



MODULHANDBUCH

MASTER-STUDIENGANG ARGENTINO-ALEMANA INTERNATIONAL BUSINESS / NEGOCIOS INTERNACIONALES

Inhalt

Studiengangprofil und Qualifikationsziele	4	América Latina: Historia y Política Económica	40
Características y objetivos de los estudios	5	<i>Homologación: 2.6 Actividad optativa (“taller”): The Political Economy of Germany and the European Union</i>	
Äquivalenzen Equivalencias.	8	Leadership and Human Resources Management	42
Ablauf des Studiums für in Mainz beginnende Studierende:	9	<i>Homologación: 1.4 Actividad optativa (“taller”): Gestión estratégica de RRHH</i>	
Plan de estudios para los estudiantes comenzando el programa en Buenos Aires:	10	Export Management.	44
International Business Environment.	13	<i>Homologación: 1.1 Operatoria del Comercio Internacional</i>	
<i>Homologación: 1.3 Comercio Internacional</i>		Castellano y Cultura Argentina 3: Nivel B2.2	46
Quantitative Analytical Methods.	15	<i>Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 3</i>	
<i>Homologación: 2.11 Actividad optativa (“taller”)</i>		Castellano y Cultura Argentina 4: Nivel C1.1 „Escritura académica“	50
<i>2.12 Actividad optativa (“taller”)</i>		<i>Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 4</i>	
Business Research	17	Alianzas, Fusiones y Adquisiciones	52
<i>Homologación: 2.5 Taller de Tesis anual</i>		<i>Homologación: 2.1 Alianzas, Fusiones y Adquisiciones</i>	
Accounting	20	Introducción a la Negociación	55
<i>Homologación: 2.4 Gestión y Control de Negocios Internacionales</i>		<i>Homologación: 2.3 Introducción a la Negociación</i>	
Corporate Finance and Investment	22	Negociación Estratégica.	57
<i>Homologación: 1.9 Evaluación de Inversiones</i>		<i>Homologación: 2.7 Negociación Estratégica</i>	
Castellano y Cultura Argentina 1: Nivel B1.	24	Master Thesis	59
<i>Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 1</i>		<i>Homologación: 2.13 Trabajo Final (Tesis)</i>	
Strategic Management	27	2.14 Programa de Desarrollo Profesional Actividad Transversal.	61
<i>Homologación: 1.8 Pensamiento estratégico I</i>		<i>Homologación: Professional Development and Applied Project</i>	
<i>1.10 Actividad “optativa”: Selected Aspects of Strategic Management</i>		Operatorio del Comercio Internacional	65
International Corporate Finance	29	<i>Homologación: B09-60353 Export Management</i>	
<i>Homologación: 2.2 Finanzas Corporativas e Internacionales</i>		Optativa 1: Marketing Internacional	68
International Marketing	31	<i>Homologación: B09-60253 International Marketing</i>	
<i>Homologación: 1.2 Actividad optativa (“taller”): “Marketing internacional”</i>		Comercio Internacional	72
International Business Law	33	<i>Homologación: B09-60151 International Business Environment</i>	
<i>Homologación: 1.6 Derecho de los Negocios Internacionales</i>		Optativa 2: Gestión estratégica de RRHH.	75
Castellano y Cultura Argentina 2: Nivel B2.1	35	<i>Homologación: B09-60355 Leadership and HRM</i>	
<i>Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 2</i>		Deutsche Sprache und Kultur 1.	78
Business Simulation	38	Derecho de los Negocios Internacionales	80
<i>Homologación: 2.8 Pensamiento estratégico II</i>		<i>Homologación: B09-60254 International Business Law</i>	
<i>2.10 Actividad optativa</i>		Economía Internacional Monetaria.	83
		<i>Homologación: B09-60561 Economía Internacional Monetaria</i>	

Evaluación de Inversiones	85
<i>Homologación: B09-60155 Corporate Finance and Investment</i>	
Deutsche Sprache und Kultur 2	87
<i>Homologación: Deutsche Sprache und Kultur 2</i>	
Finanzas Corporativas e Internacionales	89
<i>Homologación: B09-60252 International Corporate Finance</i>	
Deutsche Sprache und Kultur 3	91
World Economics: Current Issues	93
<i>Homologación: 2.9 Seminario sobre Negociaciones Internacionales</i>	
Deutsche Sprache und Kultur 4	95

Studiengangprofil und Qualifikationsziele

Der deutsch-argentinische Master-Studiengang (maestría argentino-alemana) „International Business | Negocios Internacionales“ ist ein anwendungsorientierter, konsekutiver Studiengang, der keine Berufstätigkeit nach dem Erstabschluss als Zugangsvoraussetzung voraussetzt. Die Anwendungs-orientierung führt dazu, dass in der Mehrheit der Module zwar die theoretischen Grundlagen erarbeitet werden, deren Umsetzung in der unternehmerischen Tätigkeit aber in den Vordergrund gerückt wird. So spielen in der Lehre Fallstudien eine wichtige Rolle. Das „applied project (actividad transversal)“ und die Master-Arbeit werden in der Regel in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen geschrieben.

Das Profil des Studiengangs beruht auf vier Säulen:

Fachliche Säule: Im Mittelpunkt steht das Management der internationalen Tätigkeit von Unternehmen. Hierzu gehören insbesondere der Außenhandel, Unternehmenskooperationen sowie das Management von Tochtergesellschaften.

Regionale Säule: Der Schwerpunkt liegt auf den Geschäftsbeziehungen zwischen Europa und Lateinamerika mit einer besonderen Ausrichtung auf das deutsch-argentinische Geschäft. Hierzu gehört auch die sprachliche und kulturelle Vorbereitung in dafür entwickelten Modulen, aber auch durch die Einbindung der beiden Regionen in die fachlichen Module - insbesondere durch Fallbeispiele und Seminararbeiten mit Bezug zu deutsch-argentinischen Fragestellungen.

Methodische Säule: Im Vordergrund steht die Weiterentwicklung der studentischen Fähigkeiten zu analytischem Arbeiten mit quantitativen und qualitativen Analysemethoden. Studierende sollen beurteilen können, unter welchen Gegebenheiten in der Praxis die erlernten Analysemethoden und -modelle problemadäquat und zielführend sind.

„Soft-skills“-Säule: Die Studierenden entwickeln ihre Fähigkeit, in international zusammengesetzten Teams, insbesondere mit Teammitgliedern aus Lateinamerika, effektiv zu arbeiten. Hierzu dienen nicht nur die sprachlich-kulturellen Vorbereitungskurse, sondern auch Seminar- und Gruppenarbeiten in interkulturell zusammengesetzten Teams. Beratungs- und Betreuungsgespräche mit Studiengangleitung und Dozentinnen dienen dazu, die Besonderheiten der Zusammenarbeit zwischen Teammitgliedern unterschiedlicher Kulturen zu verstehen und aufzuarbeiten. Die Entwicklung kommunikativer Fähigkeiten (von der Körpersprache bis

hin zu Präsentationstechniken) sowie andere Aspekte des „Self-Management“ werden unterstützt.

Es handelt sich um einen Studiengang, der Studierenden die Fähigkeiten vermittelt, die sie für mittlere Führungspositionen benötigen. Die Qualifikationsziele umfassen vorwiegend:

- (1) Die Studierenden erwerben Wissen über die Funktionsweise internationaler unternehmerischer Tätigkeit. Hierzu gehören theoretische Kenntnisse des rechtlich-politischen Rahmens sowie der internationalen Aspekte unternehmerischer Tätigkeit im internationalen Umfeld, z.B. Besonderheiten in der Personal- und Unternehmensführung, im Marketing, Accounting und der Unternehmensfinanzierung.
- (2) Die Studierenden entwickeln und erweitern ihre Fähigkeiten, auf der Basis bestehender Theorien Problemlösungen für die unternehmerische Praxis zu erarbeiten.
- (3) Die Studierenden entwickeln ihre Fähigkeiten zum analytischen und strukturierten Denken fort.
- (4) Sie verbessern ihre Fähigkeiten, komplexe Zusammenhänge ihrer Forschungs- und Projektarbeiten verständlich vor einem Fachpublikum in deutscher, spanischer und englischer Sprache zu präsentieren.
- (5) Sie entwickeln ihre Fähigkeiten zum Selbstmanagement, insbesondere zum Zeitmanagement.
- (6) Sie verbessern ihre Fähigkeit, in interdisziplinären Teams zusammenzuarbeiten.
- (7) Die Studierenden erwerben Wissen über den jeweils anderen Kulturkreis und erlernen dessen Sprache. Sie lernen, sich in einem multilingualen Umfeld zu bewegen.
- (8) Die Studierenden erfahren, sich in der jeweils anderen Kultur zurechtzufinden, sie zu verstehen und im unternehmerischen wie privaten Alltag Probleme, die sich aus kulturellen Unterschieden ergeben, zu lösen.
- (9) Die Studierenden lernen, in interkulturell zusammengesetzten Gruppen zielorientiert zu arbeiten und die unterschiedlichen Wahrnehmungs- und Handlungsmuster produktiv einzusetzen. Schlüsselqualifikationen wie Empathie, kulturelles Verständnis, Kommunikationsfähigkeit und Teamarbeit werden hierdurch automatisch gefördert.
- (10) Die Studierenden entwickeln das Verständnis für andere Kulturen und sind auf Grund dessen in der Lage,

sich zu „Weltbürgern“ zu entwickeln, die bei Konflikten und deren Diskussion im politischen Umfeld nicht zuerst auf dysfunktionale Aspekte von „Andersartigkeit“ zu verweisen, sondern deren funktionale Aspekte zu sehen.

(11) Im Studiengang wird nicht nur auf die Kultur, das wirtschaftspolitische Umfeld und Besonderheiten des Wirtschaftslebens in Argentinien eingegangen, sondern darüber hinaus der Bezug zu anderen Ländern Lateinamerikas hergestellt. So ist es für Studierende des deutsch-argentinischen Studiengangs wichtig zu wissen, wie sich Argentinien

in den wirtschaftlichen Rahmen Lateinamerikas einfügt – zum Beispiel im Rahmen des Mercosur. Ebenso ist es wichtig, die besonderen Beziehungen Argentiniens zu Chile und Uruguay nicht nur mit wirtschaftlichen Parametern, sondern auch mit der Geschichte dieser Länder erklären zu können.

Spiegelbildlich lernen die Studierenden aus Argentinien, wie sehr das Wirtschaftsleben in Deutschland durch die Einbindung in den europäischen Binnenmarkt und dessen Rechtsrahmen geprägt ist.

Características y objetivos de los estudios

La maestría argentino-alemana „International Business-Negocios Internacionales“ es un programa consecutivo, orientado a la aplicación, en el que no se exige experiencia laboral después de los estudios de grado como requisito de admisión. La orientación aplicada significa que se trabajan y establecen los elementos teóricos básicos necesarios, pero que su aplicación en la actividad de la empresa se coloca en primer plano. De esta forma los casos de estudio juegan un rol importante en el programa. Asimismo, la actividad transversal („applied project“) y el trabajo final de la maestría se escriben generalmente en colaboración / cooperación con empresas.

Las características del programa se basan en cuatro pilares:

Pilar de especialidad: Como punto central se encuentra la actividad internacional de las empresas. Forman parte de este punto especialmente el comercio internacional, la cooperación empresarial así como la gestión de las filiales de las empresas internacionales.

Pilar regional: El foco de este punto está puesto en las relaciones comerciales entre Europa y Latinoamérica, pero orientado especialmente hacia los negocios argentino-alemanes. En tal sentido se profundiza y desarrollan módulos para la preparación lingüística y cultural. Pero no sólo en estos módulos se trabajan estas relaciones, sino también en los módulos de especialidad en donde se integran ambas regiones (especialmente a través de casos de estudio y trabajos de seminario en donde se analiza la cuestión argentino-alemana).

Pilar metodológico: Aquí se coloca en primer plano el desarrollo de las capacidades de los estudiantes para el trabajo analítico con análisis de método cuantitativo y cualitativo.

Así los estudiantes deberán poder evaluar, bajo qué circunstancias en la práctica, son aplicables y adecuables los análisis de método y modelos estudiados.

Pilar de las habilidades básicas („soft-skills“): Los estudiantes desarrollarán su capacidad para trabajar efectivamente y conjuntamente en grupos internacionales, especialmente con miembros de Latinoamérica. En este punto no sólo cuentan los cursos de preparación lingüística y cultural, sino también los seminarios y trabajos en grupo en equipos con miembros internacionales. Las reuniones de asesoramiento y asistencia con los directores del programa servirán para comprender y superar las particularidades del trabajo conjunto entre miembros diferentes culturalmente. Se fomentará el desarrollo de las capacidades comunicativas (desde el lenguaje corporal hasta las técnicas de presentación) así como el aspecto de la „gestión propia“ („Self-Management“)

En resumen, podemos afirmar que se trata de un programa de estudios que proporciona a los estudiantes las capacidades que son necesarias para ocupar en un futuro las posiciones de dirección intermedias. De esta forma la cualificación de los estudiantes para tal objetivo abarca los siguientes puntos principales:

(1) Los estudiantes adquieren el conocimiento sobre el funcionamiento de las actividades de las empresas internacionales. En este punto se encuentra tanto el conocimiento teórico del marco político-legal como los aspectos de la actividad empresarial en entornos internacionales, como por ejemplo, las particularidades en la dirección empresarial y de personal, el marketing, la contabilidad y las finanzas entre otros.

- (2) Desarrollan y amplían sus capacidades, sobre la base de las teorías existentes, para elaborar soluciones a problemas en la práctica empresarial.
- (3) Evolucionan en su capacidad de pensamiento analítico y estructurado.
- (4) Mejoran su capacidad para presentar de forma clara resúmenes y relaciones complejas de su trabajo de investigación y proyectos en tres lenguas (alemán, español e inglés) ante un público especializado.
- (5) Desarrollan su capacidad para autogestionarse, especialmente en relación con la gestión del tiempo.
- (6) Mejoran su capacidad para trabajar conjuntamente en equipos interdisciplinarios.
- (7) Adquieren el conocimiento respectivo sobre la otra cultura y su lengua. Aprenden a moverse en un contexto multilingüístico.
- (8) Al ubicarse en otra cultura, experimentan y aprenden a solucionar los problemas que surgen por la diferencias culturales, tanto en la empresa como en su vida cotidiana.
- (9) Aprenden a trabajar con orientación en los objetivos en grupos interculturales así como a emplear de forma productiva las diferencias en la negociación y la percepción. Se fomentarán competencias básicas como la empatía, la comprensión cultural, la capacidad de comunicación y el trabajo en equipo.
- (10) Desarrollan su comprensión y sensibilidad hacia otras culturas y por lo tanto tendrán las condiciones básicas de convertirse en „ciudadanos del mundo“, lo que les permitirá en momentos conflictivos de la discusión política no caer en simples estereotipos basados en la diferencia, sino reflexionar sobre el origen del posible conflicto y sus fundamentos.
- (11) El programa no solo aborda la cultura, el entorno de la política económica y las peculiaridades de la vida económica en Argentina, sino también las relaciones con otros países de América Latina. Por ejemplo, es importante para los estudiantes de la maestría argentino-alemana saber cómo funciona y se integra Argentina en el marco económico de América Latina, por ejemplo, en el contexto del Mercosur. Igualmente, es muy importante poder explicar los vínculos particulares de Argentina con Chile y Uruguay no solo con parámetros económicos, sino también con la historia de estos países.

Los estudiantes argentinos, por otro lado, aprenden que la vida económica en Alemania está fuertemente determinada por la integración en el mercado interior europeo y su marco jurídico.



STUDIENSTRUKTUR: M.A. MAESTRIA ARGENTINO ALEMANA STARTING THE PROGRAMME IN MAINZ

SEMESTER 5 30ECTS/6HPW	Master Thesis (incluyendo seminario) 30 ECTS/2x2 HpW			Programa de Desarrollo Profesional con Actividad Transversal (Applied Project) 10 ECTS/2 HpW	Economía Internacional Monetaria 5 ECTS/2 HpW	
				Alianzas, Fusiones y Adquisiciones 5 ECTS/2 HpW	Introducción a la Negociación 5 ECTS/2 HpW	Negociación Estratégica 5 ECTS/2 HpW
SEMESTER 4 30ECTS/8HPW						
SEMESTER 3 30ECTS/17HPW	Leadership and Human Resource Management 5 ECTS/4 HpW	Export Management 5 ECTS/2 HpW	Business Simulation 5 ECTS/3 HpW	América Latina: Historia y Economía Política 5 ECTS/2 HpW	Castellano y Cultura Argentina 3: B2 5 ECTS/4 HpW	Castellano y Cultura Argentina 4: C1 5 ECTS/2 HpW
SEMESTER 2 30ECTS/20HPW	Strategic Management 5 ECTS/4 HpW	International Corporate Finance 5 ECTS/4 HpW	International Marketing 5 ECTS/4 HpW	International Business Law 5 ECTS/2 HpW	World Economics: Current Issues 5 ECTS/2 HpW	Castellano y Cultura Argentina 2: B2 5 ECTS/4 HpW
SEMESTER 1 30ECTS/20HPW	Quantitative Analytical Methods 5 ECTS/4 HpW	Business Research 5 ECTS/4 HpW	Accounting 5 ECTS/4 HpW	Corporate Finance and Investment 5 ECTS/2 HpW	International Business Environment 5 ECTS/2 HpW	Castellano y Cultura Argentina 1: B1/B2 5 ECTS/4 HpW
Induction Week 2 HpW						

TOTAL
150ECTS/73HPW

LECTURES IN SPANISH

APPLIED PROJECT

STUDY AT HS MAINZ

STUDY AT UCES ARGENTINA

STUDIENSTRUKTUR: M.A. MAESTRIA ARGENTINO ALEMANA STARTING THE PROGRAMME IN BUENOS AIRES

SEMESTER 5 30ECTS/6HPW	Master Thesis (including Seminar) 30 ECTS/4 HpW					World Economics Current Issues 5 ECTS/2 HpW
SEMESTER 4 30ECTS/19HPW						
	Business Simulation 5 ECTS/3 HpW	Accounting 5 ECTS/4 HpW	Quantitative Analytical Methods 5 ECTS/4 HpW	Business Research 5 ECTS/4 HpW	Deutsche Sprache & Kultur B1 5 ECTS/4 HpW	
SEMESTER 3 30ECTS/12HPW	Programa de Desarrollo Profesional con Actividad Transversal 10 ECTS/2 HpW	Alianzas, Fusiones y Adquisiciones 5 ECTS/2 HpW	Finanzas Corporativas e Internacionales 5 ECTS/2 HpW	Introducción a la Negociación 5 ECTS/2 HpW	Negociación Estratégica 5 ECTS/2 HpW	Deutsche Sprache & Kultur A2 5 ECTS/4 HpW
SEMESTER 2 30ECTS/14HPW		Derecho de los Negocios Internacionales 5 ECTS/2 HpW	Economía Internacional Monetaria 5 ECTS/2 HpW	Evaluación de Inversiones 5 ECTS/2 HpW	Strategic Mgmt: (a) Pens. Estrat. I (b) Taller 5 ECTS/2 HpW	Deutsche Sprache & Kultur A1.2 5 ECTS/4 HpW
SEMESTER 1 30ECTS/14HPW	Marketing Internacional 5 ECTS/2 HpW	Operatoria Comercio Internacional 5 ECTS/2 HpW	Comercio Internacional 5 ECTS/2 HpW	Gestión estratégica de RRHH 5 ECTS/2 HpW	Political Economy of Germany and EU 5 ECTS/2 HpW	Deutsche Sprache & Kultur A1.1 5 ECTS/4 HpW
Nivelación Estadística y Metodología... elaboración escritas 3 HpW						

