



2026

PROGRAMA EJECUTIVO EN

Negocios Internacionales y Mercados Especiales

Estrategia, internacionalización y gestión de mercados complejos para la toma de decisiones en contextos globales.

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



Duración: 120 horas.

Días y horarios:

De agosto a diciembre de 2026.

Asincrónico + 1 encuentro mensual.

Modalidad: 100% virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$50.000.-

+5 cuotas de: \$80.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$50.000.-

+5 cuotas de: \$56.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$50.000.-

+5 cuotas de: \$64.000.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

Dirigido a:

- Profesionales vinculados al comercio internacional, desarrollo de mercados y negocios globales.
- Mandos medios y gerentes de áreas comerciales y de expansión.
- Emprendedores con proyectos de internacionalización.
- Consultores y asesores en negocios internacionales y mercados especiales.
- Graduados y estudiantes avanzados de carreras de Administración, Comercialización, Comercio Internacional o afines.
- Se recomienda contar con experiencia laboral previa, aunque no es excluyente.

Beneficios:

- Visión ejecutiva de los negocios internacionales.
- Herramientas concretas para la expansión de mercados.
- Desarrollo de competencias estratégicas y directivas.
- Alta aplicabilidad profesional.
- Diferenciación en el mercado laboral.
- Certificación universitaria UAI: Programa Ejecutivo en Negocios Internacionales y Mercados Especiales.

**Extensión
Universitaria**



Objetivo general:

Desarrollar competencias ejecutivas para diseñar, implementar y evaluar estrategias de negocios internacionales y de gestión de mercados especiales, integrando la visión estratégica con la ejecución comercial.

Objetivos específicos:

- Analizar el entorno global y los mercados internacionales desde una perspectiva estratégica.
- Comprender las particularidades de los mercados especiales y de servicios.
- Evaluar oportunidades de internacionalización y expansión de negocios.
- Conocer la operatoria básica del comercio internacional y sus implicancias estratégicas.
- Diseñar estrategias comerciales adaptadas a mercados complejos y globales.
- Profesionalizar la dirección y gestión de ventas en contextos internacionales.

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:

- Analizar mercados internacionales y especiales.
- Diseñar estrategias de internacionalización viables y sostenibles.
- Gestionar procesos básicos de comercio internacional.
- Tomar decisiones estratégicas en entornos globales.
- Dirigir equipos comerciales en contextos multiculturales.

Resultados esperados:

- Comprensión estratégica de los negocios internacionales: dominio de los principales conceptos y enfoques vinculados a la internacionalización de empresas, comprendiendo su impacto en la competitividad y el crecimiento organizacional.
- Análisis del entorno global y de mercados complejos: capacidad para interpretar variables económicas, comerciales, culturales y regulatorias que influyen en los mercados internacionales y especiales.
- Identificación de oportunidades de internacionalización: habilidad para evaluar alternativas de expansión, seleccionando mercados y estrategias adecuadas según el contexto y los recursos de la organización.
- Conocimiento de la operatoria del comercio internacional: comprensión de los procesos básicos vinculados al comercio exterior, incluyendo aspectos logísticos, contractuales y normativos.
- Diseño de estrategias comerciales internacionales: capacidad para formular estrategias adaptadas a mercados globales y no tradicionales, considerando particularidades culturales, competitivas y de consumo.
- Gestión de mercados especiales y de servicios: conocimiento de las características distintivas de estos mercados, desarrollando enfoques específicos para su abordaje estratégico y comercial.

- Toma de decisiones en contextos globales: habilidad para decidir en entornos complejos, inciertos y multiculturales, integrando información estratégica, económica y comercial.
- Dirección de equipos comerciales internacionales: desarrollo de competencias para liderar y gestionar equipos en contextos multiculturales, promoviendo la adaptación, la comunicación y el logro de resultados.
- Evaluación de riesgos y sostenibilidad de las estrategias: capacidad para identificar riesgos asociados a la internacionalización y diseñar estrategias viables y sostenibles en el tiempo.
- Visión sistémica e integrada de la expansión de negocios: comprensión de la articulación entre estrategia, operación y gestión comercial en procesos de internacionalización.
- Aplicación práctica en contextos reales: aptitud para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones profesionales concretas, adaptando estrategias a distintos mercados, sectores y niveles de complejidad.

