

# SÍLABO

## Negocios Internacionales

<b>Código</b>	ASUC01693	<b>Carácter</b>	Electivo
<b>Prerrequisito</b>	140 créditos aprobados		
<b>Créditos</b>	3		
<b>Horas</b>	<b>Teóricas</b>	2	<b>Prácticas</b> 2
<b>Año académico</b>	2023		

### I. Introducción

---

Negocios Internacionales es una asignatura de especialidad de carácter electivo de la EAP de Administración. La asignatura desarrolla, a nivel logrado, las competencias específicas Creación y Desarrollo de Empresas y Desarrollo de Innovación en Procesos Empresariales. En virtud de lo anterior, su relevancia radica en que permite aplicar estrategias de desarrollo empresarial para su internacionalización.

Los contenidos generales que la asignatura desarrolla son los siguientes: conceptos básicos y administrativos de la actividad aduanera, nomenclatura, el valor aduanero y la obligación tributaria, regímenes aduaneros de importación y exportación, regímenes de perfeccionamiento; tránsito; depósito y regímenes aduaneros especiales o de excepción.

---

### II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

---

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de formular objetivos organizacionales a través de procesos de prospectiva estratégica y aprovechamiento de tecnologías para la innovación y compromiso con el desarrollo sostenible; diseñando estrategias con visión global desarrollando ideas de negocios de productos y servicios para mercados internacionales; y determinando la apertura de nuevos mercados de productos y servicios.

---

**III. Organización de los aprendizajes**

<b>Unidad 1</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Conceptos básicos de gestión aduanera e internacionalización</b>			
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar las características de los procesos de exportación e importación, según la legislación peruana, con miras a la internacionalización de las empresas.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modalidades de negocios internacionales</li> <li>2. Conceptos básicos y administrativos de la actividad aduanera</li> <li>3. Nomenclatura, valor aduanero y obligación tributaria</li> <li>4. Regímenes aduaneros</li> </ol>		

<b>Unidad 2</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Prospectiva estratégica y análisis de oportunidades comerciales internacionales</b>			
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar el entorno de los negocios internacionales, a través de procesos de prospectiva estratégica, identificando oportunidades comerciales.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de objetivos organizacionales y prospectiva estratégica</li> <li>2. Planificación estratégica por escenarios</li> <li>3. Análisis del entorno (PESTE y DAFO internacional)</li> <li>4. Matriz de selección de mercados internacionales</li> </ol>		

<b>Unidad 3</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Innovación y modelos de negocio con visión global</b>			
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de diseñar modelos de negocios innovadores y estrategias con visión global; cuyo impacto colabore con el desarrollo sostenible.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La innovación como fuente de sostenibilidad</li> <li>2. Métodos de innovación empresarial</li> <li>3. Generación de modelos de negocios y propuestas de valor con visión global</li> </ol>		

<b>Unidad 4</b>		<b>Duración en horas</b>	16
<b>Desarrollo y gestión de productos y servicios con visión global</b>			
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de formular el planeamiento del desarrollo y mejora de la gestión de productos y servicios dirigidos al mercado internacional.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación estratégica orientada al mercado</li> <li>2. Expansión y diversificación de productos/mercados</li> <li>3. Desarrollo de productos y servicios con visión global</li> <li>4. Gestión de productos y servicios, para su internacionalización</li> </ol>		

#### IV. Metodología

##### Modalidad Semipresencial

La metodología a utilizarse es el aprendizaje experiencial y colaborativo. Como parte de su aplicación, se seguirá la secuencia teórica-práctica, donde el docente plantea una situación problemática que se presenta en la vida laboral práctica, efectuando la recuperación de saberes previos.

Se utilizarán las siguientes técnicas y estrategias:

- aprendizaje colaborativo,
- estudio de casos,
- aprendizaje orientado en proyectos,
- clase magistral activa,
- *flipped classroom*.

##### Modalidad Educación a distancia

La metodología a utilizarse es el aprendizaje experiencial y colaborativo. Como parte de su aplicación, se seguirá la secuencia práctica-teórica-práctica, donde el docente plantea una situación problemática que se presenta en la vida laboral práctica, efectuando la recuperación de saberes previos.

