internacional y flujos de dinero.</p> <p>b. Manejo de tasas de cambio y riesgo cambiario.</p> <p>c. Estrategias de mitigación de riesgos financieros.</p> <p>Evaluación de Riesgos Políticos y Económicos</p> <p>a. Análisis de estabilidad política y económica en mercados objetivos.</p> <p>b. Evaluación de riesgos geopolíticos.</p> <p>c. Estrategias para enfrentar cambios en las condiciones económicas globales.</p> <p>Planificación Financiera Internacional</p> <p>a. Presupuestación para operaciones internacionales.</p> <p>b. Manejo de flujos de efectivo en entornos globales.</p> <p>c. Adaptación a cambios en los mercados financieros internacionales.</p>	4	4
5.	Emprendimiento Global y Estrategias de Promoción	<p>Adaptación Cultural en Estrategias de Promoción</p> <p>a. Personalización de mensajes para diferentes audiencias culturales.</p> <p>b. Estrategias de comunicación intercultural.</p> <p>c. Selección de canales de marketing globales efectivos.</p> <p>Desarrollo de Estrategias de Entrada a Mercados Extranjeros</p> <p>a. Selección de modos de entrada (exportación, joint ventures, franquicias, etc.).</p> <p>b. Adaptación de estrategias de marketing a la entrada seleccionada.</p> <p>c. Consideración de barreras culturales y lingüísticas.</p> <p>Uso de Tecnologías de promoción Global</p> <p>a. Implementación de plataformas digitales globales.</p> <p>b. Estrategias de mercadeo en redes sociales internacionales.</p> <p>c. Uso de análisis de datos para mejorar las estrategias.</p>	4	4
6.	Negociación y Gestión de Relaciones Internacionales	<p>Desarrollo de Habilidades de Negociación Intercultural</p> <p>a. Entendimiento de protocolos de negociación en diferentes culturas.</p> <p>b. Resolución de conflictos en contextos internacionales.</p> <p>c. Creación de relaciones de negocios a largo</p>	4	4

		<p>plazo.</p> <p>Gestión de Equipos Multiculturales</p> <p>a. Desarrollo de habilidades de liderazgo intercultural.</p> <p>b. Manejo de diferencias culturales en el trabajo en equipo.</p> <p>c. Estrategias para fomentar la colaboración global.</p> <p>Ética en los Negocios Internacionales</p> <p>a. Consideración de prácticas éticas en diferentes culturas.</p> <p>b. Cumplimiento de estándares éticos y de responsabilidad social globales.</p> <p>c. Construcción de una reputación ética en mercados internacionales.</p>		
7.	Innovación y Tecnología en el Comercio Internacional	<p>Integración de Tecnologías Disruptivas</p> <p>a. Implementación de tecnologías como blockchain y inteligencia artificial.</p> <p>b. Uso de plataformas digitales para mejorar la eficiencia.</p> <p>c. Desarrollo de soluciones tecnológicas adaptadas a mercados internacionales.</p> <p>Estrategias de Innovación en Productos y Servicios</p> <p>a. Adaptación de productos/servicios a diferentes mercados.</p> <p>b. Desarrollo de productos específicos para necesidades globales.</p> <p>c. Integración de retroalimentación internacional en procesos de innovación.</p> <p>Ciberseguridad en Operaciones Internacionales</p> <p>a. Protección de datos y seguridad en transacciones globales.</p> <p>b. Prevención de ciberataques en entornos internacionales.</p> <p>c. Cumplimiento de regulaciones globales de ciberseguridad.</p>	4	4
8.	Gestión de Crisis en Contexto Internacional	<p>Identificación de Riesgos Globales</p> <p>a. Análisis de riesgos geopolíticos y pandemias.</p> <p>b. Estrategias para mitigar impactos de crisis globales.</p> <p>c. Desarrollo de planes de contingencia internacionales.</p> <p>Comunicación en Situaciones de Crisis</p> <p>a. Estrategias de comunicación efectiva en contextos de crisis.</p> <p>b. Manejo de la reputación empresarial en situaciones difíciles.</p> <p>c. Coordinación con partes interesadas internacionales durante crisis.</p> <p>Recuperación y Adaptación Post-Crisis</p> <p>a. Estrategias de recuperación en mercados internacionales.</p> <p>b. Adaptación de operaciones a nuevos escenarios globales.</p> <p>c. Aprendizaje de crisis para mejorar la resiliencia empresarial.</p>	4	4
9.	Financiamiento para Emprender en Negocios Internacionales	<p>Fuentes de Financiamiento Internacional</p> <p>a. Identificación de inversores globales y fondos de capital.</p> <p>b. Acceso a programas de apoyo financiero para emprendedores internacionales.</p> <p>c. Evaluación de opciones de financiamiento, como préstamos internacionales.</p> <p>Planificación Financiera para el Emprendimiento</p>	4	4