Enfoque general:

El **Programa Ejecutivo en Negocios Internacionales y Mercados Especiales** tiene como propósito formar profesionales capaces de analizar, diseñar y gestionar estrategias comerciales y de internacionalización en entornos caracterizados por la globalización, la complejidad de los mercados y la creciente competitividad.

El programa concibe a los negocios internacionales y a los mercados especiales como espacios estratégicos de alto valor agregado, que requieren enfoques específicos de análisis, planificación y ejecución. En este marco, se integran conocimientos de administración estratégica, gestión de mercados complejos y de servicios, comercio internacional y dirección estratégica de ventas, permitiendo comprender cómo las organizaciones pueden expandirse, diferenciarse y sostener ventajas competitivas tanto en el ámbito local como internacional.

La propuesta adopta una mirada ejecutiva, sistémica y aplicada, orientada a la toma de decisiones, la evaluación de oportunidades de expansión, la gestión de riesgos y la conducción profesional de procesos comerciales en mercados no tradicionales, internacionales y de alta complejidad.

Contenidos: El programa se organiza en cuatro módulos ejecutivos, con progresión estratégica → internacional → comercial → directiva.

MÓDULO 1 Administración Estratégica y Escenarios Globales

Eje: Pensamiento estratégico aplicado a entornos internacionales

Estrategia empresarial en contextos globales.

Análisis del entorno internacional y escenarios competitivos.

Estrategia corporativa, de negocios y funcional.

Asignación de recursos y control estratégico.

Toma de decisiones en contextos de incertidumbre.

Resultados de aprendizaje del módulo

El participante será capaz de analizar escenarios globales y definir lineamientos estratégicos para la expansión y competitividad internacional de la organización.

MÓDULO 2 Mercados Especiales y Comercialización de Servicios

Eje: Gestión de mercados complejos y no tradicionales

Características de los mercados especiales.

Comercialización de servicios e intangibles.

Gestión de la experiencia del cliente y calidad percibida.

Estrategias de diferenciación en mercados de alto valor agregado.

Tecnología, innovación y nuevos modelos de negocios.

Resultados de aprendizaje del módulo

El participante será capaz de diseñar estrategias comerciales específicas para mercados complejos y de servicios, tanto a nivel local como internacional.

MÓDULO 3 Comercio Internacional e Internacionalización de Negocios

Eje: Expansión, operatoria y negocios globales

Globalización y comercio internacional.

Estrategias de ingreso a mercados externos.

Exportaciones e importaciones.

Incoterms, contratos y documentación internacional.

Medios de pago, financiamiento y riesgos.

Costos y precios internacionales.

Resultados de aprendizaje del módulo

El participante será capaz de evaluar oportunidades de internacionalización y comprender la operatoria básica del comercio internacional como soporte de decisiones estratégicas.

MÓDULO 4 Dirección Estratégica de Ventas Internacionales

Eje: Ejecución comercial y liderazgo en mercados globales

Modelos de ventas estratégicas y consultivas en contextos internacionales.

Planificación y control de ventas internacionales.

Organización y liderazgo de fuerzas de ventas multiculturales.

Negociación internacional y gestión de relaciones comerciales.

Coaching, control y auditoría de ventas.

Resultados de aprendizaje del módulo

El participante será capaz de dirigir equipos comerciales y ejecutar planes de ventas alineados a estrategias de internacionalización.

Metodología:

- Estudio guiado de contenidos teóricos.
- Análisis de casos reales y simulados de negocios internacionales.
- Actividades prácticas de aplicación estratégica.
- Foros asincrónicos de reflexión profesional.
- El enfoque es teórico-práctico, con fuerte orientación a la aplicación en contextos reales de negocios.

Evaluación:

- Evaluación continua por módulo mediante actividades prácticas
- Participación en foros de intercambio
- Trabajo Final Ejecutivo Integrador, que consistirá en el diseño de una estrategia de internacionalización o de gestión de un mercado especial, incluyendo
 - Diagnóstico estratégico.
 - Selección de mercado objetivo.
 - Estrategia comercial y de entrada.
 - Lineamientos de dirección de ventas.

Directora:

Camila Sol Mele. Directora Licenciatura en Comercialización.