TOTAL
150ECTS/68HPW

GERMAN LANGUAGE MODULS

APPLIED PROJECT

STUDY AT HS MAINZ

STUDY AT UCES ARGENTINA

BUENOS AIRES

MAINZ

MAINZ

BUENOS AIRES

Äquivalenzen | Equivalencias

Basis: Maestría Negocios internacionales Plan de Estudios (UCES)	Äquivalenz in Mainz
Primer Año – Primer Cuatrimestre	
1.1 Operatoria del Comercio Internacional	B09-60353 Export Management
1.2 Actividad presencial de formación de carácter optativo: Marketing Internacional	B09-60253 International Marketing
1.3 Comercio Internacional	B09-60151 International Business Environment
1.4 Actividad presencial de formación de carácter optativo: Gestión estratégica de RRHH	B09-60355 Leadership and Human Resources Management
1.5 Metodología para la elaboración de producciones escritas	Keine Äquivalenz
X Deutsche Sprache und Kultur 1	B09-60181 Castellano y Cultura Argentina 1
Primer Año – Segundo Cuatrimestre	
1.6 Derecho de los Negocios Internacionales	B09-60254 International Business Law
1.7 Economía Internacional Monetaria	B09-60561 Economía Internacional Monetaria
1.8 Pensamiento Estratégico I	B09-60251 Strategic Management (Teil 1)
1.9 Evaluación de Inversiones	B09-60155 Corporate Finance and Investment
1.10 Actividad presencial de formación de carácter optativo: 'Selected Aspects of Strategic Mgmt' (taller organizado por profesores de Mainz)	B09-60251 Strategic Management (Teil 2)
X Deutsche Sprache und Kultur 2	B09-60281 Castellano y Cultura Argentina 2
Segundo Año – Primer Cuatrimestre	
2.1 Alianzas, Fusiones y Adquisiciones	B09-60461 Alianzas, Fusiones y Adquisiciones
2.2 Finanzas Corporativas e internacionales	B09-60252 International Corporate Finance
2.3 Introducción a la Negociación	B09-60462 Introducción a la Negociación
2.4 Gestión y Control de Negocios Internacionales	B09-60154 Accounting
2.5 Taller de Tesis anual	B09-60153 Business Research
2.6 Actividad presencial de formación de carácter optativo: 'The Political Economy of Germany/EU'	B09-60362 International Business Option: 'América Latina: Historia y Economía Política'
X Deutsche Sprache und Kultur 3	B09-60381 Castellano y Cultura Argentina 3
Segundo Año – Segundo Cuatrimestre	
2.7 Negociación Estratégica	B09-60463 Negociación Estratégica
2.8 Pensamiento estratégico II	B09-60351 Business Simulation (Teil 1)
2.9 Seminario sobre Negociaciones Internacionales	B09-60255 World Economics: Current Issues
2.10 Actividad presencial de formación de carácter optativo	B09-60351 Business Simulation (Teil 2)
2.11 Actividad presencial de formación de carácter optativo	B09-60152 Quantitative Analytical Methods (Teil 1)
2.12 Actividad presencial de formación de carácter optativo	B09-60152 Quantitative Analytical Methods (Teil 2)
X Deutsche Sprache und Kultur 4	B09-60382 Castellano y Cultura Argentina 4
Tercer Año	
2.13 Trabajo Final	B09-60562 Master Thesis
2.14 Programa de Desarrollo Profesional y Actividad Transversal	B09-60481 Applied Project

Ablauf des Studiums für in Mainz beginnende Studierende:

Fach Nr. Bezeichnung	ECTS	SWS	Äquivalenzmodul an der UCES Nr. Bezeichnung
Semester 1 – Mainz / Anmerkung: die mit * gekennzeichnete Module studieren die „Mainzer“ Studierenden gemeinsam mit den Studierenden aus Buenos Aires, für die dies das 4. Semester darstellt			
Quantitative Analytical Methods*	5	4	2.11 Seminario optativo 2.12 Taller Optativo
Business Research*	5	4	2.5 Taller de Tesis anual
Accounting*	5	4	2.4 Gestión y Control de Negociaciones Internacionales
Corporate Finance and Investment	5	2	1.9 Evaluación de Inversiones
International Business Environment	5	2	1.3 Comercio Internacional
Castellano y Cultura Argentina 1	5	4	xx Deutsche Sprache und Kultur 1
ECTS	30		
Semester 2 – Mainz / Anmerkung: die mit * gekennzeichnete Module studieren die „Mainzer“ Studierenden gemeinsam mit den Studierenden aus Buenos Aires, für die dies das 5. Semester darstellt			
Strategic Management	5	4	1.8 Pensamiento Estratégico I
International Corporate Finance	5	4	2.2 Finanzas Corporativas e Internacionales
International Marketing	5	4	1.2 Asignatura optativa 1: Marketing internacional
International Business Law	5	2	1.6 Derecho de los Negocios Internacionales
World Economics: Current Issues*	5	2	2.9 Seminario Negociaciones Internacionales
Castellano y Cultura Argentina 2	5	4	xx Deutsche Sprache und Kultur 2
ECTS	30		
Semester 3 – Mainz / Anmerkung: die mit * gekennzeichnete Module studieren die „Mainzer“ Studierenden gemeinsam mit den Studierenden aus Buenos Aires, für die dies das 4. Semester darstellt			
Leadership and Human Resource Management	5	4	1.4 Asignatura Optativa 2: Gestión Estratégica de RRHH
Export Management	5	2	1.1 Operatoria del Comercio Internacional
Business Simulation*	5	3	2.8 Pensamiento Estratégico II 2.10 Taller optativo: Business Simulation
International Business Option: América Latina: Historia y Economía Política	5	2	2.6 Taller optativo: Political Economy of Germany and EU
Castellano y Cultura Argentina 3	5	4	xx Deutsche Sprache und Kultur 3
Castellano y Cultura Argentina 4	5	2	xx Deutsche Sprache und Kultur 4
ECTS	30		

Semester 4/5 – Buenos Aires

Fach Nr. Bezeichnung	Zeitraum	ECTS	SWS	Äquivalenzmodul in Mainz Bezeichnung
2.1 Alianzas, Fusiones y Adquisiciones	März-Juli	5	2	Alianzas, Fusiones y Adquisiciones
2.3 Introducción a la Negociación	März-Juli	5	2	Introducción a la Negociación
2.7 Negociación Estratégica	März-Juli	5	2	Negociación Estratégica
1.7 Economía Internacional Monetaria	Aug-Nov	5	2	Economía Internacional Monetaria
2.13 Trabajo Final con Defensa en Diciembre	März-Nov	30	4	Master Thesis
2.14 Programa de Desarrollo Profesional Actividad Transversal	März-Nov	10	2	Applied Project
ECTS		65		
ECTS insgesamt		150		

Die Module „Language and Culture“ (20 ECTS) sowie „Professional Development and Applied Project“ (10 ECTS) sollen in Form von Studienleistungen (Benotung: bestanden/nicht bestanden) erbracht werden.
La evaluación en las materias en “idioma y cultura“ (20 créditos ECTS) y “desarrollo profesional y actividad transversal” (10 créditos ECTS) se efectuará con las notas “aprobado”/”no aprobado”.

Plan de estudios para los estudiantes comenzando el programa en Buenos Aires:

No.	Materia	‘SWS’	Materia equivalente en Mainz	ECTS
Cuatrimeste 1 – Buenos Aires				
1.1	Operatoria del Comercio Internacional	2	Export Management	5
1.2	Asignatura optat.1: Marketing internacional	2	International Marketing	
1.3	Comercio Internacional	2	International Business Environment	5
1.4	Asignatura optativa 2: Gestión estratégica de RRHH	2	Leadership and Human Resource Management	5
1.5	Taller: Metodología ... elaboración producción escritas	1,5	sin equivalencia	
	Nivelaciones: Estadística	1,5	sin equivalencia	
x	Deutsche Sprache und Kultur Niveau A1.1	4	Deutsche Sprache und Kultur 1	5

No.	Materia	'SWS'	Materia equivalente en Mainz	ECTS
Cuatrimeste 2 – Buenos Aires / Observación: los estudiantes cursan las materias marcadas con * junto con estudiantes alemanes				
1.6	Derecho de los Negocios Internacionales	2	International Business Law	5
1.7	Economía internacional Monetaria*	2	Economía Internacional Monetaria	5
1.8	Pensamiento Estratégico I	2	Strategic Management (Parte 1)	/
1.9	Evaluación de Inversiones	2	Corporate Finance and Investment	5
1.10	Actividad presencial de formación de carácter optat.: Taller: 'Selected Aspects of Strategic Mgmt'	2	Strategic Management (Parte 2)	5
2.6	Actividad presencial de formación de carácter optat.: 'The Political Economy of Germany/EU'	2	The Political Economy of Germany/EU'	5
x	Deutsche Sprache und Kultur Niveau A1.2	4	Deutsche Sprache und Kultur 2	5
Cuatrimeste 3 – Buenos Aires / Observación: los estudiantes cursan las materias marcadas con * junto con estudiantes alemanes				
2.1	Alianzas, Fusiones y Adquisiciones*	2	Alianzas, Fusiones y Adquisiciones	5
2.2	Finanzas Corporativas e Internacionales	2	International Corporate Finance	5
2.3	Introducción a la Negociación*	2	Introducción a la Negociación	5
2.7	Negociación Estratégica*	2	Negociación Estratégica	5
2.14	Programa de Desarrollo Profesional Actividad Transversal	2	Professional Development and Applied Project	10
x	Deutsche Sprache und Kultur Niveau A2.1	4	Deutsche Sprache und Kultur 3	5
Créditos ECTS transferidos a Mainz:				90
Cuatrimestres 4/5 – Mainz				
Deutsche Sprache und Kultur Intensivkurs Niveau A2.2 Septiembre				
Se trata de dos semanas intensivas en una escuela de idiomas privada – curso subsidiado por CUAA				
Business Simulation	3	2.8 Pensamiento Estratégico II	5	
		2.10 Actividad optativa	/	
Accounting	4	2.4 Gestión y Control de Negocios Internacionales	5	
Quantitative Analytical Methods	4	2.11 Seminario optativo	5	
		2.12 Seminario optativo	/	
Business Research	4	2.5 Taller de Tesis anual	5	
World Economics: Current Issues	2	2.9 Seminario sobre Negociaciones Internacionales	5	
Deutsche Sprache und Kultur Niveau B1	4	x Deutsche Sprache und Kultur 4	5	
Master Thesis	4	2.13 Trabajo Final (Tesis)	30	
Créditos ECTS adquiridos en Mainz:				60
ECTS total:				150

Die Module „Language and Culture“ (20 ECTS) sowie „Professional Development and Applied Project“ (10 ECTS) sollen in Form von Studienleistungen (Benotung: bestanden/nicht bestanden) erbracht werden.

La evaluación en las materias en “idioma y cultura“ (20 créditos ECTS) y “desarrollo profesional y actividad transversal” (10 créditos ECTS) se efectuará con las notas “aprobado”/”no aprobado”.

Die folgende Beschreibung orientiert sich am Studienablauf der in Mainz beginnenden Studierenden.

La siguiente descripción se orienta al plan de estudios de los estudiantes empezando el programa en Mainz.

International Business Environment

Homologación: 1.3 Comercio Internacional

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60151	150 hs	5	1	once per year (winter)	1 semester
Module Owners: Prof. Dr. Ulrich Schüle; Prof. Dr. Claudia Kurz					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	International Business Environment	30	120	30 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know about the BoP and understand the major links between the different accounts. They are able to describe world trade flows and world investment flows and their changes throughout the last decades. They know and understand the major theories of international trade and FDI. In addition, they know the Latin American theories of “unequal exchange” (Prebisch) and structural inequality as well as the “teoría de dependencia”. They know and understand the principles of multilateralism and regionalism and the legal framework of the world trade system. They know and understand the exchange rate theories and the role fluctuations in the real exchange rates play for international trade flows and international businesses.</p> <p>Applying They are able to apply standard theories to stylised and real-world cases.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse the implications policy measures of the EU, international organisations and governments for national economies and international companies. They are able to critically discuss how the political environment and strategic internationalisation decisions of companies are interlinked. They are able to select the appropriate theories in order to consider how economic policy measures influence the environment of businesses. They are able to test standard “beliefs” with logical deduction from theories, in particular in a Latin American context.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They are able to transfer their knowledge and analytical tools to unknown cases in changing environments.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module broadens the students’ knowledge. It provides them with an overview of international economic (mainly trade) theory without going into depth.</p> <p>Social competence They further develop their ability to discuss complex economic relations (critical thinking). During the discussions, they increase their abilities in speaking and may develop empathy and understanding of different viewpoints students from different countries / continents may have of international policies (team ability and cross-cultural competence).</p> <p>Self-management As this module focuses on reading, they train their capacity to organise and manage literature research and their skills in critical reading (media literacy). In particular, they train their ability in extracting and condensing information from different sources.</p>				

3	<p>Contents</p> <p>Definitions and Statistics in the context of the Balance of Payment</p> <p>The Changing Patterns of International Production, Trade and Investment</p> <p>Standard and Latin American Theories explaining Inter-Industry Trade, Intra-Industry Trade, and FDI</p> <p>Free Trade Policies and the World Trade System between Multilateralism and Regionalism</p> <p>The Latin American (and specifically Argentinean) Policy Approaches of “Cepalismo/Estructuralismo” and “Neodesarrollismo”.</p> <p>Exchange Rates in International Business</p>
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class focusing on student discussions; own literature research to be presented in class.</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written examination; may be supplemented with student presentations; parts of the examination may be in Spanish.</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations.</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>Students are required to use standard text books (for example Dicken; Krugman et. al.) and journal articles. Seminal journal articles are recommended for reading. In addition, students are encouraged to own literature research. Part of the literature research is in Spanish.</p> <p>A significant part of the learning process is based on assigned discussion questions.</p>

Quantitative Analytical Methods

Homologación: 2.11 Actividad optativa (“taller”)

2.12 Actividad optativa (“taller”)

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60152	150 hs	5	1	once per year (winter)	1 semester
Module Owner: Prof. Dr. Daniel Porath					
1	Classes Quantitative Analytical Methods	Class Contact Hours 60	Private Study Hours 90	Planned Group Size 30 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know tools of intermediate mathematics and statistics. They understand the tools’ theoretical background. They become familiar with standard analytical software, such as STATA.</p> <p>Applying They are able to apply these tools to standard questions in economic research.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse empirical data by using these tools and evaluate the results of quantitative analysis. They are able to assess the appropriateness of the statistical research tool for different type of research questions.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They are able to use this capacity for deducting hypotheses for student research projects.</p> <p>Broadening vs. Deepening As most of the students have already become familiar with statistical tools during their Bachelor studies, this module deepens their knowledge and increases their capacity of applying it to student research projects.</p> <p>Social competence They may develop their capacity to work in cross-cultural teams by helping each other in exercises. Some of them may even develop/train leadership skills when supporting fellow students in their learning process. However, the module does not focus on developing social competence.</p> <p>Self-management Similarly, the training of self-management does not go beyond the “standard” necessities of preparing class, exercises and examinations.</p>				

3	<p>Contents</p> <p>Introduction to Minitab, Excel, STATA</p> <p>Descriptive Statistics</p> <p>Probability Random Variables</p> <p>The Normal Distribution</p> <p>Sampling and Sampling Decisions</p> <p>Confidence Intervals</p> <p>Hypothesis Testing</p> <p>The Comparison of Two Populations</p> <p>Analysis of Variance</p> <p>Simple Linear Regression and Correlation</p> <p>Multiple Regression Time Series</p> <p>Forecasting and Index Numbers</p> <p>Quality Control and Improvement</p> <p>Nonparametric Methods and Chi-Square test</p> <p>Bayesian Statistics and Decision analysis</p> <p>Multivariate Analysis</p>
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class; case studies to be worked on individually and in small teams.</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written Examination.</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Pass the examination.</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>Students are required to use a standard text book (for example Aczel; Bowerman and O'Connell). In addition, students are provided with exercises and case studies to which they apply the tools.</p> <p>A significant part of the learning process is based on assigned case studies; the module focuses on the application of the tools. A deeper understanding of mathematical theory is not intended.</p> <p>In some parts of the seminars, reference to the Business Research module (60153) is made.</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Business Research

Homologación: 2.5 Taller de Tesis anual

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60153	150 hs	5	1	once per year (winter)	1 semester
Module Owners: Prof. Dr. Ulrich Schüle; Prof. Dr. Stephanie Swartz					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	- Business Research - Academic Writing	60	90	30 students	

2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know different research philosophies (for example positivism, constructivism, interpretivism), research methodologies (for example experimental design, survey, content analysis, action research), and data collection methods (for example observation, questionnaires, interviews, focus groups). They understand how they are related to each other. They know and understand basic tools of critical reading and academic writing. They understand the ethical principles of academic work.</p> <p>Applying They apply their knowledge to exercises and cases which help do develop an understanding of how to organise a research project.</p> <p>Analysing and Evaluating They analyse texts and research designs and develop the ability of critically assessing them.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They transfer the evaluation of assigned designs to own possible research questions and develop research objectives from the research question. They critically develop a research plan for a Master thesis, based on a theoretical and methodological framework. They evaluate the appropriateness of different methodologies in the context of the research question and objectives, critically discuss the necessities and limitations of triangulation, and finally decide which research design they will present in their individual research proposal. Insofar, this also contributes to enhancing their decision making skills. They create and present a research proposal which integrates all critical elements of business research methods.</p> <p>Broadening vs. Deepening The module first broadens the students' knowledge as most of them have never discussed methodological issues of empirical research – at least not at an intermediate level. In the course of application, they deepen their knowledge. So, all students have an overview of different data collection methods; each of them then focuses on one of them, going much beyond the standard lecture contents.</p> <p>Social competence When presenting their own research ideas, they develop their rhetorical skills while presenting ideas to an academic public and defending their ideas in a small discussion group. As audience, they learn to appraise and criticise the ideas in academically accepted forms. As exercises and mini-cases are to be elaborated in small, inter-culturally composed teams, they further increase their capability of working in teams; moreover, they develop empathy.</p> <p>Self-management They train their media literacy, their capability to set milestones for a project and train their skills in academic writing.</p>
---	---

3	<p>Contents</p> <p>Research Methodology: Research Idea, Research Question, and Research Objectives; Fundamental Research Philosophies Reviewing the Literature, Critical Reading, and Theoretical Framework Research Methodology and Design: Overview Research Methodology and Design: Econometric Analysis Based on Existing Data Sampling and Data Collection Methods: Overview Selected Data Collection Methods: Secondary Data and Documentary Analysis Observation Interviews Questionnaires Data Management and Coding Ethics in Research</p> <p>Academic Writing: Writing a Research Proposal Writing an Essay / Discussion Paper Writing a Master Thesis</p>
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class; team work on assigned case studies; own literature research</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Students develop a research question and submit an extended research proposal at the end of the semester.</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Fulfil requirements of the assessment described above</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>Students are required to use standard text books (for example Quinlan; Zygmunt) and specialised literature on each week's topics. They are provided with an extended list of books and articles in handbooks on international business research – with a focus on qualitative research. Moreover, books and guidelines for academic writing in English are made available.</p> <p>Students may use this extended list of recommended reading when starting their own research project in higher semesters. A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>In some parts of the seminars, reference to the Quantitative Methods module (60152) is made.</p>