		<p>Global</p> <p>a. Desarrollo de proyecciones financieras para operaciones internacionales.</p> <p>b. Análisis de costos asociados con la expansión global.</p> <p>c. Consideración de riesgos financieros y estrategias de mitigación.</p>		
10.	Factores de Éxito al Emprender en Negocios Internacionales	<p>Cualidades Emprendedoras Cruciales</p> <p>a. Desarrollo de habilidades de liderazgo y toma de decisiones.</p> <p>b. Resiliencia y adaptabilidad en entornos internacionales.</p> <p>c. Pensamiento estratégico y visión a largo plazo.</p> <p>Colaboración entre universidades, el gobierno y empresarios</p> <p>a. Estudiar programas de incubación universitaria y gubernamentales que proporcionen acceso a recursos, mentoría y espacios de trabajo compartidos.</p> <p>b. Estudiar la participación en proyectos de investigación conjunta con universidades para recibir respaldo gubernamental que pueda generar innovación y conocimientos especializados.</p> <p>c. Encontrar y asistir a eventos colaborativos organizados por universidades y el gobierno, así como unirse a redes de emprendedores, crea oportunidades para establecer contactos valiosos y compartir experiencias.</p> <p>d. Buscar programas de financiamiento y subvenciones, ya sea a través de universidades o iniciativas gubernamentales, para fortalecer la capacidad financiera del emprendedor.</p> <p>Red de Contactos y Relaciones Interpersonales</p> <p>a. Construcción y mantenimiento de redes profesionales globales.</p> <p>b. Colaboración con mentores y expertos en el campo internacional.</p> <p>c. Participación activa en eventos y conferencias internacionales.</p> <p>Aprendizaje Continuo y Adaptación</p> <p>a. Búsqueda constante de conocimiento sobre tendencias globales.</p> <p>b. Adopción de nuevas tecnologías y prácticas empresariales.</p> <p>c. Flexibilidad para ajustar estrategias según comentarios del mercado global.</p> <p>Enfoque en la Innovación y Diferenciación</p> <p>a. Fomento de la cultura innovadora en todas las operaciones.</p> <p>b. Desarrollo de productos y servicios únicos para mercados internacionales.</p> <p>c. Monitoreo continuo de la competencia y ajuste de estrategias en consecuencia.</p> <p>Compromiso con la Excelencia en el Servicio al Cliente</p> <p>a. Adaptación de servicios al contexto cultural de los clientes internacionales.</p> <p>b. Implementación de sistemas eficientes de atención al cliente a nivel global.</p> <p>c. Obtención y utilización activa de retroalimentación del cliente.</p>	4	4
11.	Detalles para un Plan de Negocios de Emprendimiento Global	<p>Resumen Ejecutivo Internacional</p> <p>a. Descripción concisa de la empresa y sus objetivos globales.</p> <p>b. Identificación de oportunidades y desafíos en los mercados internacionales.</p> <p>c. Declaración clara de la visión y misión</p>	8	8