Se utilizarán las siguientes técnicas y estrategias:

- Aprendizaje experiencial
- Estudio de casos
- Aprendizaje orientado en proyectos
- Aprendizaje basado en problemas

#### V. Evaluación

##### Modalidad Semipresencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / <b>Prueba mixta</b>	<b>0 %</b>	
Consolidado 1 <b>C1</b>	1	Semana 1 - 3	- Actividades virtuales	15 %	<b>20 %</b>
			- Ejercicios grupales de análisis de casos / <b>Rúbrica de evaluación</b>	85 %	
Evaluación parcial <b>EP</b>	1 y 2	Semana 4	- Evaluación escrita individual teórico-práctica / <b>Prueba de desarrollo</b>	<b>20 %</b>	
Consolidado 2 <b>C2</b>	3	Semana 5 - 7	- Actividades virtuales	15 %	<b>20 %</b>
			- Exposición grupal de análisis y aplicación de casos / <b>Rúbrica de evaluación</b>	85 %	

Evaluación final <b>EF</b>	Todas las unidades	Semana 8	- Exposición grupal de proyecto aplicativo / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>40 %</b>
Evaluación sustitutoria *	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- <b>Aplica</b>	

\* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

### Modalidad Educación a distancia

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / <b>Prueba mixta</b>	<b>0 %</b>
Consolidado 1 <b>C1</b>	1	Semana 2	- Ejercicios individuales de análisis de casos desarrollados en la plataforma virtual / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>20 %</b>
Evaluación parcial <b>EP</b>	1 y 2	Semana 4	- Evaluación individual teórico-práctica en plataforma virtual / <b>Prueba de desarrollo</b>	<b>20 %</b>
Consolidado 2 <b>C2</b>	3	Semana 6	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>20 %</b>
Evaluación final <b>EF</b>	Todas las unidades	Semana 8	- Exposición individual de proyecto aplicativo a través de video/ <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>40 %</b>
Evaluación sustitutoria *	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- <b>Aplica</b>	

\* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

### Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20 \%) + EP (20 \%) + C2 (25 \%) + EF (40 \%)$$

## VI. Bibliografía

### Básica

- Centro de Comercio Internacional & Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX). (2005). *La clave del comercio. Libro de respuestas para la PYMES exportadoras*. (2.ª ed.). UNCTAD, OMC (CCI), & PROMPEX. <https://bit.ly/3GAOGCV>
- Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX). (2007). *Guía básica para hacer negocios internacionales*. PROMPEX & MINCETUR. <https://bit.ly/3LjozUB>
- Morales, C. (2007). *Plan de exportación. Lleve sus productos a todo el mundo*. Pearson Educación. <https://bit.ly/3Lrvx9W>
- Stettinius, W. & Doyle, J. (2009). *Plan de negocios: cómo diseñarlo e implementarlo*. Profit Editorial. <https://bit.ly/3swwO6x>

### **Complementaria**

Czinkota, M. (2007). *Negocios internacionales*. Thomson.

Hill, C. (2011). *Negocios internacionales, competencia en el mercado global*. (8.ª ed.). McGraw Hill, p. 703.

Pla Barber, J. (2004). *Dirección de empresas internacionales*. Pearson Educación.

### **VII. Recursos digitales**

ALADI. (2021). Web oficial Asociación Latinoamericana de Integración.  
<http://www.aladi.org/sitioaladi/>

Bustillo, R. (2010). *Comercio exterior: Materia y ejercicios*.

<https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf>

Godet, M. (2011). *La prospectiva estratégica para empresas y territorios*.

[https://www.academia.edu/34994205/.La\\_prospectiva\\_estrat%C3%A9gica\\_para\\_los\\_territorios](https://www.academia.edu/34994205/.La_prospectiva_estrat%C3%A9gica_para_los_territorios)

Godet, M. (2007). *La prospectiva estratégica: problemas y métodos*.

<https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/Godet2007.pdf>

ICEX. (2021). Web Oficial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España.

<https://www.icex.es/icex/es/index.html>

INTRACEN. (2021). Web Oficial del International Trade Center – Múltiples Herramientas.

<https://www.intracen.org/>

MINCETUR. (2021). Web oficial del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Perú.

<https://www.gob.pe/mincetur>

PROCHILE. (s. f.). Web Oficial de la Agencia de Promoción de Chile.

<https://www.prochile.gob.cl/>

PROCOLOMBIA. (s.f.). Web oficial de la Agencia de Promoción de Colombia.

<https://procolombia.co/>

PromPerú. (2021). Exportemos.pe. <https://exportemos.pe/>

SUNAT. (2021). Web oficial de la Aduana peruana. <https://www.sunat.gob.pe/>

United States International Trade Commission. (s. f.) Web Oficial de la Comisión de Comercio de Estados Unidos. <https://www.usitc.gov/>