Accounting

Homologación: 2.4 Gestión y Control de Negocios Internacionales

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60154	150 hs	5	1	once per year (winter)	1 semester
Module Owner: Prof. Dr. Randolph Schrank					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Accounting	60	90	20 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know and understand relevant principles of external and internal accounting. They know key ratios used in financial analysis.</p> <p>Applying Students apply the standards to practical accounting problems and case studies.</p> <p>Analysing and Evaluating At the end of the unit, the students are able to appraise current practice, have trained how to produce a financial analysis and have further developed their ability of critical thinking.</p> <p>Transferring, Generating and Developing Students apply the instruments of (financial) statement analysis to published financial reports.</p> <p>Broadening vs. Deepening While students with a first degree in Business have a basic understanding of accounting rather deepen their knowledge, students with a non-business academic background rather broaden than deepen their knowledge.</p> <p>Social competence They enhance their skills in working in inter-culturally composed teams. Some students with a Business background may even develop some leadership skills when helping the other students.</p> <p>Self-management Students train their ability to research literature and financial reports.</p>				
3	<p>Contents</p> <p>Principles of external accounting, the balance sheet, income statements; basics of financial reporting Basics of managerial accounting; financial ratios and their use in controlling; budgeting; operative and strategic controlling; integrated controlling</p>				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>				
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>				

7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written examination; may be supplemented with student presentations</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students – subject to class size limitations</p>
10	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>Students are required to use standard text books (for example Jones, Michael, Accounting, John Wiley & Sons, 2012; Reichmann, Thomas, Controlling: Concepts of Management Control, Controllership, and Ratios, Springer 2012; Brealey Richard A., Myers Stewart C., Allen Franklin: Principles of Corporate Finance - Global Edition Mcgraw-Hill Publ.Comp. 2010.) and annual statements of selected international companies.</p> <p>A significant part of the learning process is based on the application of accounting standards and managerial accounting principles to stylised and real-world business problems.</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Corporate Finance and Investment

Homologación: 1.9 Evaluación de Inversiones

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60155	150 h	5	1	once per year (winter)	1 semester
Module Owners: Prof. Dr. Markus Hehn; Prof. Dr. Anja Wittstock					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Corporate Finance and Investment	30	120	20 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students are familiar with the principles of accounting, corporate finance and investment. Upon completion of the unit, they have gained an insight into finance tools, their use in corporate finance and basic investment calculation. The unit serves as a “bridge” for students without previous studies in business management. It ‘lifts’ the students to the entrance level needed for the unit ‘International Corporate Finance’ (B09-60252) and ‘Strategic Management’ (B09-60251). The focus: cognitive capabilities trained in traditional classes and exercises.</p> <p>Applying Application to stylised and real-world cases at intermediate level.</p> <p>Analysing and Evaluating /</p> <p>Transferring, Generating and Developing /</p> <p>Broadening vs. Deepening Students with previous studies in business management are assigned topics which allow them to further develop their skills in applying the (cognitive) contents of the module to real-world cases.</p> <p>Social competence They may develop their capacity to work in cross-cultural teams by helping each other in exercises. Some of them may even develop/train leadership skills when supporting fellow students in their learning process. However, the module does not focus on developing social competence.</p> <p>Self-management The training of self-management does not go beyond the “standard” necessities of preparing class, exercises and examinations.</p>				
3	<p>Contents</p> <p>Forms of corporate finance; the calculation of investment projects; amortization; NPV; Capital flows in simple and complex investment decisions; basics of risk management</p>				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class focusing on student discussions; own literature research to be presented in class.</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>				

6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written examination; may be supplemented with student presentations</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus. Reading Assignments are subject to changes.</p> <p>The current list of reading recommendations:</p> <p>Jones, Michael, Accounting, John Wiley & Sons, 2012</p> <p>Brealey Richard A., Myers Stewart C., Allen Franklin: Principles of Corporate Finance - Global Edition Mcgraw-Hill Publ.Comp. 2010</p>

Castellano y Cultura Argentina 1: Nivel B1

Estudiantes con nivel más alto pueden elegir seminarios con nivel B2/C1

Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 1

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60181	150 hs	5	1	Octubre-Enero	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas lectivas (Kontaktzeit) 60 hs. Equiv. 4 SWS	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90	Estudiantes por clase 15	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Presentación de la asignatura: Esta asignatura de Castellano y Cultura Argentina 1 (B1.2) es parte integrante de un programa global y consecutivo y por lo tanto no debe tomarse aisladamente. Los cuatro cursos de castellano y cultura argentina deben ser considerados como una unidad progresiva, en la que los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mejorarán y consolidarán sus conocimientos de la lengua • desarrollarán las destrezas básicas para poder elaborar trabajos escritos. • analizarán y compararán aspectos culturales de la sociedad y sus implicaciones en la lengua y en el mundo de los negocios <p>A través de los cuatro cursos de castellano se pretende que los estudiantes consigan una progresión desde el nivel B1.2 hasta el nivel B2.2 y C1 en escritura.</p>				
4	<p>Objetivos didácticas / competencias:</p> <p>La asignatura "B1.2" es la base de la preparación lingüística y de la competencia intercultural. Aquí se establecerán las bases para consolidar los conocimientos de la lengua que los estudiantes ya tienen y avanzar en las estructuras más complejas teniendo como objetivo, en el siguiente curso, comenzar en el nivel B2.1.</p> <p>Las competencias que se deben lograr en este curso serán de dos tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • competencias específicas (referidas a la lengua): <ul style="list-style-type: none"> a. competencias comunicativas: expresar deseos y necesidades. Argumentar. Hablar de problemas generales (economía, sociedad, educación...). Reaccionar ante información. Participar en discusiones sobre temas de actualidad. Hablar de relaciones interpersonales. Valorar experiencias. Disculparse y justificarse. Escribir y transmitir órdenes y peticiones. Expresar prohibición, obligatoriedad o habitualidad. b. competencias estructurales (gramática): el imperativo y el subjuntivo. El subjuntivo en contraste con el indicativo, su uso en oraciones subordinadas sustantivas y relativas. Las frases temporales y condicionales. Las construcciones con "se". • competencias transversales (referidas a aspectos interculturales): <ul style="list-style-type: none"> c. Analizar la propia identidad cultural como punto de partida para la interculturalidad d. Aprender a superar la barrera del etnocentrismo y el peligro de los prejuicios en los procesos de comunicación con o sobre otras culturas e. Adquirir la capacidad de análisis del otro <p>Las competencias específicas serán desarrolladas en intersección con las transversales, es decir, en los distintos temas referidos a aspectos culturales se introducirán tanto las destrezas comunicativas como gramaticales.</p>				

5	<p>Contenidos:</p> <p>Modulo 1: El primer día de mi vida en Argentina y en la universidad (comparación del sistema universitario argentino, latinoamericano y alemán)</p> <p>Modulo 2: ¡Cambiemos el mundo! Vocabulario general sobre temas sociales, políticos y económicos. Vocabulario general sobre el tema movimientos sociales. Gramática: el presente del subjuntivo. Propositiones sustantivas. Propositiones temporales. Contenidos socioculturales: el grado de satisfacción de los jóvenes en Latinoamérica y Alemania. Los movimientos sociales actuales en Latinoamérica.</p> <p>Modulo 3: Relaciones interpersonales. Vocabulario general del tiempo libre y la descripción. Adjetivos de carácter con verbos llevarse / caer. Verbos de cambio de estado. Verbos de sentimiento o experiencia. Gramática: oraciones de relativo. Oraciones sustantivas con verbos de sentimiento o experiencia. Contenidos socioculturales: estereotipos vs. diferencias culturales. Un acercamiento sociocultural a través de los chistes.</p> <p>Modulo 4: El entorno medioambiental. Vocabulario relacionado con el medioambiente. Vocabulario sobre economía, ecología y nuevas formas de los negocios. Gramática: el uso del subjuntivo o indicativo en expresiones de valoración. El condicional y las frases condicionales para expresar probabilidad e hipótesis. Expresiones temporales con cuando. Contenidos socioculturales: el tema de la ecología en Latinoamérica y Alemania. Diferentes perspectivas económicas, problemas y desafíos.</p> <p>Material- Método: Universo.ele B1. Hueber.</p>
6	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Clases comunicativas, trabajos en grupo, juegos de rol, presentaciones orales, material multimedia (videos, fragmentos de películas), plataforma Olat</p>
7	<p>Requisitos para la participación en la clase:</p> <p>Los estudiantes deben demostrar tener un nivel B1.1 antes del comienzo del curso.</p>
8	<p>Reglas de asistencia:</p> <p>Estudiantes tienen que participar en la clase (evaluación continua)</p>
9	<p>Formas de evaluación:</p> <p>Evaluación continua (asistencia y realización de tareas y pequeños trabajos) (10%) Presentación oral sobre alguno de los temas trabajados durante el cuatrimestre (40%) Examen final (50%)</p>
10	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Los estudiantes deberán haber realizado la presentación oral y aprobado el examen con el 60% de los objetivos alcanzados. La nota no será con el sistema de puntuación, sino con aprobado/no aprobado. Se exigirá el 60% de los objetivos alcanzados, dado que el aprobado significa que el estudiante obtendrá el correspondiente nivel B1.2 (menos del 60% no garantiza que los estudiantes tengan el nivel correspondiente).</p>
11	<p>Integración:</p> <p>En este curso podrán participar también los estudiantes de otras carreras de la facultad, siempre y cuando tuvieran el nivel correspondiente B1.1.</p>

12	Evaluación relativa: 0 de 120
13	Docente(s) responsable(s): Analía García , profesores visitantes
14	Consideraciones adicionales: A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.

Strategic Management

Homologación: 1.8 Pensamiento estratégico I

1.10 Actividad “optativa”: Selected Aspects of Strategic Management

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60251	150 hs	5	2	once per year (summer)	1 semester
Module Owner: Prof. Dr. Herbert Paul					
1	Classes Strategic Management	Class Contact Hours 60	Private Study Hours 90	Group Size 30 Students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know and understand the principle concepts and techniques of strategic management.</p> <p>Applying They gain expertise in applying these concepts and techniques to real-world situations.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse cases from the international company world and apply their knowledge of concepts and analytical tools to strategic problems. They are able to critically assess different methods of problem solutions.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They integrate knowledge and skills already acquired from other modules in the Masters programme. They develop their capacity to think in terms of a general management perspective.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module deepens the students’ understanding of strategic management. In particular, their own research enables them to go beyond “standard” knowledge and acquire advanced analytical skills.</p> <p>Social competence They develop their capacity to work in cross-cultural teams and to present the working results of the team. They improve their abilities in formulating, presenting and defending arguments and opinions.</p> <p>Self-management They train their capabilities of self-management and reflect their own contribution to the team success.</p>				
3	<p>Contents</p> <p>Introduction to Strategic Management (Basic Strategic Management Concepts, Corporate Governance, Social Responsibility)</p> <p>Scanning the Environment (external: mainly industry analysis; organisational analysis)</p> <p>Strategy Formulation (Business Level Strategy, Corporate Strategy, Functional Strategy and Strategic Choice)</p> <p>Strategy Implementation and Control</p> <p>Other Strategy Issues (Managing Technology and Innovation, Strategic issues in Entrepreneurial Ventures and Small Businesses; Strategic issues for Non-for-Profit Organisations)</p>				

4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class; team work on assigned case studies; own research on companies to be presented in class.</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written examination; may be supplemented with student team presentation</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations.</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>Students are required to use standard text books (for example Grant; Johnson) and journal articles. Semi-journal articles are recommended for reading. In addition, students are provided with a list of leading management journals and leading consultancies and encouraged to own literature research.</p> <p>A significant part of the learning process is based on the application of theories and analytical tools in case studies.</p>

International Corporate Finance

Homologación: 2.2 Finanzas Corporativas e Internacionales

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60252	150 hs	5	2	once per year (summer)	1 semester
Module Owner: Prof. Dr. Markus Hehn, Prof. Dr. Anja Wittstock					
1	Classes International Corporate Finance	Class Contact Hours 60	Private Study Hours 90	Group Size 30 Students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students understand the international dimension of corporate finance, in particular in the framework of Multinational Firms.</p> <p>Applying They are able to apply standard and advanced analytical tools to stylised and real-world cases. In contrast to their previous classes at undergraduate level, they focus on multinational companies.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse cases from the international company world and apply their knowledge of theories to issues of corporate finance.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They are able to transfer their knowledge and analytical tools to unknown cases in changing environments. They develop skills needed to integrate the tools into the firm's Risk Management and to transfer knowledge on exchange rate risks acquired in the International Business Environment and Export Management modules to the issues debated in this class. They are able to use this capacity for deducting hypotheses for student research projects.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module adds the international aspect to Corporate Finance. It, such, broadens the students' perspective. Simultaneously, it deepens the students' ability in analysing corporate finance issues.</p> <p>Social competence This module focuses on the individual analytical capability. Enhancing social competence may be achieved when students informally help each other in working on exercises and cases.</p> <p>Self-management /</p>				
3	<p>Contents</p> <p>The global financial environment Foreign exchange theory and markets Foreign exchange exposure Financing the global firm Foreign investments and operations</p>				

4	<p>Teaching Forms</p> <p>Each class is divided in three core parts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditional lecture • Students' work on case studies • Student's presentation
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written examination plus presentation of a team assignment</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of the overall assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations.</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>Students are required to use standard text books (for example Eiteman et al.; Shapiro and Moles) and journal articles. In addition, students are provided with a list case studies.</p> <p>A significant part of the learning process is based on assigned case studies.</p>

International Marketing

Homologación: 1.2 Actividad optativa (“taller”): “Marketing internacional”

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60253	150 hs	5	2	once per year (summer)	1 semester
Module Owner: Prof. Dr. Claudia Hensel					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	International Marketing	60	90	30 Students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know and understand the principle concepts and techniques of international marketing. They understand how the links between international marketing environment, strategy and functional aspects of marketing influence the international organisation’s decision making.</p> <p>Applying They gain expertise in applying these concepts and techniques to real-world situations.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse cases from the international company world and apply their knowledge of concepts and analytical tools to international marketing problems. They are able to critically assess different methods of problem solutions. They explore ways of segmenting markets, appreciate different research techniques.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They integrate knowledge and skills already acquired from other modules in the Masters programme. They develop their capacity to think in terms of a strategic marketing perspective.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module deepens the students’ understanding of strategic marketing. In particular, their own research enables them to go beyond “standard” knowledge and acquire advanced analytical skills. On the other hand, the module broadens the perspective by adding the international perspective.</p> <p>Social competence They develop their capacity to work in cross-cultural teams and to present the working results of the team. They improve their abilities in formulating, presenting and defending arguments and opinions. They scrutinize companies’ decisions with respect to ethical questions and become sensible to ethical issues in research and business.</p> <p>Self-management They train their capabilities of self-management and reflect their own contribution to the team success. In particular, they train their ability in extracting and condensing information from different sources.</p>				

3	<p>Contents</p> <p>Assessing the volatile global environment</p> <p>Dilemma of standardisation versus localisation strategies</p> <p>Global marketing research (Explorative and conclusive research; ethical issues)</p> <p>Cultural diversity and marketing</p> <p>Market entry strategies</p> <p>Designing the global marketing programme (international product decisions, global branding; international price decisions, international distribution decisions; communication tools in the international context)</p> <p>Marketing planning (complexity, forecasting, scenarios, formulating strategies)</p>
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class; team work on assigned case studies; class discussions and presentations</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Student paper and student team presentation</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations.</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>Students are required to read assigned book chapters and journal articles prior to class. There is no single text book recommended but a variety of sources recommended.</p> <p>A significant part of the learning process is based on the application of theories and analytical tools in case studies.</p>

International Business Law

Homologación: 1.6 Derecho de los Negocios Internacionales

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60254	150 hs	5	2	once per year (summer)	1 semester
Module Owners: Prof. Dr. Timothy Kautz					
1	Classes International Business Law	Class Contact Hours 30	Private Study Hours 120	Planned Group Size 30 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know and understand the legal basis of cross-border contracts, in particular the export contract. They know the legal environment set by EU law and the Vienna Convention on the International Sales of Goods (CISG). They know and understand the issue of applicable law, private arbitration (New York Convention), standard trade terms and L/C regulations.</p> <p>Applying They apply their knowledge to export contracts.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse export cases with the aim of identifying problematic parts. They are not able to replace the analysis of a lawyer but develop a basic understanding of the basic legal system.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They transfer part of this knowledge to the cases and issues analysed in the Export Management module.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module broadens the students' understanding of international business.</p> <p>Social competence They increase their capacity of inter-disciplinary work.</p> <p>Self-management /</p>				
3	<p>Contents</p> <p>Forms of International Business Transactions; challenges of conducting trans-border business, overview of international institutions and treaties governing international business transactions. The export contract under German law, EU regulations, the Vienna Convention on the International Sales of Goods. Arbitration Standard Trade Terms and Payment Conditions from a legal perspective</p>				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>				

6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written examination</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations.</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>Students are required to use a standard text book (for example Carr). Additional material (contracts, rules) is made available to students prior to class.</p>

Castellano y Cultura Argentina 2: Nivel B2.1

Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 2

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60281	150 hs	5	2°	Marzo-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas lectivas (Kontaktzeit) 60 hs. Equiv. 4 SWS	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90	Estudiantes por clase 15-30 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Presentación de la asignatura: Esta asignatura de Castellano y Cultura Argentina (B2.1) es parte integrante de un programa global y consecutivo y por lo tanto no debe tomarse aisladamente. Los cuatro cursos de castellano y cultura argentina deben ser considerados como una unidad progresiva, en la que los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mejorarán y consolidarán sus conocimientos de la lengua • desarrollarán las destrezas básicas para poder elaborar trabajos escritos • analizarán y confrontarán aspectos culturales de la sociedad y sus implicaciones en la lengua y en el mundo de los negocios <p>A través de los cuatro cursos de castellano se pretende que los estudiantes consigan una progresión desde el nivel B1.2 hasta el nivel B2.2 /C1.1</p>				

4	<p>Objetivos didácticos / competencias:</p> <p>Después del curso anterior, de consolidación de lengua, el curso Castellano y Cultura Argentina B2.1 pretende avanzar y consolidar las destrezas comunicativas y al mismo tiempo la adquisición de una base estructural sólida de la lengua castellana. Este curso tiene una clara orientación en el español académico y de los negocios. Se pondrá énfasis en el uso específico de la lengua, con una orientación más concreta en temas y vocabulario relativos a las áreas de conocimiento económico-técnico del master.</p> <p>Las competencias que se deben lograr en este curso serán de dos tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • competencias específicas (referidas a la lengua): <ol style="list-style-type: none"> a. Competencias comunicativas: Dar consejos y hacer propuestas. Expresar condiciones. Expresar causa y finalidad. Dar una opinión. Argumentar una opinión. Valorar opciones. Realizar una presentación. b. Competencias estructurales: (gramática): correlación de tiempos verbales en frases relativas, usos de ser / estar, las frases pasivas, por y para, subordinación causal, usos del gerundio, la colocación de los adjetivos, pretérito perfecto del subjuntivo, construcciones relativas quienes, cuyo... y las diferencias entre la lengua oral y escrita c. Vocabulario del ámbito de los negocios y los estudios de economía. • Competencias transversales (referidas a aspectos interculturales en el español de los negocios): <ol style="list-style-type: none"> a. Orientación en los “estándares” o sistemas de valores culturales que subyacen en la comunicación interpersonal y cómo éstos se manifiestan también a través de la lengua y los códigos de comunicación. b. Explicar los estándares culturales (colectivismo vs individualismo; orientación femenina- masculina; orientación a largo plazo – corto plazo, etc) que permiten comprender las diferencias en el mundo académico y laboral entre Latinoamérica y Alemania. <p>Las competencias específicas serán desarrolladas en intersección con las transversales, es decir, en los distintos temas referidos a aspectos culturales se introducirán tanto las destrezas comunicativas como gramaticales.</p>
5	<p>Contenidos:</p> <p>Módulo 1: La empresa</p> <p>Módulo 2: El Marketing y la publicidad. El marketing internacional</p> <p>Módulo 3: El comercio internacional</p> <p>Módulo 4: La financiación. Un problema internacional?</p> <p>Bibliografía:</p> <p>Hoefstede, Geert (1999): Cultura y organizaciones. El software mental. La cooperación internacional y su importancia para la convivencia, Madrid, Alianza Editorial.</p> <p>Perez de Herrasti, Natalia (2010): Gramática de la Cultura (I). Estilos de conversación. Teoría y práctica a través de textos, imágenes y tareas, Books on Demand GmbH, Norderstedt.</p> <p>Foellbach, S; Rottenaicher, K.; Thomas, A. (2002): Beruflich in Argentinien. Traininsprogramm für Manager, Fach-und Führungskräfte, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.</p> <p>Material complementario relativo a los temas específicos se entregará durante el semestre.</p>
6	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Clases comunicativas, trabajos en grupo, juegos de rol, presentaciones orales, material multimedia (videos, fragmentos de películas...), plataforma Olat</p>