		<p>internacionales.</p> <p>Análisis de Mercado Global a. Segmentación detallada de mercados internacionales. b. Evaluación de la competencia a nivel global. c. Pronósticos de demanda y análisis de tendencias globales.</p> <p>Estrategias de Entrada y Expansión Internacional a. Selección de mercados objetivo y justificación. b. Planificación detallada para modos de entrada específicos. c. Estrategias para la adaptación cultural y legal.</p> <p>Estructura Organizacional Internacional a. Diseño de equipos de trabajo globales y estructuras de gestión. b. Desarrollo de habilidades interculturales en el personal. c. Estrategias para la comunicación efectiva en entornos internacionales.</p> <p>Análisis Financiero Internacional a. Proyecciones financieras detalladas para operaciones internacionales. b. Evaluación de inversiones y retorno de la inversión en mercados globales. c. Estrategias para la gestión eficiente de recursos financieros internacionales.</p> <p>Participación en eventos de emprendimiento que incluyen: a. Mentorías b. Contacto con inversionistas, instituciones y agrupaciones de emprendimiento c. Competencias de emprendimiento, etc.</p> <p>Atracción de Inversionistas Globales a. Desarrollo de un sólido Elevator Pitch para presentaciones breves y convincentes. b. Estrategias para destacar la propuesta de valor y el potencial de crecimiento. c. Uso efectivo de datos y tendencias para respaldar la viabilidad del negocio. d. Enfoque en la narrativa convincente sobre el impacto global y las oportunidades. e. Dominio de habilidades de comunicación persuasiva para ganar el respaldo de inversionistas internacionales.</p>		
--	--	---	--	--

VI. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE

La asignatura electiva de Emprendimiento Global se centrará en una metodología que combina la teoría y la aplicación práctica mediante el estudio de casos. Esta metodología brindará a los estudiantes la oportunidad de perfeccionar sus habilidades analíticas al exponer y compartir sus perspectivas en el ámbito emprendedor a nivel global.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Básica:

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research." *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Christensen, C. M. (1997). "The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail." Harvard Business Review Press.

Drucker, P. F. (1985). "Innovation and entrepreneurship: Practice and principles." Harper & Row.

Complementarias:

Journal of Business Venturing

Harvard Business Review
International Journal of Entrepreneurship and Small Business

Sitios Web principales:

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) - <https://www.gemconsortium.org/>

World Economic Forum - Global Competitiveness Report - <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2022>

Entrepreneur - <https://www.entrepreneur.com/>

II. Rija en todo lo demás, la resolución exenta N°0866 de fecha 03 de abril de 2017.



Regístrese y Comuníquese,

Mario
Ernesto
Torres
Alcayaga

Firmado digitalmente por
Mario Ernesto
Torres Alcayaga
Fecha: 2024.07.12
15:25:17 -04'00'

MARISOL
PAMELA
DURAN SANTIS

Firmado digitalmente
por MARISOL PAMELA
DURAN SANTIS
Fecha: 2024.07.12
12:13:38 -04'00'

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
METROPOLITANA

DOCUMENTO TOTALMENTE
TRAMITADO

DISTRIBUCIÓN

Vicerrectoría Académica
Vicerrectoría de Transferencia Tecnológica y Extensión
Vicerrectoría de Administración y Finanzas
Dirección General de Análisis Institucional y Desarrollo Estratégico
Secretaría General
Contraloría Interna
Dirección Jurídica
Dirección de Desarrollo Académico
Dirección General de Docencia (programa de asignatura)
Subdirección General de Docencia (programa de asignatura)
Dirección de Evaluación Académica (programa de asignatura)
Facultad de Administración y Economía
Departamento de Gestión Organizacional (programa de asignatura)
Escuela de Ingeniería en Comercio Internacional (programa de asignatura)
Unidad de Títulos y Grados (programa de asignatura)

PCT

PCT/ppp