7	<p>Requisitos para la participación en la clase:</p> <p>Los estudiantes deben demostrar tener un nivel B1.2 antes del comienzo del curso</p>
8	<p>Formas de evaluación:</p> <p>Evaluación continua (asistencia y realización de tareas y pequeños trabajos) (10%) Presentación oral sobre alguno de los temas trabajados durante el semestre (40%) Examen final (50%)</p>
9	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Los estudiantes deberán haber realizado la presentación oral y aprobado el examen con el 70% de los objetivos alcanzados. La nota no será con el sistema de puntuación, sino con aprobado / no aprobado. Se exigirá el 70% de los objetivos alcanzados, dado que el aprobado significa que el estudiante obtendrá el correspondiente nivel B2.1 (Menos del 70% no garantiza que los estudiantes tengan el nivel del lengua correspondiente)</p>
10	<p>Organización del curso:</p> <p>En este curso podrán participar también los estudiantes de otras carreras de la facultad, siempre y cuando tuvieran el nivel correspondiente B1.2</p>
11	<p>Docente(s) responsable(s): Analía García , profesores visitantes</p>
12	<p>Consideraciones adicionales:</p> <p>En caso de que los estudiantes tuvieran ya en el momento de iniciar los estudios un nivel más alto al B2.1, podrán participar en las clases correspondientes al nivel adecuado.</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Business Simulation

Homologación: 2.8 Pensamiento estratégico II

2.10 Actividad optativa

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60351	150 hs	5	3	once per year (summer)	1 semester
Module Owners: Prof. Dr. Britta Rathje, Prof. Dr. Kai Wiltinger					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Business Simulation	45	105	20 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know and understand how the contents of the different modules taught in the first year are inter-related.</p> <p>Applying They gain expertise in applying these concepts and techniques to real-world situations. They apply their knowledge to a large business case.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse cases from the international company world and apply their knowledge of concepts and analytical tools to management decisions. They are able to critically assess different methods of problem solutions.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They integrate knowledge and skills already acquired from other modules and design solution patterns to management problems. They generate new ideas in problem-solving; they transfer their knowledge into decision-making.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module deepens their knowledge. In particular, it gives them the opportunity not to act as an outsider who analyses the case and decision-making of others, but puts them into the role of the decision-makers.</p> <p>Social competence They further develop their capacity to work in cross-cultural teams and to present the working results of the team. They improve their abilities in formulating, presenting and defending arguments and opinions.</p> <p>Self-management They train their capabilities of time management and reflect their own contribution to the team success.</p>				
3	<p>Contents</p> <p>Four to five teams participate in a market. Each team “plays” the role of an enterprise which finds itself in competition with the other teams (companies). Contents of all previous classes must be applied in order to apply rational decision-making.</p>				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Experimental team work with instructors’ regular feedback after each “round” of the simulation played. Currently, the simulation software TOPSIM is used at the highest available level.</p>				

5	Prerequisites All first-year modules.
6	Rules of Attendance Students are supposed to work actively in class; no formal attendance policy applied
7	Form and Scope of Assessment Student team presentation
8	Requirements for Credit Award Minimum of 50% of total assessment
9	Module Integration (open to students of other Master courses) The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations.
10	Relative weight of the module for final grade 5 of 120
11	Further Information Type of Reading Assignment: A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus. Students are required to use all information relevant to the case – in books, journal articles, Internet.

América Latina: Historia y Política Económica

Homologación: 2.6 Actividad optativa (“taller”): The Political Economy of Germany and the European Union

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60362	150 hs	5	3	Octubre-Enero	1 cuatrimestre
Docente Responsable: Analía García, profesores visitantes					
1	Enseñanza Seminario	Horas lectivas (Class Contact) 30	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 120	Estudiantes por clase 15-30 estudiantes	
2	<p>Objetivos didácticos / competencias:</p> <p>Saber y entender Los estudiantes tienen un conocimiento básico de la historia política, económica y social de América Latina.</p> <p>Aplicar Aplican sus conocimientos en el análisis de de casos seleccionados. Por ejemplo, aplican las teorías económicas latinoamericanas aprendidas y analizadas en el módulo “International Business Environment”.</p> <p>Analizar y evaluar Analizan casos seleccionados y evalúan decisiones de empresas aplicando sus conocimientos del entorno político, económico y social.</p> <p>Transferir, generar y desarrollar Comparan los resultados de sus trabajos y los transfieren a nuevas situaciones. Por ejemplo, analizan el desarrollo social en un país latinoamericano y lo comparan con el desarrollo en otro país. Desarrollan hipótesis para explicar semejanzas y diferencias entre los países.</p> <p>Ampliar vs. profundizar Por un lado, este módulo amplía sus conocimientos. Por otro lado, profundizan sus conocimientos de la región. Además, profundizan su capacidad de presentar y defender en castellano. Desarrollan su capacidad de investigar.</p> <p>Aptitud social Desarrollan su aptitud social trabajando en grupos pequeños, critican a otros en formas académicas, etc.</p> <p>Independencia Desarrollan su capacidad de trabajar independientemente, de entregar trabajos conforme al plazo, etc.</p>				
3	<p>Contenidos:</p> <p>El desarrollo de América Latina y del Caribe desde la colonización.</p> <p>Aspectos políticos</p> <p>Aspectos económicos</p> <p>Aspectos sociales</p>				
4	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>“Seminario clásico” en que los profesores introducen en el tema y los estudiantes desarrollan y presentan un trabajo propio. El grupo de estudiantes y los profesores disertan el análisis presentado.</p>				

5	<p>Requisitos para la participación en la clase:</p> <p>Los estudiantes deben demostrar tener un nivel B2.1 antes del comienzo del curso.</p>
6	<p>Reglas de presencia:</p> <p>Los estudiantes deben estar presente el 75% de las clases.</p>
7	<p>Formas de evaluación:</p> <p>Evaluación continua (asistencia y participación en la disertación de las presentaciones) Presentación oral sobre alguno de los temas trabajados durante el semestre</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Los estudiantes deberán haber realizado la presentación oral y aprobado el examen con el 70% de los objetivos alcanzados. La nota no será con el sistema de puntuación, sino con aprobado / no aprobado. Se exigirá el 70% de los objetivos alcanzados, dado que el aprobado significa que el estudiante obtendrá el correspondiente nivel B2.2 (Menos del 70% no garantiza que los estudiantes tengan el nivel de lengua correspondiente).</p>
9	<p>Integración:</p> <p>En este curso podrán participar también los estudiantes de otras carreras de la facultad, siempre y cuando tuvieran el nivel correspondiente B2.1.</p>
10	<p>Ponderación relativa:</p> <p>5 de 120</p>
11	<p>Información adicional:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Leadership and Human Resources Management

Homologación: 1.4 Actividad optativa (“taller”): Gestión estratégica de RRHH

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60355	150 hs	5	3	once per year (winter)	1 semester

Module Owners: Prof. Dr. Susanne Rank; Prof. Dr. Michael Christ

1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size
	Leadership and HRM	60	90	30 students

2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students understand the interrelationship of leadership, organisational behaviour & change, and economic success. They know theories of human interactions and broaden their view of management by adding components of organisational psychology.</p> <p>Applying They are able to apply the standard theories to stylised and real-world cases.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse cases from the international company world and apply their knowledge of theories to organisational problems. They are able to critically assess different methods of problem solutions.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They are able to transfer their knowledge and analytical tools to unknown cases in changing environments. They are able to use this capacity for deducting hypotheses for student research projects.</p> <p>Broadening vs. Deepening As most of the students have not become familiar with behavioural psychology during their Bachelor studies, this module broadens the students’ view of managerial processes. By applying the newly acquired knowledge to cases, it then deepens the students’ knowledge.</p> <p>Social competence They develop their capacity to work in cross-cultural teams and to present the working results of the team. They develop the ability to support the problem-solving capability of other team members. As they must prepare team presentations, conflicts in working teams, in particular cross-cultural conflicts, may occur. So, the students must develop strategies of conflict management and, in addition, discuss and reflect the own behaviour in a paper. In extreme cases, the conflict may be “escalated” and discussed and solved with the support of the professor.</p> <p>Self-management They train their capabilities of self-management and learn to reflect their own contribution to the team success.</p>
---	--

3	<p>Contents</p> <p>Introduction into Leadership and HRM</p> <p>The individual in the organisation incl. inter-cultural differences in work motivation</p> <p>Leadership (effective leadership behaviour, transformational leadership, ethical leadership)</p> <p>International HRM</p> <p>Cross Cultural Management (for example: recruiting and selection in international companies; talent management; expatriation as leadership development)</p> <p>Organisational culture</p> <p>Team Development in global companies</p> <p>Diversity management</p>
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class; team work on assigned case studies; own research on companies to be presented in class.</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Assessed in-class presentations of assigned team work (analysing cases and company policies); individual reflection paper.</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Fulfil requirements of the assessment described above</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>Students are required to use standard text books (for example Yukl) and journal articles. Seminal journal articles are recommended for reading. In addition, students are provided with a list of journals and encouraged to own literature research.</p> <p>A significant part of the learning process is based on assigned case studies.</p>

Export Management

Homologación: 1.1 Operatoria del Comercio Internacional

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60354	150 hs	5	2	once per year (summer)	1 semester
Module Owner: Prof. Dr. Ulrich Schüle					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Export Management	30	120	30 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know and understand the principle concepts and export techniques.</p> <p>Applying They gain expertise in applying these concepts and techniques to real-world situations.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to analyse cases from the international company world and apply their knowledge of concepts and analytical tools to export problems. They are able to critically assess different methods of problem solutions.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They integrate knowledge and skills already acquired from other modules (in particular, International Marketing, International Business Law, International Corporate Finance). They design solution patterns to standard problems and appreciate the issues of “non-standard” problems in (export and import) trade.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module, on the one hand, broadens the students’ knowledge by adding an operational component to the rather strategy-orientated programme structure. On the other hand, it deepens their understanding of international business by applying an ‘interdisciplinary approach’ in which many aspects learned in different modules are combined in practical problems. Thus, students identify how legal aspects taught in International Business Law, policy-related issues and exchange rate related risks discussed in International Business Environment and International Corporate Finance, as well as Marketing aspects form the framework in which the daily export/import business is carried out.</p> <p>Social competence They further develop their capacity to work in cross-cultural teams and to present the working results of the team. They improve their abilities in formulating, presenting and defending arguments and opinions.</p> <p>Self-management They train their capabilities of time management and reflect their own contribution to the team success.</p>				

3	<p>Contents</p> <p>Forms of export / import activities (direct/indirect; countertrade, turn-key, export flows in PPP) Transport modes, trade terms (Incoterms), and customs issues: legal and economic viewpoints Trade risk and trade finance - analysis of cases and a critical assessment of function and cost:</p> <ul style="list-style-type: none"> • transport and other forms of insurance contracts • documentary collection and different L/C forms • bonds and guarantees • export credit insurance, factoring, and forfaiting • hedging exchange rate risk
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class; team work on assigned case studies</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>none</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Case studies</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p> <p>Students are required to use standard text books (for example Grath, Luk) and publications of international institutions (ICC, international banks).</p> <p>The class is designed such that the students acquire knowledge by reading the books and learn about problems arising in daily business by working on stylised case studies. Experts from chambers, banks, and export credit agencies contribute to the 'class'.</p>

Castellano y Cultura Argentina 3: Nivel B2.2

Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 3

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60381	150 hs	5	3	Octubre-Enero	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas lectivas (Kontaktzeit) 60 hs. Equiv. 4 SWS	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90	Estudiantes por clase 15-30 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Presentación de la asignatura:</p> <p>Esta asignatura de Castellano y Cultura Argentina (B2.2) es parte integrante de un programa global y consecutivo y por lo tanto no debe tomarse aisladamente. Los cuatro cursos de castellano y cultura argentina deben ser considerados como una unidad progresiva, en la que los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mejorarán y consolidarán sus conocimientos de la lengua • desarrollarán las destrezas básicas para poder elaborar trabajos escritos • analizarán y confrontarán aspectos culturales de la sociedad y sus implicaciones en la lengua y en el mundo de los negocios <p>A través de los cuatro cursos de castellano se pretende que los estudiantes consigan una progresión desde el nivel B1.2 hasta el nivel B2.2 /C1.1</p>				

4	<p>Objetivos didácticos / competencias</p> <p>El curso Castellano y Cultura Argentina 3 (B2.2) es el último curso de consolidación de la lengua. Al terminar este curso los estudiantes deberán haber alcanzado el nivel B2.2 que los acredita como usuarios independientes de la lengua.</p> <p>El curso anterior puso énfasis en el uso específico de la lengua (español de los negocios). En este curso retomamos ese objetivo pero al mismo tiempo volvemos al aspecto estructural e intercultural de la lengua. Las competencias que se deben lograr en este curso serán de dos tipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • competencias específicas (referidas a la lengua): <ol style="list-style-type: none"> a. Competencias comunicativas: expresar finalidad e intencionalidad. Aludir a promesas en estilo indirecto. Reclamar. Combinar tiempos en el pasado. Referir eventos. Analizar y exponer problemas. Cohesionar textos b. Competencias estructurales: Construcciones de finalidad. Partículas temporales. Imperfecto- perfecto y pluscuamperfecto del subjuntivo. Usos del pasado. Usos del gerundio. La colocación del adjetivo. Recursos para cohesionar textos. Propositiones subordinadas concesivas. <p>En este nivel se trabajarán también las correspondientes características dialectales del español rioplatense, tanto estructurales (ej, voseo) como de vocabulario.</p> <ul style="list-style-type: none"> • competencias transversales (referidas a la comunicación intercultural): <p>Aquí se trabajar básicamente sobre las siguientes dimensiones:</p> <p>El valor tiempo-espacio y su reflejo en la lengua y en el mundo laboral (culturas orientadas al largo o corto plazo). Sociedades individualistas frente a colectivistas. Sociedades masculinas / femeninas. Sociedades de gran o escasa distancia jerárquica, de y de fuerte o escaso control de la incertidumbre. Sobre esta base se trabajarán aspectos como la cortesía positiva / negativa, cercanía o distancia; estilo conversacional estructurado frente a estilo sin objetivo claro y con interrupciones.</p>
---	--

5	<p>Contenidos:</p> <p>Módulo 1: Hacer un simulacro de una mediación. Forma típica: dijo que lo haría. Recursos comunicativos: expresar finalidad e intencionalidad. Reclamar el cumplimiento de un compromiso. Recursos gramaticales: para + infinitivo, partículas temporales y usos de se para expresar involuntariedad. Recursos léxicos: vocabulario relacionado con la mediación y la resolución de conflictos. Aspectos interculturales de la mediación.</p> <p>Módulo 2: Historias sobre una ciudad o un país. Recursos comunicativos: combinar tiempo del pasado. Referir eventos pasados. Recursos gramaticales: marcadores y construcciones temporales del pasado. Imperfecto del subjuntivo y del indicativo. Usos del gerundio. Usos del adjetivo. Recursos léxicos: Vocabulario del ámbito de las crónicas e historia. Vocabulario relacionado con la historia de las ciudades y países.</p> <p>Módulo 3: Crear una campaña de concienciación social sobre algún problema. Recursos comunicativos: hacer predicciones. Analizar y exponer problemas (sus causas y consecuencias). Cohesionar textos. Recursos gramaticales: el pretérito perfecto del subjuntivo. Construcciones temporales. Recursos para cohesionar textos: dicho / el citado... Recursos léxicos: recursos para cohesionar textos: uso de sinónimos, hiperónimos, hipónimos, pronombres, nominalización.</p> <p>Módulo 4: Vivir para trabajar. Escribir una página de presentación para la web de una empresa. Recursos comunicativos: hablar de un trabajo. Describir una empresa. Algunas características de los textos formales. Recursos gramaticales: subordinadas concesivas. Reformular. Recursos léxicos: vocabulario del trabajo.</p> <p>Bibliografía obligatoria: Aula 4. Internacional Nivel 5 Nivel B2.2 Ed. Klett Negociación Internacional. Estrategias y Casos. Ed. Pirámide Beruflich in Argentinien. Trainingsprogramm für Manager. Vandenhoeck & Ruprecht El material complementario relativo a los temas específicos o de actualidad se entregará durante el semestre.</p>
6	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Clases comunicativas, trabajos en grupo, juegos de rol, presentaciones orales, material multimedia (videos, fragmentos de películas...), plataforma Olat</p>
7	<p>Requisitos para la participación en la clase:</p> <p>Los estudiantes deben demostrar tener un nivel B2.1 antes del comienzo del curso</p>
8	<p>Formas de evaluación:</p> <p>Evaluación continua (asistencia y realización de tareas y pequeños trabajos) (10%) Presentación oral sobre alguno de los temas trabajados durante el semestre (40%) Examen final (50%)</p>
9	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Los estudiantes deberán haber realizado la presentación oral y aprobado el examen con el 70% de los objetivos alcanzados. La nota no será con el sistema de puntuación, sino con aprobado / no aprobado. Se exigirá el 70% de los objetivos alcanzados, dado que el aprobado significa que el estudiante obtendrá el correspondiente nivel B2.2 (Menos del 70% no garantiza que los estudiantes tengan el nivel de lengua correspondiente).</p>

10	<p>Organización del curso:</p> <p>En este curso podrán participar también los estudiantes de otras carreras de la facultad, siempre y cuando tuvieran el nivel correspondiente B2.1</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>
11	<p>Docente(s) responsable(s): Analía García , profesores visitantes</p>

Castellano y Cultura Argentina 4: Nivel C1.1 „Escritura académica“

Homologación: X Deutsche Sprache und Kultur 4

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60382	150 hs	5	3	Octubre-Enero	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas lectivas (Kontaktzeit) 60 hs. Equiv. 4 SWS	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90	Estudiantes por clase 15-30 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Presentación de la asignatura:</p> <p>Esta asignatura de Castellano y Cultura Argentina C1.1 es parte integrante de un programa global y consecutivo y por lo tanto no debe tomarse aisladamente. Los cuatro cursos de castellano y cultura argentina deben ser considerados como una unidad progresiva, en la que los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mejorarán y consolidarán sus conocimientos de la lengua • analizarán y confrontarán aspectos culturales de la sociedad y sus implicaciones en la lengua y en el mundo de los negocios • desarrollarán las destrezas básicas para poder elaborar trabajos escritos <p>A través de los cuatro cursos de castellano se pretende que los estudiantes consigan una progresión desde el nivel B1.2 hasta el nivel B2.2 /C1.1</p>				
4	<p>Objetivos didácticos / competencias</p> <p>Este curso se realiza paralelamente con el curso de Castellano y Cultura argentina B2.2. Por lo tanto en este curso nos concentraremos en desarrollar las destrezas básicas para elaborar trabajos escritos. El objetivo de este curso será que los estudiantes obtengan las herramientas básicas que les permitan de forma autónoma realizar sus trabajos escritos en Argentina.</p> <p>Las competencias que se deben lograr en este curso serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los distintos tipos de escritura académica • Formular hipótesis • La argumentación, la ejemplificación, la explicación • La reformulación explicativa • Recursos léxicos necesarios para cohesionar textos • Uso de sinónimos, hiperónimos • Uso de las personas en la escritura • La escritura en primera persona del plural o impersonal con „se“ • Conectores de discurso <p>Al final del semestre los estudiantes tendrán que escribir una primera versión del Formulario de presentación de tesis en UCES. En dicho formulario los estudiantes deben escribir: El problema, la justificación, la hipótesis, los objetivos, metodología y cronología del trabajo de tesis.</p>				

5	<p>Contenidos:</p> <p>Módulo 1: Los distintos tipos de escritura académica como género. El uso de las personas</p> <p>Módulo 2: La formulación de hipótesis. Formas de confrontar y demostrar una hipótesis</p> <p>Módulo 3: La argumentación. La explicación y la ejemplificación. Conectores de discursos</p> <p>Módulo 4: Las diferencias en la escritura académica. Una comparación con el alemán y el inglés</p>
6	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>En las clases se discutirán y practicarán los diferentes estilos de escritura.</p>
7	<p>Requisitos para la participación en la clase:</p> <p>Los estudiantes deben estar cursando o tener ya el nivel B2.2</p>
8	<p>Formas de evaluación:</p> <p>Evaluación continua (asistencia y realización de tareas y pequeños trabajos)</p> <p>Presentación de trabajo final escrito</p>
9	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Los estudiantes deberán haber realizado un trabajo final escrito con el 70% de los objetivos alcanzados. La nota no será con el sistema de puntuación, sino con aprobado / no aprobado. Se exigirá el 70% de los objetivos alcanzados, dado que el aprobado significa que el estudiante obtendrá el correspondiente nivel C1.1 de escritura académica (Menos del 70% no garantiza que los estudiantes tengan el nivel del lengua correspondiente).</p>
10	<p>Organización del curso:</p> <p>En este curso podrán participar también los estudiantes de otras carreras de la facultad, siempre y cuando tuvieran el nivel correspondiente B2.2</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>
11	<p>Docente(s) responsable(s): Analía García , profesores visitantes</p>

Alianzas, Fusiones y Adquisiciones

Homologación: 2.1 Alianzas, Fusiones y Adquisiciones

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60461	150 hs	5	4º	Marzo-Junio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase (,Kontaktzeit‘) Horas: 32 equiv. ,SWS‘: 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 20 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>Este curso tiene por objetivo principal realizar un análisis detallado de la amplia gama de aspectos vinculados con procesos de fusiones, adquisiciones amistosas u hostiles, alianzas estratégicas, escisiones, desinversiones o venta de activos, reestructuraciones empresarias y cambios en la estructura de control (en adelante y en forma conjunta "FyA").</p> <p>Junto con dicho análisis, se procura lograr un entendimiento de los principios generales y prácticas habituales de la alta dirección de las empresas para realizar FyA.</p> <p>Es en ese contexto que el curso persigue los siguientes objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profundizar el conocimiento de herramientas de valuación de empresas, para su empleo en la realización de transacciones de FyA • Analizar la situación actual y perspectivas de FyA en el mercado local e internacional • Comprender las características de las diferentes formas mediante las cuales se pueden estructurar transacciones de FyA, como así también los motivos de las mismas • Analizar el rol y desempeño de los principales participantes de FyA en el mercado local • Entender las diferentes etapas del proceso que debe llevarse adelante al realizar FyA • Evaluar los aspectos legales presentes en torno a la realización de FyA • Analizar el marco regulatorio y los organismos de control competentes en procesos de FyA 				

4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Razones y formas de FyA (fusión; adquisición amistosa u hostil; leveraged buy-out (LBO); management buy-out (MBO); joint venture; alianzas estratégicas, escisiones, desinversiones o venta de activos, reestructuraciones empresarias y cambios en la estructura de control y privatizaciones)</p> <p>Unidad 2: Métodos de evaluación de empresas (Adjusted Present Value (APV); Weighted Average Cost of Capital (WACC); y Dividend Discount Model (DDM). Valuación por múltiplos o comparables. Estimación del costo de capital a emplear en los diferentes métodos de valuación. Costo de la empresa sin deuda (kU). Costo de la deuda (kD). Costo del capital propio o equity (kE). Costo promedio ponderado del capital (kWACC).)</p> <p>Unidad 3: Ventajas, desventajas y equivalencias de los métodos de valuación</p> <p>Unidad 4: El proceso de FyA</p> <p>Unidad 5: Creación de valor en FyA (Fuentes de generación de valor. Incidencia sobre el valor de la empresa de diferentes estrategias o planes de negocio. Impacto en el valor de diferencias en los niveles de información. Análisis y diferenciación entre la generación del valor proveniente del negocio y de la estructura de financiamiento)</p> <p>Unidad 6: Aspectos regulatorios de las FyA</p> <p>Unidad 7: Casos</p> <p>Unidad 8: Casos</p>
5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>La metodología de enseñanza del curso se basa en la combinación de clases teóricas; análisis y discusión de casos; y presentaciones de profesionales invitados que poseen una destacada trayectoria en el mercado de FyA</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: /</p> <p>Con respecto a los contenidos : /</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Participación en clase: 10%</p> <p>Evaluaciones del día: 20%</p> <p>Examen final: 70%</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Aprobación de la evaluación</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>

10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Magister Fabián Marcelo Bello</p>
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía (selección):</p> <p>Mascareñas, Juan. “Fusiones y Adquisiciones de Empresas”, Introducción y capítulos 1 y 4. McGraw- Hill/ Interamericana de España, S.A.U., 4ta Edición , 2005.</p> <p>Copeland, Tom; Koller, Tim & Murrin, Jack. “Valoración – Medición y gestión del valor”, capítulo 7, páginas 151 a 173. Ediciones Deusto, 1ra Edición en español, 2004.</p> <p>Doz, Yves & Hamel, Gary. “Alliance Advantage. The Art of Creating Value through Partnering”, capítulos 1 a 8, páginas 1 a 220. Harvard Business School Press, 1998</p> <p>Artículos en inglés y castellano</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Introducción a la Negociación

Homologación: 2.3 Introducción a la Negociación

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60462	150 hs	5	4º	Marzo-Junio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase („Kontaktzeit“) Horas: 32 equiv. „SWS“: 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 20 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	Competencias / objetivos didácticos: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar habilidades para lograr entenderse bien con las personas a quienes mueven intereses contrarios • Conocer un método que permita proteger los propios intereses • Entender la comunicación efectiva como herramienta para facilitar el logro de acuerdos exitosos • Explorar caminos que permitan llegar a acuerdos con eficacia • Identificar las principales tácticas engañosas y como defenderse de ellas • Vivenciar diferentes situaciones y aplicar una metodología adecuada para resolverlas 				
4	Contenidos: Unidad 1: Introducción a la negociación Unidad 2: Negociación y comunicación efectiva Unidad 3: La negociación basada en principios Unidad 4: La negociación comercial Unidad 5: La negociación con negociadores engañosos				
5	Formas de enseñanza: EXPOSICIONES TEORICAS: Disertación sobre los temas de la materia propugnando una alta participación de los maestrandos. DISCUSIONES EXPERTAS: Utilizando algún ejercicio como disparador se propugnara entre los maestrandos un intercambio de opiniones para profundizar los contenidos teóricos presentados. CLASES PRACTICAS: Trabajos en equipo con la coordinación del profesor a modo de facilitador Utilización de rol play y otras técnicas vivenciales. METODO DEL CASO: Con desarrollo grupal o individual, el maestrando deberá resolver situaciones aplicando los conocimientos adquiridos, a partir de situaciones de simulación preparadas para fijar los conocimientos adquiridos. PRESENTACIONES INDIVIDUALES Y GRUPALES: Los maestrandos expondrán sus trabajos prácticos de manera individual o grupal, al resto de la clase, abriendo dichas exposiciones el debate e intercambio de opiniones.				
6	Requisitos de asistencia: Formal: / Con respecto a los contenidos: /				

7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Participación en clase: 10%</p> <p>Evaluaciones del día: 20%</p> <p>Examen final: 70%</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Para la aprobación de la asignatura el alumno requerirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al 75% de las clases. • Participar activamente en la clase, evidenciando lectura de la bibliografía recomendada. • Necesariamente debe contener una evaluación final. • Cumplir con la entrega y defensa de un trabajo práctico grupal con un mínimo de 4 (cuatro) puntos. • Aprobar la exposición al resto de la clase de los casos prácticos realizados, fundamentados por la teoría trabajada.
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Magister Eduardo Daniel Girardi</p>
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía (selección):</p> <p>Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton: Si... de acuerdo! Como negociar sin ceder, Editorial Norma</p> <p>Roger Fisher Danny Ertel, Si... de acuerdo! En la Práctica, Editorial Norma</p> <p>William Ury, Supere el No! Como negociar con personas que adoptan posiciones obstinadas, Editorial Norma</p> <p>Julio Decaro, La cara Humana de la negociación, Mc. Graw Hill</p> <p>Douglas Stone, Bruce Patton Conversaciones difíciles, Editorial Norma</p> <p>Edward de Bono, Conflictos Como resolverlos de la mejor manera, Plaza Editores</p> <p>Watzlawick, Paul Teoría de la comunicación humana, Herder</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Negociación Estratégica

Homologación: 2.7 Negociación Estratégica

Código	'Workload'	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60463	150 hs	5	4º	Marzo-Junio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario		Horas de clase („Kontaktzeit“) Horas: 32 equiv. ‚SWS‘: 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 30 estudiantes
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	Competencias / objetivos didácticos: <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar competencias para negociar exitosamente. • Desarrollar estrategias directas de negociación • Desarrollar técnicas prácticas para superar conflictos • Analizar las propias habilidades para negociar • Detectar el actual estilo que implementa al negociar • Entender la planificación como una herramienta que permite negociar exitosamente. • Desarrollar un método que estructure la situación a negociar y permita abordarla de forma eficaz en cada una de sus etapas. 				
4	Contenidos: <p>Unidad 1: Introducción a la negociación estratégica</p> <p>Unidad 2: El poder en la negociación</p> <p>Unidad 3: Conflicto y negociación</p> <p>Unidad 4: El planeamiento de la negociación</p> <p>Unidad 5: El desarrollo de la negociación</p> <p>Unidad 6: El cierre de la negociación</p>				
5	Formas de enseñanza: <p>EXPOSICIONES TEORICAS: Disertación sobre los temas de la materia propugnando una alta participación de los maestrandos.</p> <p>DISCUSIONES EXPERTAS: Utilizando algún ejercicio como disparador se propugnara entre los maestrandos un intercambio de opiniones para profundizar los contenidos teóricos presentados.</p> <p>CLASES PRACTICAS: Trabajos en equipo con la coordinación del profesor a modo de facilitador Utilización de rol play y otras técnicas vivenciales.</p> <p>METODO DEL CASO: Con desarrollo grupal o individual, el maestrando deberá resolver situaciones aplicando los conocimientos adquiridos, a partir de situaciones de simulación preparadas para fijar los conocimientos adquiridos.</p> <p>PRESENTACIONES INDIVIDUALES Y GRUPALES: Los maestrandos expondrán sus trabajos prácticos de manera individual o grupal, al resto de la clase, abriendo dichas exposiciones el debate e intercambio de opiniones.</p>				

6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: /</p> <p>Con respecto a los contenidos: /</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Participación en clase: 10%</p> <p>Evaluaciones del día: 20%</p> <p>Examen final: 70%</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Para la aprobación de la asignatura el alumno requerirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al 75% de las clases. • Participar activamente en la clase, evidenciando lectura de la bibliografía recomendada. • Necesariamente debe contener una evaluación final • Cumplir con la entrega y defensa de un trabajo práctico grupal con un mínimo de 4 (cuatro) puntos. • Aprobar la exposición al resto de la clase de los casos prácticos realizados, fundamentados por la teoría trabajada.
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Magister Eduardo Daniel Girardi</p>
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía (selección):</p> <p>Michael Beer, Como vender de otra manera</p> <p>Sun Tzu, El arte de la guerra</p> <p>Watzlawick Paul, Teoría de la comunicación humana</p> <p>Howard Raiffa, El arte y la ciencia de la negociación</p> <p>Marc-Alain Descamps, El lenguaje del cuerpo y la comunicación Corporal</p> <p>Mario Pereyra, Estrategias y técnicas de reconciliación</p> <p>Jorge Fernandez, La expresión oral</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Master Thesis

Homologación: 2.13 Trabajo Final (Tesis)

Module Code	Workload	Credits	Cuatrimestre	Semester	Duration
B09-60562	900 hs	30	4-5	-	5 months
Module Owners: "Thesis facilitator"; in case of credit transfer: Prof. Dr. Porath and Board of Examiners					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size of Seminar	
	Master Thesis	60	840	5 students	
2	<p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Students apply hard and soft skills to a real-world problem and analyse – usually in form of desk and field research – a practical problem in industry and/or commerce. Ideally, they write the thesis in cooperation with a multinational company. Students demonstrate their ability of writing a piece of work in which they analyse a problem not yet researched or not yet researched in this particular form.</p> <p>Students may be supervised by a professor of the host or the home university or, ideally, by a team composed of professors of UCES and Hochschule Mainz.</p>				
3	<p>Contents of the thesis seminar</p> <p>In the thesis seminars, a group of around five students meet regularly (face-to-face or with the help of a video-conference system, for example Adobe Connect) with the supervisor (thesis facilitator). In these meetings they present, discuss and defend the research question and objectives and the theoretical framework. They critically discuss and defend the chosen methodology and related issues, and present preliminary results.</p>				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Please note that the formal procedure is different from other Master programmes. The main steps:</p> <p>(1) Before the student registers for the thesis, s/he must submit a research proposal ("proyecto") which needs to be formally approved by the UCES Thesis Director and the Mainz Programme Director. This is necessary to make sure that the thesis topic is accepted by both universities.</p> <p>(2) The universities assign "tutors" as thesis facilitators. The student researcher is supposed to communicate with the "tutors" regularly. Before the student officially submits the thesis, a final "clearance" by the tutors is required. The tutor at the host university has the leading function.</p> <p>(3) Then, a commission of three "jurados" assesses the paper. One of the commission members must be a professor of UCES, one of the Hochschule Mainz, and one being an independent expert from outside the two universities.</p> <p>(4) Moreover, this commission assesses the oral examination ("defence") of the thesis. The defence takes place in December (Buenos Aires) and August (Mainz).</p> <p>As the joint supervision of the thesis requires more time of discussions between the students and the tutors than in other Masters, the seminars are counted for 60 hours of "class contact".</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>Mainz students write the thesis and defend it in Spanish language, UCES students in English or German.</p>				

6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in the seminars; no formal attendance policy applied</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>The thesis facilitator and a second examiner assess the paper according to the following criteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formal and logical structure (research problem identified; research objectives adequate; layout and contents presented logically) • Methodology of the study (awareness of various methods; appropriate method applied; appropriateness of statistical techniques – if applicable – and other analytical techniques) • Knowledge of theories / literature (knowledge of theories and publications; currency with discussion in the field) • Core research results (application of theory; application of research data; presentation of data and non-data results) • Recommendations and conclusions (logical/consistent with research results? Limitations of study discussed? Indication of further research needs?) • Sources and referencing (appropriate mix of books, journal articles, and other sources? Use of footnotes appropriate? Referencing correct and appropriate? Use of appendices appropriate? List of references appropriate?) • Language and clarity of thought
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of written thesis; minimum of 50% of oral defence; the written thesis counts for 75% of the final mark, the oral defence for 25%.</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>/</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>30 of 110</p>
11	<p>Informaciones adicionales</p> <p>Idealmente, los estudiantes argentinos escriben la tesis en cooperación con una empresa en Alemania, normalmente una de las 300 empresas con que la Fachhochschule tiene convenios de cooperación. La forma ideal es que se trata de una empresa también activa en Buenos Aires (por ejemplo: Schott, Boehringer Ingelheim, Lufthansa).</p> <p>Los estudiantes alemanes escriben la tesis en cooperación con una empresa en Buenos Aires (argentina o alemana) o en la Cámara de Comercio Argentino-Alemana.</p>

2.14 Programa de Desarrollo Profesional Actividad Transversal

Homologación: Professional Development and Applied Project

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
B09-60481	300 hs	10	4°	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase („Kontaktzeit“) Horas: 30 equiv. „SWS“: 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 270 h	Estudiantes por clase 20 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>El Programa de Desarrollo Profesional de Posgrado (PDP) fue instituido en el año 2007 para el conjunto de carreras de Maestría del área de negocios del departamento de posgrados de la UCES, en la que se inserta la Maestría en Negocios Internacionales. El objetivo central del programa es la gestión del currículum mediante valores, destinados a generar una dinámica de enseñanza-aprendizaje que permita a los maestrandos construir competencias para la acción profesional.</p> <p>Otros objetivos que persigue la inclusión de este Programa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr que el alumno construya la metacompetencia de “aprender a aprender” a partir de la reflexión sobre la acción profesional, viabilizando la construcción de competencias profesionales junto a las competencias académicas. • Facilitar a cada alumno la construcción de su plan de carrera profesional a lo largo de su recorrido por la Maestría <p>Las actividades diseñadas para el cumplimiento de los objetivos trazados que se desarrollan en el primer año de la carrera son</p> <p>1.1 Entrevista de inicio: El alumno completa un formulario en el que se le solicita un registro de trayectoria así como una primera formulación de sus objetivos y expectativas profesionales. Este primer documento base constituye el registro de las coordenadas iniciales que el alumno construye, a partir de su reflexión para trazar los parámetros iniciales de su compromiso con el proceso formativo de la maestría en la perspectiva de desarrollar su carrera profesional. Esta primera instancia provee la referencia que servirá al alumno y al equipo docente para el seguimiento y evaluación de trayectoria del alumno en la carrera.</p> <p>1.2 Taller de desarrollo: El alumno participa de un taller de desarrollo cuyos objetivos son los siguientes: Que los alumnos se sensibilicen, comprendan y asimilen los valores rectores del plan de desarrollo profesional: Confianza, Compromiso y Aprender a Aprender. Que los alumnos reconozcan sus estilos de aprendizajes, su capacidad de acción así como las brechas con relación a un desempeño comprometido, la capacidad de crear confianza en las tareas compartidas, y sus posibilidades de realizar aprendizajes de segundo orden (aprendizaje reflexivo). Que los alumnos tomen conciencia del carácter colectivo de los procesos de aprendizaje, el desempeño académico y profesional, y de los recursos cognitivos para la acción aportados por la correcta implementación del trabajo en equipo. Que los alumnos asimilen la importancia de la competencia para autoevaluar el propio desempeño a partir de una apropiación de la heteropercepción de los demás, para superar las rutinas defensivas que obstaculizan los procesos de aprendizaje.</p>				

	<p>Actividad Profesional Transversal: Durante el segundo año de la carrera, a partir de la conformación de equipos autoevaluados, se desarrolla una Actividad profesional. Mientras en 1er. año el alumno se expone en los talleres a situaciones simuladas, a través de la actividad diseñada para segundo año, se integra a una situación laboral real poniendo en juego sus competencias profesionales. El diseño de esta actividad busca los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar al maestrando en el significado de los valores rectores del curriculum. • Realizar un trabajo vivencial en un proceso de aprendizaje reflexivo en una tarea con significado para la comunidad de práctica profesional de referencia. • Realizar un balance de sus competencias para el trabajo en equipo. • Realizar un balance de su desempeño con relación a las principales competencias profesionales de la maestría tematizadas en las materias core. <p>La actividad transversal se realiza en una de las siguientes formas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasantía de 280 horas en la Cámara de Comercio Argentino-Alemana. • Pasantía de 280 horas en una empresa alemana o en una empresa argentina. • Trabajo como “Werkstudent/in” con un total de 280 horas en una empresa. • Elaboración de un plan de exportación a cargo de una empresa argentina (como consultoría estudiantil – trabajo de grupo) con un importe de 280 horas. • Un reporte de 15 páginas y su presentación. El reporte incluye la descripción de la empresa, una reflexión de las actividades del estudiante y un análisis de la carrera con referencia a la actividad transversal (20 horas). <p>La actividad transversal debe enfocarse en actividades internacionales de la entidad, preferiblemente en la contabilidad, el marketing, venta y exportación, importación, la financiación, la gerencia de RRHH.</p>
4	<p>Contenidos:</p> <p>Véase los objetivos</p>
5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>El Programa de Desarrollo Profesional de Posgrado: La modalidad de trabajo será la siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos realizarán una reflexión respecto de su propio comportamiento colectivo e individual a partir de su desempeño en situaciones simuladas centradas en procesos de resolución de problemas, trabajo en equipo y toma colectiva de decisiones. • Observadores docentes realizan una observación del proceso generado por las actividades diseñadas, procurando el registro del alumno, con relación a su capacidad de compromiso, con su competencia para crear confianza en las interacciones y competencia para reflexionar sobre la acción, para lograr aprendizajes ampliando su capacidad de acción. Para este último punto, se administra el test de estilos de aprendizaje diseñado por David Kolb, para facilitar al alumno y a los docentes el registro del estilo de aprendizaje de cada participante. <p>Actividad Profesional Transversal: La actividad se centrará en la realización de una actividad generadora de aprendizajes significativos en el ámbito de la comunidad profesional en la que se inserta la carrera (vg., Elaboración de un plan de negocios de exportación). Esta actividad, deberá tener alguna faceta de investigación en el nivel requerido para el funcionamiento estándar en el desempeño profesional.</p>

6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: /</p> <p>Con respecto a los contenidos : /</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Evaluación del cliente, autoevaluación del estudiante, evaluación de los docentes</p> <p>Notas: aprobado/no aprobado</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Aprobación de la asignatura</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>0/120 (aprobado / non aprobado)</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes</p> <p>Dra Viviana Kluger, N.N.</p>
12	<p>Informaciones adicionales</p> <p>Estas actividades forman el 'proyecto aplicado' del sistema alemán.</p> <p>La cámara argentino-alemana de comercio está preparada para emplear seis estudiantes por año en la institución. Además, hay contactos con empresas alemanes en Buenos Aires.</p>

Auflistung der für die „argentinischen“ Studierenden relevanten und in der bisherigen Übersicht noch nicht beschriebenen Module (von in Buenos Aires beginnenden Studierenden zu belegende Module)

Diese Beschreibungen sind gekürzte Fassungen der argentinischen Akkreditierungsunterlagen

Beschreibung in der jeweiligen Lehrsprache

Operatorio del Comercio Internacional

Homologación: B09-60353 Export Management

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
1.1	75 hs	5	1º	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 32 equiv. ,SWS': 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 43 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>1. CONCEPTUALIZACIÓN:</p> <p>Los niveles de comercio internacional se han intensificado durante los últimos años, como consecuencia de los profundos cambios económicos y políticos a niveles internacionales, como parte de procesos de integración regional y reacomodamientos a nivel global.</p> <p>En este contexto, el dictado de esta materia procura una adecuada formación para poder comprender el ámbito donde estos cambios constantes se desarrollan para llevar a cabo gestiones de negocios internacionales exitosas.</p> <p>2. FINALIDAD DE LA ASIGNATURA:</p> <p>La asignatura tiene por finalidad que los alumnos adquieran capacidades para interpretar y así comprender la dinámica del comercio internacional y, por ende, la normativa aplicable a la Importación y Exportación. El conocimiento adquirido permitirá enfrentar con éxito las distintas situaciones que presentan los negocios internacionales.</p> <p>3. OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer, comprender y aplicar la normativa de comercio exterior. Conocer las operaciones fundamentales que hacen a la práctica de importación y exportación. • Adquirir habilidad en el manejo de las diversas variables (comerciales, bancarias, aduaneras, impositivas, etc.) que hacen a la eficiencia y la eficacia en las actividades de comercio exterior. • Lograr conocimientos y práctica sobre el objetivo final de la empresa: adquirir productos de importación y cotizar/vender productos al exterior. 				

4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Introducción. Sector exterior de Argentina. Evolución de exportaciones e importaciones. Volumen y composición. Un futuro deseable. Política de comercio exterior. Los acuerdos internacionales. El Código Aduanero y su reglamentación. Otras normas complementarias. El proceso de integración y sus distintas etapas. Organismos internacionales de Integración: La Asociación Latino Americana de Integración (ALADI). El Mercado Común del Sur (MERCOSUR). El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). El Sistema Global de Preferencias Comerciales (SGPC).</p> <p>Unidad 2: Nociones sobre el mercado internacional. Participación en Ferias y Exposiciones internacionales. Las misiones comerciales. Las Rondas de negocios. Cómo abordar los mercados del exterior: exportación directa o indirecta. Los intermediarios (Agentes, Representantes, etc.). La Oferta o Cotización internacional. Los términos de comercio internacional: INCOTERMS Logística, Transportes y Seguros Internacionales. Principales modos de transporte. Documentos: Concepto y requisitos. El transporte multimodal. El contenedor. Envases y Embalajes.</p> <p>Unidad 3: El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de las Mercaderías (SADCM). Las Reglas Generales de Interpretación. La Nomenclatura Común MERCOSUR (NCM). La NALADISA. Otras nomenclaturas. La Clasificación de mercaderías. Las Notas Explicativas del SADCM. El Valor en Aduana de la mercadería en importación. Métodos aplicables. El Valor Imponible en operaciones de exportación.</p> <p>Unidad 4: Requisitos para importar y exportar. Territorios aduaneros. Las Áreas o Zonas Francas. Prohibiciones al comercio exterior. Destinaciones aduaneras de Importación y Exportación. Tributos regidos por la legislación aduanera. Regímenes de Defensa comercial (dumping, subvenciones y salvaguardias.): Tributos y cupos. Aplicación. El Régimen de Origen de las mercaderías.</p> <p>Unidad 5: La promoción de las exportaciones. Legislación aplicable. Los impuestos nacionales y el comercio exterior: IVA, Imp. Internos, Imp. a las Ganancias. El Impuesto a los ingresos Brutos. Determinación del costo y fijación del Precio de Exportación. Determinación del total de desembolsos de una importación. Secuencia operativa de una exportación – importación. Régimen financiero del comercio exterior: la actividad bancaria. Principales instrumentos de pago - Concepto – Aplicación. Costo.</p>
5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Las clases serán de carácter Teórico/Práctica. A través de la teoría desarrollada se impartirán casos a resolver con la aplicación de la normativa. Los trabajos serán resueltos en las mismas clases combinado trabajos individuales y de grupo. Se desarrollará el “tema de la semana” de acuerdo al devenir de la actualidad.</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al 75% de las clases. • Aprobar un trabajo práctico y desarrollar resúmenes semanales • Participar activamente en la clase, evidenciando lectura de la bibliografía recomendada • Aprobar un trabajo práctico final, con defensa oral, en caso necesario
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>

9	Utilización de la materia en otras carreras: /
10	Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total): 5/120
11	Docente responsable / otros docentes: Mg. Néstor Pablo Aleksink
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía:</p> <p>Segré, G. y Aleksink, N. (2009) Fundamentos para un proyecto de exportación. Buenos Aires: Editorial Buyatti.</p> <p>Ledesma, Carlos (2007) Nuevos principios y fundamentos de Comercio Internacional Buenos Aires: Editorial Buyatti.</p> <p>Centro de Comercio Internacional (CCI).(2010) "Reglas uniformes para un documento de transporte combinado" (Publicación 298).</p> <p>Carlini, Gabriel (2010) El contrato de compraventa internacional de mercaderías Buenos Aires. Editorial Ábaco.</p> <p>Nomenclador Arancelario Tarifar – versión 2010.</p> <p>Bueno, Miguel (2010) El valor en aduana de la mercaderías Buenos Aires: Editorial IARA – 9na. versión actualizada.</p> <p>Gottifredi, Marcelo (2010) Ley 22.415 Código aduanero comentado Buenos Aires: Editorial Macchi (versión actualizada www.infoleg.gov.ar)</p> <p>Decretos reglamentarios. Otras Disposiciones legales específicas.</p> <p>Torres, Víctor (2008) “Como operar en el MERCOSUR”. Buenos Aires: Editorial Buyatti.</p> <p>Artículos actuales</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Optativa 1: Marketing Internacional

Homologación: B09-60253 International Marketing

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
1.2	75 hs	5	1°	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 32 equiv. ,SWS': 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 43 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incorporar metodología para el análisis interno y externo de la organización. • Desarrollar funciones de marketing y planeamiento en la organización. • Reflexionar acerca de la realidad económica de los países de la región. • Conocer principales aspectos de la variable producto y su interrelación con el plan de marketing. • Incorporar pautas para valuación de tecnologías. • Aproximación a métodos de valuación de las finanzas modernas. • Incorporar metodología para el análisis de sectores industriales. • Conocer pautas para el armado de tableros de comando estratégico y comercial. • Desarrollar herramientas para diagnosticar la salud estratégica del portfolio de negocios. • Entender cómo la segmentación contribuye al logro de acciones comerciales eficientes. • Analizar criterios de segmentación diversos. • Incorporar pautas de posicionamiento de productos en la mente del consumidor. • Incorporar pautas para aumentar el conocimiento de los clientes. • Aproximación a sistemas de información de soporte a iniciativas comerciales regionales. • Analizar motivaciones en las decisiones de compra de productos. • Identificar similitudes y diferencias en las actitudes de grupos étnicos. • Entender cómo marketing opera en la percepción del consumidor. • Conocer principales aspectos de la variable comunicación y su interrelación con el plan de marketing. • Identificar vehículos de comunicación y su utilidad en campañas de marketing. • Incorporar fundamentos de variables de decisión de canales y precios • Interrelacionar las variables producto, plaza, promoción y publicidad analizadas en sesiones anteriores para el desarrollo efectivo de un plan de marketing. • Incorporar pautas para identificar desvíos y realizar el adecuado control del plan. 				

4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Función del Marketing y la Planeación Estratégica en la dirección del negocio internacional: El nuevo papel del Marketing Estratégico. Panorama económico y social en América Latina. Planeación y formulación estratégica. Estrategias genéricas y análisis situacional. Introducción al Plan de Marketing.</p> <p>Unidad 2: Desarrollo de productos: Definición y evolución de Producto. Investigación y desarrollo de producto. Cuantificación del análisis de producto. Desarrollo del Business Case.</p> <p>Unidad 3: Desarrollo de mercado y estrategias: Análisis de la competencia y mercado. Análisis de valor y tablero de mando. Estados de competencia. Análisis de las cuatro arenas (Richard D'aveni). Análisis de portfolio y estrategias genéricas.</p> <p>Unidad 4: Segmentación y posicionamiento: Fundamentos y tipos de segmentación. Análisis del mercado de referencia y definición de mercados meta. Marketing de segmentos, nichos y personalizado. Segmentación vincular.</p> <p>Unidad 5: Herramientas de Marketing y Sistemas de soporte de Negocios: Introducción de conceptos de Marketing Directo y Marketing Relacional. Del Marketing de Masas al Marketing Uno a Uno. El CRM como herramienta clave en la gestión de marketing internacional. Estrategias para el desarrollo de e-commerce y websites. Conceptos de ERP, SCM y GIS.</p> <p>Unidad 6: Visión integrada de la demanda y comportamiento del consumidor: Estrategias de liderazgo. Mercados de consumo y tendencias. Noción y clasificación de necesidades. Concepto de producto con multiatributos. Modelos de actitud y estrategias de cambio.</p> <p>Unidad 7: Comunicaciones de Marketing en el entorno internacional: Análisis de indicadores de promoción y publicidad. El Brief de Promoción y Publicidad. Proceso de planeamiento de medios y análisis de resultados.</p> <p>Unidad 8: Gestión de distribución y precios: Poniendo en marcha el Plan de Marketing: Decisiones relacionadas con longitud y anchura del canal. Fijación de precios. Descripción del producto y valor distintivo. Mercado potencial. Análisis de la Industria. Modelo de Negocio (BC). Equipo directivo y organización. Estado de desarrollo y plan de implantación. Alianzas estratégicas. Estrategia de marketing y ventas. Principales riesgos y estrategias de salida.</p>
---	--

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>1. Las clases serán de carácter Teórico/Práctica. A través de la teoría desarrollada se impartirán casos.</p> <p>2. ETAPAS DEL ANÁLISIS DE CASOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Familiarización con el tema y los protagonistas a través de la lectura y formación de una impresión global y general sobre el caso. • Análisis detenido del relato que debe finalizar con una formulación de los problemas, la naturaleza de las decisiones a tomar y la identificación de los elementos principales que influyen sobre las acciones que se puedan emprender. • Preparación de las recomendaciones operativas para dar solución al caso estudiado. • Examinar con imparcialidad los documentos proporcionados, identificar la información complementaria que necesitan, reflexionar y debatir sobre lo que debería hacerse para solucionar los problemas detectados. <p>Es un proceso pedagógico flexible y abierto, en que las decisiones y soluciones a los problemas no están dadas a priori, sino que pueden cambiar en función de los supuestos teóricos y metodológicos que constituyen el punto de partida.</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Para aprobar la materia el alumno debe obtener una calificación mínima de 6 puntos. En la nota final se tendrá en cuenta el examen escrito (40%), el trabajo de Plan de Marketing (40%) y la participación en clase (20%).</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>Asignatura abierta a estudiantes de varias maestrías</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Guillermo Andrés Loe, MBA</p>

12	<p>Informaciones adicionales</p> <p>Bibliografía:</p> <p>Informe Económico Mensual del IAE, 2011.</p> <p>Dirección de Marketing Kotler P & Keller K, duodécima edición, capítulos 1, 2 y 5.</p> <p>Marketing Estratégico Lambin J, 3ª edición, capítulos 1 y 2.</p> <p>Ventaja Competitiva, Michael Porter, Ed. REI/CECSA, 1998.</p> <p>Valuation, Measuring and Managing the Value of Companies. Copeland, Koller y Murrin. Ed. Wiley, 1996.</p> <p>Marketing Estratégico Wilensky A, Ed. Tesis 3ª edición, capítulos 3, 5.</p> <p>Sistemas de Información Gerencial, O'Brien James, Ed. McGraw Hill, 2003.</p> <p>Marketing Estratégico en Latinoamérica D'Andrea G, capítulos 1 y 3.</p> <p>Publicidad. O'Guinn, Allen y Semenik, Ed. Thomson 1999, capítulos 2, 7 a 9, 12 a 17.</p> <p>Manual de Planificación de Medios, A. Naso, Ed. de las Ciencias, 2002. Capítulos 3 a 7.</p> <p>Casos: por ejemplo: Volvo; Cazalis Leger; Chocolates Arcor.</p> <p>Artículos actuales</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>
----	--

Comercio Internacional

Homologación: B09-60151 International Business Environment

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
1.3	150 h	5	1°	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 32 equiv. ,SWS': 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>La incorporación de esta materia en la Maestría de Negocios Internacionales al comienzo de la carrera permite a los maestrandos incorporar conocimientos fundamentales acerca de las características de las relaciones internacionales en los años recientes, del funcionamiento en ese marco de los organismos financieros y económicos internacionales y de las características de los procesos de integración. El objetivo es lograr la comprensión de un panorama de la economía internacional, de sus tendencias y de sus problemas para, a partir de allí, poder diseñar mejores estrategias de negocios.</p> <p>Se trata de generar un conocimiento de base del contexto para el desarrollo de los negocios, que sirva como introducción general a toda la carrera y sobre la que, en las asignaturas siguientes, puedan articularse los contenidos específicos relativos a los negocios internacionales.</p> <p>La asignatura permite comprender y explicar los fundamentos de la estructura de relaciones internacionales como análisis de la realidad global. También busca brindar un panorama de los cambios tecnológicos, las tendencias comerciales, los flujos de inversión y las corrientes financieras que delinear la realidad económica mundial actual.</p> <p>Se estudiarán las relaciones de cooperación económica internacional en los ámbitos monetario, comercial y para el desarrollo. Finalmente, se abordarán los nuevos problemas de la estructura económica internacional.</p> <p>Particular importancia se le dará al contexto de la región y la Argentina en su imbricación en las estructuras económicas internacionales.</p>				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Evolución histórica e institucional de las relaciones económicas internacionales</p> <p>Unidad 2: De la crisis internacional de finales de los 60 a la situación actual</p> <p>Unidad 3: Los organismos internacionales, historia, rol y perspectivas. El rol de la moneda clave en las relaciones internacionales</p> <p>Unidad 4: Firmas transnacionales y economía internacional</p> <p>Unidad 5: Cambios y crisis en la economía norteamericana</p> <p>Unidad 6: La Unión Europea: Modelo exitoso o reestructuración regresiva</p> <p>Unidad 7: La expansión de los países asiáticos</p> <p>Unidad 8: América Latina.</p> <p>Unidad 9: Evolución histórica e institucional del MERCOSUR</p> <p>Unidad 10: Comercio internacional y desarrollo económico. La inserción externa de la Argentina.</p>				

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>La primera parte del curso se propone dar un panorama de la historia de las relaciones internacionales, tomando el comercio como hilo conductor para explicar como se articulan las relaciones monetarias, financieras y políticas en etapas específicas de expansión y de crisis. Esa parte del curso se basa fundamentalmente en exposiciones del docente y discusiones posteriores con el grupo de alumnos.</p> <p>La segunda parte del curso tratará problemas contemporáneos de los principales bloques de comercio: su inserción internacional, sus políticas comerciales, sus estructuras macroeconómicas, sus perspectivas de transformación, etcétera. En esta segunda parte, los alumnos deberán preparar trabajos grupales, que serán expuestos en la clase y sometidos luego a discusiones con el resto de los maestrandos.</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Para la aprobación de la asignatura cada alumno requerirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al 75% de las clases. • Participar activamente en la clase, evidenciando lectura de la bibliografía recomendada. • Presentar en tiempo y forma y defender adecuadamente los trabajos especiales que se solicitarán oportunamente
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Dr. Andrés Musacchio y Dra. Noemi Brenta</p>
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía:</p> <p>Ashworth, Williams, Breve historia de la economía internacional, México, varias ediciones. Cap. X.</p> <p>Rapoport, Mario, Tiempos de crisis, vientos de cambio, Buenos Aires, 2002. Cap. 1.1</p> <p>Lipietz, Alain, “O mundo do posfordismo”, En ensaios FEE 1/97, Porto Alegre.</p> <p>Altvater, Elmar y Mahnkopf, Birgit, La globalización de la inseguridad, Buenos Aires, 2008, introducción y capítulo 1.</p> <p>Julio Sevares, El imperio de las finanzas, Buenos Aires, 2005.</p> <p>Becker, Joachim, El golpe del capital. Las crisis financieras en el Cono sur y sus salidas, Montevideo, 2007</p> <p>Brenta, Noemi, Argentina Atrapada. Historia de las Relaciones con el FMI 1956-2006, Buenos Aires, 2008.</p>

Blaas Wolfgang y Becker, Joachim, Strategic Arena Switching in International Trade Negotiations, Hampshire, 2006.

Raza, Werner, "European Union Trade Politics: Pursuit of Neo-mercantilism in Different Fora?", en Blaas Wolfgang y Becker, Joachim, Strategic Arena Switching in International Trade Negotiations, Hampshire, 2006.

Musacchio, Andres, "Riesgos y beneficios de una integración monetaria en el Mercosur: reflexiones a la luz de la experiencia europea" Ciclos en la Historia, la Economía y la Sociedad N° 33-34, segundo semestre de 2008.

Gao, Weiyu y Li, Xiaolin, "China's Economic Development, Trade and Foreign Investment", en Blaas Wolfgang y Becker, Joachim, Strategic Arena Switching in International Trade Negotiations, Hampshire, 2006.

Musacchio, Andres, Fiszbein, Martin y Braude, Hernan, "La expansión comercial con Asia. ¿Una estrategia novedosa o parche para el viejo modelo?", Informe Económico IMA N° XXVI, Buenos Aires, noviembre/diciembre de 2004.

Treber, Salvador, Economía mundial, claves para el siglo XXI, Buenos Aires, 2006.

French-Davis, Ricardo, Reformas para America Latina: despues del fundamentalismo liberal, Buenos Aires, 2005.

Balassa, Bela y otros, Hacia una renovación del crecimiento económico en América Latina, México, 1986

Ruiz Caro, Ariela, "Riesgos y desafíos de las negociaciones del TLC entre la Comunidad Andina y Estados Unidos", en Ciclos en la Historia, la Economía y la Sociedad N° 33-34, segundo semestre de 2008.

Rueda, Fernando, "El proyecto de Union Aduanera Centroamericana: mas alla de la retorica", en Roy, Joaquin, Llados, Jose y Peña, Felix, La Union Europea y la integracion regional, Buenos Aires, 2005.

Musacchio, Andres, "De la ALALC al Mercosur. La experiencia argentina", en Mario Rapoport y Hernán Colombo (compiladores), Nación-región-provincia en Argentina. Pensamiento político, económico y social, Buenos Aires, 2007.

Saludjian, Alexis, Hacia otra integracion sudamericana, Buenos Aires, 2004.

Faria, Luiz, "Política exterior y desarrollo. Brasil en el (nuevo?) orden internacional", Ciclos en la Historia, la Economía y la Sociedad N° 33-34, segundo semestre de 2008.

Musacchio, Andres y Robert, Veronica, "Opciones de inserción internacional y desarrollo económico y social en la Argentina del siglo XXI: Rupturas y continuidades después de la devaluación", en Julio C. Neffa y Hector Cordone (comp.), Escenarios de salida de la crisis y estrategias alternativas de desarrollo para la Argentina, Buenos Aires, 2006.

Artículos actuales

A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.

Optativa 2: Gestión estratégica de RRHH

Homologación: B09-60355 Leadership and HRM

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
1.4	150 hs	5	1º	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 32 equiv. ,SWS': 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Objetivos didácticos / competencias</p> <p>Lograr que el maestrando desarrolle, integre y contextualice habilidades, actitudes y competencias profesionales relacionadas con una gestión estratégica de los recursos humanos con el propósito de incorporar nuevas visiones y perspectivas de análisis que le permitan operar más eficazmente en entornos organizacionales complejos y desafiantes.</p> <p>Lograr que el maestrando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analice las políticas de los recursos humanos en función de los requerimientos y estrategias del negocio y las nuevas tendencias • Comprenda la nueva forma de interacción entre la Gerencia de personas y las Gerencias de línea y analizar herramientas concretas para gestionar y medir el impacten los resultados del negocio • Incorpore el concepto de Servicio al cliente interno • Entienda la importancia del adecuado balance entre los objetivos de las personas y los objetivos de la empresa • Conozca las distintas herramientas de gestión estratégica de recursos humanos • Introduzca la reflexión ética como un elemento esencial de la visión estratégica • Desarrolle competencias profesionales específicas tales como: <ul style="list-style-type: none"> – visión estratégica y de planeación de recursos humanos – capacidades para ejercer el liderazgo – capacidades de relacionamiento – habilidades para motivar personas y equipos (empowerment) – habilidades de comunicación – capacidades para gestionar el cambio – capacidades de gestión multicultural – formulación de planes de entrenamiento y desarrollo – habilidades para seleccionar personas y equipos de trabajo 				

4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Nuevos desafíos de la Gestión de personas Unidad 2: Planeamiento estratégico de recursos humanos Unidad 3: Reclutamiento y Selección desde una perspectiva estratégica Unidad 4: Evaluación del Desempeño humano Unidad 5: Diseño de puestos y evaluación Unidad 6: Gestión estratégica de la compensación Unidad 7: Trabajo en equipo Unidad 8: Formación y desarrollo del individuo desde una perspectiva estratégica Unidad 9: La gestión de carreras desde una perspectiva estratégica Unidad 10: El futuro de la gestión de personas</p>
5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Exposiciones participativas: presentación de los temas con debate, videos, reflexión y conclusiones Estudio de casos: para la práctica del proceso de análisis. Actividades grupales: Aplicación de herramientas prácticas, lectura de libros. Presentación de trabajos: para el desarrollo personal y grupal de liderazgo y trabajo en equipo.</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Trabajo individual</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de un caso integrador • Concepto individual de su participación en clase <p>Trabajo grupal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resolución de casos • Concepto de trabajo y rendimiento del equipo • Presentación oral sobre un libro preseleccionado que tenga relación con el contexto de la materia.
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>Asignatura abierta a estudiantes de varias maestrías</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Juan José Lauro, MBA / Dr. Raúl Drincovich</p>

11	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía:</p> <p>Bohlander George y Snell Scott “Administración de los Recursos Humanos. Ed. Thompson</p> <p>Robbins Stephen “Comportamiento Organizacional”</p> <p>Argyris Chris “Conocimiento para la Acción” Ed. Granica 2009</p> <p>Bauman, Zygmunt. “La Sociedad Sitiada” Ed. Fondo de Cultura Economica 2008</p> <p>Collins Jim “Empresas que Sobresalen” Ed. Norma 2009</p> <p>Cortese, Horacio “Coaching & Aprendizaje Organizacional” Ed. Temas 2007</p> <p>Davis K. “Comportamiento Humano en el Trabajo” Ed. Mc. Graw Hill</p> <p>Dolan J, Schuller “La gestión de los recursos humanos” Ed. Mc. Graw Hill</p> <p>Fernández Araoz, Claudio “Rodéate de los mejores” Ed. LID 2008</p> <p>Gadow Fabiana “Dilemas La Gestión del Talento en Tiempos de Cambio” Ed. Granica 2010</p> <p>Senge, Peter “La quinta disciplina” Gránica, Barcelona. 1994</p> <p>Senge, Peter “La danza del cambio”</p> <p>Senge, Peter “La Revolución Necesaria” Ed. Norma 2009</p> <p>Ulrich Dave “Recursos Humanos Champions” Ed. Granica 1997</p> <p>Ulrich, Dave, Losey M. “El futuro de la dirección de RRHH” Ed. Gestión 2000</p> <p>Valle Herrera R ”La gestión estratégica de los Recursos Humanos” Ed. Pearson</p> <p>Artículos actuales</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>
----	--

Deutsche Sprache und Kultur 1					
Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
	150 hs	5	1°	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 60 equiv. ‚SWS‘: 4	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90 h	Estudiantes por clase 15 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: Deutsch und Spanisch				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>Ziele: Erlernen der deutschen Sprache. Nach Abschluss des Moduls sind folgende Sprachkompetenzen vorhanden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. • Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. • Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. <p>Kenntnisse der deutschen Kultur und Wissen über die deutsche Gesellschaft. Im Sprachunterricht wird zudem allgemeines Wissen über Deutschland vermittelt.</p>				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Das Modul wird in Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut in Buenos Aires angeboten. Die Inhalte entsprechen den Standard-Inhalten der vom Goethe-Institut angebotenen Kurse.</p>				

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Das Goethe-Institut in Buenos Aires bietet folgende Kursformen an: Wir empfehlen den Studierenden den Kurstyp „Extensiv“.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kurstyp</th> <th>wie lange?</th> <th>Fortschritt</th> <th>wann?</th> <th>wer?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Extensiv</td> <td>16 Wochen 4 *UE pro Woche</td> <td>1/2 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Semiintensiv</td> <td>16 Wochen 8 *UE pro Woche</td> <td>1 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Modul</td> <td>16 Wochen 2 *UE pro Woche</td> <td>1/3 Stufe</td> <td>März bis Juli; Juli bis November</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Intensiv</td> <td>3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche</td> <td>1/2 oder 1 Stufe</td> <td>Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Jugendkurs</td> <td>16 Wochen 4 *UE pro Woche</td> <td>1/2 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Firmenkurs</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Kurstyp	wie lange?	Fortschritt	wann?	wer?	Extensiv	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN	Semiintensiv	16 Wochen 8 *UE pro Woche	1 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN	Modul	16 Wochen 2 *UE pro Woche	1/3 Stufe	März bis Juli; Juli bis November	bis max. 16 KTN	Intensiv	3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche	1/2 oder 1 Stufe	Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember	bis max. 16 KTN	Jugendkurs	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN	Firmenkurs				
Kurstyp	wie lange?	Fortschritt	wann?	wer?																																
Extensiv	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN																																
Semiintensiv	16 Wochen 8 *UE pro Woche	1 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN																																
Modul	16 Wochen 2 *UE pro Woche	1/3 Stufe	März bis Juli; Juli bis November	bis max. 16 KTN																																
Intensiv	3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche	1/2 oder 1 Stufe	Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember	bis max. 16 KTN																																
Jugendkurs	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN																																
Firmenkurs																																				
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: keine</p> <p>Con respecto a los Contenidos : keine</p>																																			
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Tests des Goethe-Instituts</p>																																			
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Das Goethe-Institut bestätigt die Niveaustufe.</p>																																			
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>																																			
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>0/120 (bestanden/nicht bestanden)</p>																																			
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>/</p>																																			
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Die Hochschulen setzen auf das Engagement der Teilnehmer. Da nach jetzigem Stand der Planung die Vergabe des DAHZ-Stipendiums an das Erreichen der Niveaustufe A2 im dritten Semester gebunden werden soll, ist der Anreiz für die Teilnehmer immens.</p>																																			

Derecho de los Negocios Internacionales

Homologación: B09-60254 International Business Law

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
1.6	150 hs	5	2°	Agosto-Diciembre	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 32 equiv. „SWS“: 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>La presente asignatura tiene por finalidad brindar las nociones básicas del Derecho de los Negocios Internacionales para que los maestrandos sean capaces de detectar, en la práctica, situaciones que pueden llegar a generar conflictos de índole jurídica en el desarrollo de los negocios internacionales.</p> <p>OBJETIVOS GENERALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que el maestrando desarrolle y conozca los principales conceptos teóricos que hacen a la asignatura. • Que el maestrando adquiera los conocimientos esenciales del Derecho Internacional Privado y de la Integración. • Que el maestrando analice las cuestiones jurídicas más importantes en el comercio internacional y regional. <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que el maestrando adquiera las habilidades jurídicas indispensables para operar y asesorar en el mundo de los negocios internacionales. • Que el maestrando pueda identificar situaciones potencialmente conflictivas en el desarrollo de la negociación internacional. • Que el maestrando adquiera conocimientos básicos sobre las técnicas fundamentales sobre resolución de controversias en materia de negociación internacionales. 				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: INTRODUCCIÓN AL DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO Y A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES</p> <p>Unidad 2: CONTRATOS INTERNACIONALES</p> <p>Unidad 3: RÉGIMEN INTERNACIONAL DE LAS SOCIEDADES</p> <p>Unidad 4: RÉGIMEN INTERNACIONAL DE LA INSOLVENCIA</p> <p>Unidad 5: DERECHO PROCESAL INTERNACIONAL. JURISDICCIÓN INTERNACIONAL</p> <p>Unidad 6: RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN MATERIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.</p> <p>OMC. ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL</p>				

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>La presente asignatura adoptará la modalidad teórico – práctica. Las clases teóricas serán desarrolladas por los docentes a cargo del curso. En todas las clases de índole teórica se requerirá y estimulará la participación activa de los alumnos. Para ello, con una prudencial anticipación, los alumnos contarán con los elementos necesarios: material bibliográfico y documentación pertinente. Asimismo, se realizarán trabajos y actividades prácticas bajo la coordinación de los profesores del curso. Principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de casos jurisprudenciales relevantes, a la luz de un cuestionario que se le proporcionará al maestrando. • Análisis de contratos internacionales, en particular, con la finalidad de identificar posibles cláusulas patológicas frecuentes. <p>Realización de casos prácticos hipotéticos y sencillos para comprobar la correcta comprensión de los temas desarrollados en cada clase.</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Para la aprobación de la asignatura cada maestrando requerirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al 80% de las clases. • Participar activamente en la clase, evidenciando lectura de la bibliografía recomendada. A tales fines, se solicitaran fichas de lectura y/o se realizarán test de comprobación de lectura en los minutos iniciales de cada clase. • Cumplir con la entrega del 80% de los trabajos prácticos solicitados (individuales o grupales, presenciales o domiciliarios). <p>Realizar un trabajo final individual en el que cada alumno investigará sobre un tema vinculado a los desarrollados en el curso, el que será asignado por los docentes a cargo con la debida antelación, a propuesta del maestrando. La realización de dicho trabajo requerirá recolección de información, análisis crítico de la bibliografía consultada y la elaboración de un planteo personal con conclusiones y reflexiones propias. Dicho trabajo será defendido oralmente.</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Dra Viviana Kluger; Dra Sara Lidia Feldstein de Cárdenas; Flavia Andrea Medina; Dra Luciana Beatriz Scotti; Dra Mónica Rodríguez</p>

12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía obligatoria</p> <p>BIOCCA, Stella Maris, CÁRDENAS, Sara Lidia y BASZ, Victoria, Lecciones de Derecho Internacional Privado, 2ª edición, Ed. Universidad, Buenos Aires, 1997</p> <p>Artículos actuales</p> <p>BAZALDÚA, Ricardo X., "En torno al derecho de la integración", en Revista de Estudios Aduaneros N° 10, Instituto Argentino de Estudios Aduaneros, Buenos Aires, 1997, p. 89.</p> <p>FELDSTEIN de CÁRDENAS, Sara L. y SCOTTI, Luciana B., "Armonización legislativa en el MERCOSUR: La interacción entre el Derecho Internacional Privado y el Derecho Comparado", en Suplemento mensual de Derecho Internacional Privado y de la Integración N° 16, Diario Jurídico elDial: www.eldial.com, Ed Albremática, fecha de publicación: 25 de noviembre de 2005.</p> <p>FELDSTEIN de CÁRDENAS, Sara Lidia, "El Derecho Internacional Privado y los Procesos de Integración Regional", en Revista Síntesis Forense del Colegio de Abogados de San Isidro N° 85.</p> <p>FREELAND LÓPEZ LECUBE, Alejandro, "De la primacía y el efecto directo en el ordenamiento jurídico comunitario", en Separata de la Revista Jurídica de Buenos Aires 1991-III, Ed. Abeledo Perrot, p. 107.</p> <p>SCOTTI, Luciana B., "La integración regional y el Derecho de la Integración. El caso del MERCOSUR: luces y sombras", en Suplemento mensual de Derecho Internacional Privado y de la Integración N° 18, Diario Jurídico elDial: www.eldial.com, Ed Albremática, fecha de publicación: 31 de marzo de 2006</p> <p>Contratos internacionales, Ed. Abeledo Perrot, 1995, y www.lexisnexis.com.ar, 2002.</p> <p>BOGGIANO, Antonio, Sociedades y grupos multinacionales, Ed. Depalma, Buenos Aires, 1985.</p> <p>"El Derecho Internacional Privado de las sociedades", en ED t. 68, p. 847 y ss.</p> <p>"Concursos con repercusión transnacional. La Ley modelo de la CNUDMI (UNCITRAL) sobre Insolvencia transfronteriza", en www.iiiglobal.org</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>
----	--

Economía Internacional Monetaria

Homologación: B09-60561 Economía Internacional Monetaria

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
1.7	150 hs	5	2º	Agosto-Diciembre	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase („Kontaktzeit“) Horas: 32 equiv. „SWS“: 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>La finalidad de esta asignatura es introducir a los alumnos en el análisis macroeconómico y financiero, específicamente en el marco de las economías abiertas.</p> <p>Se trabajarán distintos tópicos económicos y financieros internacionales, considerando las cuestiones vinculadas al nuevo orden internacional y el origen monetario de las diversas crisis ocurridas.</p> <p>En este sentido, se considera que en una Maestría en Negocios Internacionales, el conocimiento de la situación macroeconómica y financiera internacional constituye un tópico necesario para abordar cualquier estudio de negocios, máxime teniendo en cuenta el actual contexto caracterizado por profundos y rápidos cambios de las principales variables que definen la situación económica de un país (principalmente: tasas de interés, tipo de cambio y nivel general de precios).</p> <p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que los alumnos puedan vincular los conceptos teóricos con la realidad económica nacional e internacional. 				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Globalización Financiera, Finanzas Internacionales y Crisis Económicas y Financieras</p> <p>Unidad 2: Principales conceptos y terminología utilizada en la economía internacional</p> <p>Unidad 3: Interrelación entre tasas de interés, tasas de inflación y tipos de cambio. La Paridad del Poder Adquisitivo. La Paridad de la Tasa de Interés</p> <p>Unidad 4: El tipo de cambio real y el impacto en la valuación de empresas</p> <p>Unidad 5: Riesgos. Posiciones abiertas, cobertura natural y contratos de seguros</p> <p>Unidad 6: Cobertura de Riesgos. Instrumentos derivados: Futuros, Forwards y Swaps</p> <p>Unidad 7: Cobertura de Riesgos. Instrumentos derivados: Opciones</p>				

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>El curso es teórico-práctico. Los temas serán abordados desde una perspectiva analítica y complementados con lecturas de artículos y trabajos prácticos relacionados con la situación económica actual.</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Cada alumno deberá:</p> <p>a) Cumplir con el 75% de asistencias (25%),</p> <p>b) Realizar un trabajo individual de investigación, a partir de materiales provistos anticipadamente por la cátedra (material académico) y su conexión con artículos científicos y/o de divulgación sobre temas de actualidad monetaria nacional e internacional. Deberán interpretar consignas y fundamentar sus opiniones personales (25%),</p> <p>c) Examen escrito (50%)</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Magister Fabián Marcelo Bello</p>
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía obligatoria</p> <p>Finanzas Corporativas. Un Enfoque Latinoamericano (Alfaomega, 2010)</p> <p>Finanzas Corporativas, Brealey, Myers (McGrawHill, 1998. Capítulo34)</p> <p>Gestión de Riesgo, Lorenzo Preve (Temas Grupo Editorial SRL, 2009)</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Evaluación de Inversiones

Homologación: B09-60155 Corporate Finance and Investment

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
1.9	150 hs	5	2º	Agosto-Diciembre	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 32 equiv. ,SWS': 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>La presencia de la asignatura en la maestría de Negocios Internacionales se justifica en función de la necesidad que tienen los maestrandos en negocios internacionales de comprender y manejar los problemas de tipos financieros que se presentan en toda actividad humana y muy especialmente en las de índole empresarial orientada hacia los negocios internacionales. Ello en función de que cuanto más conozcan de las técnicas de evaluación de proyectos, más elementos tendrán para hacer un uso eficiente de sus recursos.</p> <p>Objetivos generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr una orientación integradora entre distintas disciplinas (por ejemplo entre finanzas y contabilidad, marketing, etc.) • Desarrollar un enfoque propicio para la evaluación financiera de proyectos de inversión. • Tomar decisiones financieras ya sean de inversiones, de financiamientos, de dividendos. • Originar soluciones innovadoras ante las demandas provenientes de la organización y del medio. • Evaluar cual es la mejor alternativa financiera para ver incrementado el valor de la empresa y resolver los conflictos de interés que puedan surgir. • Examinar las herramientas necesarias para evaluar proyectos para respaldar decisiones de inversión y financiamiento. • Desarrollar habilidades para identificar los aspectos relevantes de un proyecto, participar de la formulación, realizar el análisis y la evaluación, estableciendo su viabilidad y las alternativas factibles de financiamiento. • Analizar los principales criterios de evaluación, sus ventajas y limitaciones, evaluando los principales problemas que surgen en una evaluación y la forma de resolverlos. 				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Introducción a la formulación y evaluación de proyectos Unidad 2: El proceso de preparación y evaluación de proyectos Unidad 3: Los elementos del análisis de decisiones de inversión Unidad 4: Criterios para el análisis de inversiones Unidad 5: Consideraciones técnicas adicionales referidas a la tasa de rentabilidad Unidad 6: Definición del flujo de fondos Unidad 7: Análisis de inversiones en condiciones de riesgo Unidad 8: Análisis de inversiones en condiciones de incertidumbre</p>				

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Clase expositiva – dialogada: se procurará que las clases teóricas sean participativas, fomentando la intervención del maestrando en los debates, aspecto que se podrá reforzar mediante la exposición de trabajos por parte de los maestrandos.</p> <p>Resolución de trabajos prácticos: cada uno de los alumnos resolverá según el caso presentado en forma individual o en grupo en cada una de las clases un trabajo práctico en que se aplicará la teoría dada. Por lo tanto todas las clases son teóricas – prácticas para que el profesional pueda fijar los conocimientos dados con anterioridad.</p> <p>Investigación: se conformarán equipos que serán responsables, en forma solidaria, del desarrollo de sus respectivos trabajos. Se realizará un trabajo en que se aplicará algunas de las técnicas vistas en la asignatura para algún caso real</p>
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Para la aprobación de la asignatura cada alumno requerirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia al 75% de las clases • Participar activamente en la clase, evidenciando lectura de la bibliografía recomendada. • Aprobar el trabajo final solicitado, con defensa oral, en caso de corresponder
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Dra. MG.AD. Y EC. Alicia Elsa Rey</p>
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía obligatoria</p> <p>Sapag Chain, NyR, Preparación y evaluación de proyectos, 5º Edición / 2008, Chile, Mcgraw-Hill,</p> <p>Baca Urbina, G, Evaluación de proyectos, 5º Edición / 2006, Mcgraw-Hill</p> <p>Pascale, Ricardo, Decisiones Financieras, 1º Edición / 2005, Edicon</p> <p>Duvigneau, J C, “Pautas para calcular las tasas de rendimiento...”, Doc Técnico nro 33S, Banco Mundial, capítulo 5</p> <p>Villarreal, Arturo, Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, 1991, Norma, capítulos 3, 4, 5 y 11</p> <p>Varela, Rodrigo, Evaluación económica de proyectos de inversión, 6º Edición / 1998, Iberoamerican</p> <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Deutsche Sprache und Kultur 2

Homologación: Deutsche Sprache und Kultur 2

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
	150 hs	5	2°	Agosto-Diciembre	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 60 equiv. ,SWS': 4	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90 h	Estudiantes por clase 15 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: Deutsch und Spanisch				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>Ziele:</p> <p>(1) Erlernen der deutschen Sprache (A2). Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • in alltäglichen Situationen einfache Fragen, Mitteilungen, Nachrichten am Telefon, Informationen aus dem Radio und kurze Gespräche verstehen, • die wichtigsten Informationen aus schriftlichen Kurzmitteilungen, Anzeigen, Beschreibungen, Briefen und einfachen Zeitungsartikeln entnehmen, • kurze persönliche Mitteilungen schreiben, • dich im Gespräch vorstellen und Fragen zu deiner Person beantworten, • in Gesprächen zu Themen, die dich betreffen, einfache Fragen stellen und beantworten, • im Alltagsleben gebräuchliche Bitten, Aufforderungen oder Fragen formulieren und darauf antworten oder reagieren. <p>(2) Kenntnisse der deutschen Kultur und Wissen über die deutsche Gesellschaft. Im Sprachunterricht wird zudem allgemeines Wissen über Deutschland vermittelt.</p>				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Das Modul wird in Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut in Buenos Aires angeboten. Die Inhalte entsprechen den Standard-Inhalten der vom Goethe-Institut angebotenen Kurse.</p>				

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Das Goethe-Institut in Buenos Aires bietet folgende Kursformen an: Wir empfehlen den Studierenden den Kurstyp „Extensiv“. Zudem sollten die Studierenden in den „Sommerferien“ zwischen dem 2. und 3. Semester nach Möglichkeit einen Intensivkurs besuchen.</p> <table border="1" data-bbox="284 432 1508 1160"> <thead> <tr> <th>Kurstyp</th> <th>wie lange?</th> <th>Fortschritt</th> <th>wann?</th> <th>wer?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Extensiv</td> <td>16 Wochen 4 *UE pro Woche</td> <td>1/2 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Semiintensiv</td> <td>16 Wochen 8 *UE pro Woche</td> <td>1 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 14 KTN</td> </tr> <tr> <td>Modul</td> <td>16 Wochen 2 *UE pro Woche</td> <td>1/3 Stufe</td> <td>März bis Juli; Juli bis November</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Intensiv</td> <td>3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche</td> <td>1/2 oder 1 Stufe</td> <td>Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember</td> <td>bis max. 14 KTN</td> </tr> <tr> <td>Jugendkurs</td> <td>16 Wochen 4 *UE pro Woche</td> <td>1/2 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Firmenkurs</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Kurstyp	wie lange?	Fortschritt	wann?	wer?	Extensiv	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN	Semiintensiv	16 Wochen 8 *UE pro Woche	1 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 14 KTN	Modul	16 Wochen 2 *UE pro Woche	1/3 Stufe	März bis Juli; Juli bis November	bis max. 16 KTN	Intensiv	3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche	1/2 oder 1 Stufe	Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember	bis max. 14 KTN	Jugendkurs	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN	Firmenkurs				
Kurstyp	wie lange?	Fortschritt	wann?	wer?																																
Extensiv	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN																																
Semiintensiv	16 Wochen 8 *UE pro Woche	1 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 14 KTN																																
Modul	16 Wochen 2 *UE pro Woche	1/3 Stufe	März bis Juli; Juli bis November	bis max. 16 KTN																																
Intensiv	3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche	1/2 oder 1 Stufe	Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember	bis max. 14 KTN																																
Jugendkurs	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN																																
Firmenkurs																																				
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: keine</p> <p>Con respecto a los Contenidos : Niveau A1</p>																																			
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Tests des Goethe-Instituts</p>																																			
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Das Goethe-Institut bestätigt die Niveaustufe.</p>																																			
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>																																			
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>0/120 (bestanden/nicht bestanden)</p>																																			
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>/</p>																																			
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Die Hochschulen setzen auf das Engagement der Teilnehmer. Da nach jetzigem Stand der Planung die Vergabe des DAHZ-Stipendiums an das Erreichen der Niveaustufe A2 im dritten Semester gebunden werden soll, ist der Anreiz für die Teilnehmer immens.</p>																																			

Finanzas Corporativas e Internacionales

Homologación: B09-60252 International Corporate Finance

Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
2.2	150 hs	5	2º	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas de clase Horas: 32 equiv. ,SWS': 2	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 118 h	Estudiantes por clase 25 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>Abordar de manera simple y consistente los complejos temas relacionados con el campo financiero, tanto por parte de profesionales que se inician en este campo como por aquellos que cuentan con un considerable grado de especialización en la materia. El método seleccionado para realizar este abordaje procura conjugar equilibradamente la agilidad con la rigurosidad del análisis. Los abundantes ejemplos prácticos y numéricos incluidos en cada módulo, ilustran los distintos conceptos vinculados a los mercados de capitales y permiten una rápida aproximación al complejo mundo de las finanzas nacionales e internacionales.</p> <p>OBJETIVOS GENERALES:</p> <p>a) Familiarizarse con los principales instrumentos financieros que ofrece la teoría financiera.</p> <p>b) Comprender los distintos estados contables que permiten analizar la realidad económica y financiera de una empresa.</p> <p>c) Describir las características de los distintos instrumentos de financiación e inversión que se encuentran disponibles para una empresa en los mercados de capitales nacional e internacional.</p> <p>d) Estudiar los diferentes instrumentos financieros derivados que permiten a una empresa cubrirse de las distintas clases de riesgo que enfrentan en el mercado interno y en nacional e internacional.</p>				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Unidad 1: Estados Contables y Análisis de Estados Contables</p> <p>Unidad 2: Planificación Financiera de la Empresa en el Largo Plazo</p> <p>Unidad 3: Herramientas básicas de Matemática Financiera</p> <p>Unidad 4: Valor Tiempo del Dinero</p> <p>Unidad 5: Técnicas de Evaluación de Proyectos de Inversión</p> <p>Unidad 6: Bonos</p> <p>Unidad 7: Sistema de Amortización de Préstamos</p> <p>Unidad 8: Riesgo y Rendimiento</p> <p>Unidad 9: Costo de Capital</p> <p>Unidad 10: Valuación de Empresas</p> <p>Unidad 11: Instrumentos Financieros Derivados I: Futuros</p> <p>Unidad 12: Finanzas Internacionales</p>				
5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>El curso es teórico-práctico. Los temas serán abordados desde una perspectiva analítica y complementados con lecturas de artículos y trabajos prácticos relacionados con la situación económica actual.</p>				

6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: ningún</p> <p>Con respecto a los Contenidos : ningún</p>
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Consistirá en la realización de un Trabajo Práctico individual con una posterior Defensa Oral del mismo, previéndose su realización hacia el final del curso</p>
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>El estudiante tiene un total de 51 puntos (de 100).</p>
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>5/120</p>
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>Magister Fabián Marcelo Bello</p>
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Bibliografía obligatoria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzas Corporativas – Guillermo Dumrauf (Grupo Guía). • Principios de Finanzas Corporativas – Brealey, Myers, Allen (McGraw Hill). • Finanzas Corporativas – Ross, Westerfield, Jaffe (McGraw Hill). • Principios de Valoración de Empresas – Xavier Adsera, Pere Viñolas (Deusto). • Administración de Carteras de Inversión – Marcelo Elbaum (Ediciones Macchi). • Ingeniería Financiera. La Gestión en los Mercados Financieros Internacionales – Luis Díez de Castro, Juan Mascareñas Perez Iñigo (McGraw Hill). • Inversiones. Análisis de Inversiones Estratégicas – Werner Ketelhöhn, J. Nicolás Marín, Eduardo Luis Montiel (Grupo Editorial Norma). <p>A detailed list of reading assignments is provided in the syllabus.</p>

Deutsche Sprache und Kultur 3					
Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
	150 hs	5	3°	Abril-Julio	1 cuatrimestre
1	Enseñanza seminario	Horas lectivas (Kontaktzeit) Horas: 60 equiv. ‚SWS‘: 4	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90 h	Estudiantes por clase 15 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: castellano				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>Ziele:</p> <p>Erlernen der deutschen Sprache. Nach Abschluss des Moduls sind folgende Sprachkompetenzen vorhanden (A2/B1):</p> <ul style="list-style-type: none"> • in alltäglichen Situationen einfache Fragen, Mitteilungen, Nachrichten am Telefon, Informationen aus dem Radio und kurze Gespräche verstehen, • die wichtigsten Informationen aus schriftlichen Kurzmitteilungen, Anzeigen, Beschreibungen, Briefen und einfachen Zeitungsartikeln entnehmen, • kurze persönliche Mitteilungen schreiben, • dich im Gespräch vorstellen und Fragen zu deiner Person beantworten, • in Gesprächen zu Themen, die dich betreffen, einfache Fragen stellen und beantworten, • im Alltagsleben gebräuchliche Bitten, Aufforderungen oder Fragen formulieren und darauf antworten oder reagieren. • Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. <p>Kenntnisse der deutschen Kultur und Wissen über die deutsche Gesellschaft. Im Sprachunterricht wird zudem allgemeines Wissen über Deutschland vermittelt.</p>				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Das Modul wird in Zusammenarbeit mit dem Goethe-Institut in Buenos Aires angeboten. Die Inhalte entsprechen den Standard-Inhalten der vom Goethe-Institut angebotenen Kurse.</p>				

5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Das Goethe-Institut in Buenos Aires bietet folgende Kursformen an: Wir empfehlen den Studierenden den Kurstyp „Extensiv“.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kurstyp</th> <th>wie lange?</th> <th>Fortschritt</th> <th>wann?</th> <th>wer?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Extensiv</td> <td>16 Wochen 4 *UE pro Woche</td> <td>1/2 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Semiintensiv</td> <td>16 Wochen 8 *UE pro Woche</td> <td>1 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 14 KTN</td> </tr> <tr> <td>Modul</td> <td>16 Wochen 2 *UE pro Woche</td> <td>1/3 Stufe</td> <td>März bis Juli; Juli bis November</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Intensiv</td> <td>3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche</td> <td>1/2 oder 1 Stufe</td> <td>Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember</td> <td>bis max. 14 KTN</td> </tr> <tr> <td>Jugendkurs</td> <td>16 Wochen 4 *UE pro Woche</td> <td>1/2 Stufe</td> <td>März bis Juli; August bis Dezember</td> <td>bis max. 16 KTN</td> </tr> <tr> <td>Firmenkurs</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Kurstyp	wie lange?	Fortschritt	wann?	wer?	Extensiv	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN	Semiintensiv	16 Wochen 8 *UE pro Woche	1 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 14 KTN	Modul	16 Wochen 2 *UE pro Woche	1/3 Stufe	März bis Juli; Juli bis November	bis max. 16 KTN	Intensiv	3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche	1/2 oder 1 Stufe	Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember	bis max. 14 KTN	Jugendkurs	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN	Firmenkurs				
Kurstyp	wie lange?	Fortschritt	wann?	wer?																																
Extensiv	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN																																
Semiintensiv	16 Wochen 8 *UE pro Woche	1 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 14 KTN																																
Modul	16 Wochen 2 *UE pro Woche	1/3 Stufe	März bis Juli; Juli bis November	bis max. 16 KTN																																
Intensiv	3–8 Wochen 10–20 *UE pro Woche	1/2 oder 1 Stufe	Januar, Februar, April, Juni, Juli, September, November, Dezember	bis max. 14 KTN																																
Jugendkurs	16 Wochen 4 *UE pro Woche	1/2 Stufe	März bis Juli; August bis Dezember	bis max. 16 KTN																																
Firmenkurs																																				
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: keine</p> <p>Con respecto a los Contenidos : Niveau A1/A2</p>																																			
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Tests des Goethe-Instituts</p>																																			
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Das Goethe-Institut bestätigt die Niveaustufe.</p>																																			
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>/</p>																																			
10	<p>Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total):</p> <p>0/120 (bestanden/nicht bestanden)</p>																																			
11	<p>Docente responsable / otros docentes:</p> <p>/</p>																																			
12	<p>Informaciones adicionales:</p> <p>Die Hochschulen setzen auf das Engagement der Teilnehmer. Da nach jetzigem Stand der Planung die Vergabe des DAHZ-Stipendiums an das Erreichen der Niveaustufe A2 im dritten Semester gebunden werden soll, ist der Anreiz für die Teilnehmer immens.</p>																																			

World Economics: Current Issues

Homologación: 2.9 Seminario sobre Negociaciones Internacionales

Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
B09-60255	150 hs	5	2	once per year (summer)	1 semester
Module Owners: Prof. Dr. Ulrich Schüle, Ludmila Sterbová (VSE Praha), Viviana Kluger (UCES)					
1	Classes	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	World Economics	30	120	30 students	
2	<p>This module corresponds to the “seminario sobre negociaciones internacionales” in the UCES programme. The seminar is designed as to give space for discussing new developments in the world political environment of International Business. In the recent years, we focused on “Regionalism” as contrast to the multilateral WTO approach. The seminar is a mandatory component for students of the German-Argentinean programme (MA.AA) and MA.IB students from our partner university in Prague (VSE – University of Economics). In the recent years, professors Sterbová, Kluger and Schüle jointly arranged this seminar and gave participating students the chance to focus on a world region of their interest – typically German students of the MA.AA programme focus on Latin America, Argentinean students on the EU, students from Prague on Central Europe. For MA.AA students, this module is the logical deepening of the first semester International Business Environment (60151) seminar. The module’s contents are subject to change if the world economic environment requires the discussion of new developments.</p> <p>Learning Outcomes / Competences</p> <p>Knowing and Understanding Students know and understand different concepts of world economic policies, in particular the concepts of “strategic trade” and regionalism.</p> <p>Applying They are able to apply the concepts to real-world phenomena.</p> <p>Analysing and Evaluating They are able to critically analyse real-world phenomena in the context of the above-mentioned concepts.</p> <p>Transferring, Generating and Developing They are able to analyse phenomena in different world regions and transfer them to other regions. Thus, they train their ability to transfer knowledge and research results to other fields of research.</p> <p>Broadening vs. Deepening This module mainly deepens their knowledge and their capacity of critical thinking. In particular, this module aims at deepening their capacity of writing academic papers.</p> <p>Social competence Their ability to work in cross-cultural groups, in accepting viewpoints different from the own culture and political “mainstream” is being enhanced. They further develop their capacity to criticise and defend ideas in the context of a small-scale conference.</p> <p>Self-management They develop, present and defend a paper. This requires a high degree of self-management, a capability which is, thus, enhanced.</p>				

3	<p>Contents</p> <p>Multilateralism as basis of globalisation</p> <p>New regionalism, in particular in Europe, South East Asia, and Latin America</p> <p>The role of the United States in globalisation, new regionalism, and the design of trade and investment relations.</p> <p>Comparative studies: how are the developments in different world regions comparable?</p>
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Seminar-style class; three “intensive days” at the beginning of the semester – students’ own research with one feedback session in the first half of the semester – student conference in the second half of the semester.</p>
5	<p>Prerequisites</p> <p>International Business Environment (60151)</p>
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>Students are supposed to participate actively in class; attendance in the “conference” required</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written paper (60%), presentation and defence (40%) in a “student conference”.</p>
8	<p>Requirements for Credit Award</p> <p>Minimum of 50% of total assessment</p>
9	<p>Module Integration (open to students of other Master courses)</p> <p>The module is open to Erasmus students and students of the Masters in International Business (MA.IB) programme – subject to class size limitations.</p>
10	<p>Relative weight of the module for final grade</p> <p>5 of 120</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Type of Reading Assignment:</p> <p>Students’ own research.</p>

Deutsche Sprache und Kultur 4					
Código	"Workload"	Créditos	Cuatrimestre	Frecuencia	Duración
	150 hs	5	4°	Septiembre-Enero	1 cuatrimestre
1	Ensenanza seminario	Horas de clase Horas: 60 equiv. ‚SWS‘: 4	Autoaprendizaje (biblioteca, etc.) 90 h	Estudiantes por clase 15 estudiantes	
2	Idioma de enseñanza: Deutsch				
3	<p>Competencias / objetivos didácticos:</p> <p>Ziele:</p> <p>Erlernen der deutschen Sprache. Nach Abschluss des Moduls sind folgende Sprachkompetenzen vorhanden (B1/B2):</p> <p>Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.</p> <p>Einige Studenten können bereits die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; verstehen im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne grössere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist.</p> <p>Kenntnisse der deutschen Kultur und Wissen über die deutsche Gesellschaft. Im Sprachunterricht wird zudem allgemeines Wissen über Deutschland vermittelt.</p>				
4	<p>Contenidos:</p> <p>Das Modul vermittelt zusätzlich zu den sprachlichen Elementen Kenntnisse über die Arbeitswelt und Geschäftswelt in Deutschland. Alle auf diesem Sprachniveau am Fachbereich angebotenen Module weisen einen starken Bezug zur Wirtschaftswelt auf.</p>				
5	<p>Formas de enseñanza:</p> <p>Seminar mit praktischen Übungen</p>				
6	<p>Requisitos de asistencia:</p> <p>Formal: A2</p> <p>Con respecto a los Contenidos : Niveau A2/B1</p>				
7	<p>Formas de verificación:</p> <p>Tests zum Lese- und Hörverständnis und zur Fähigkeit, sich mündlich und schriftlich ausdrücken zu können.</p>				
8	<p>Requisitos para los créditos:</p> <p>Die Studierenden erreichen mind. 51 von 100 Punkten.</p>				
9	<p>Utilización de la materia en otras carreras:</p> <p>Das Modul steht allen Erasmus-Studierenden offen.</p>				

10	Ponderación de la nota (en por ciento de la nota total): 0/120 (bestanden/nicht bestanden)
11	Docente responsable / otros docentes: Dr. Elke Lassahn; N.N.