

# SÍLABO

## Gestión Internacional e Intercultural

<b>Código</b>	ASUC01339	<b>Carácter</b>	Obligatorio	
<b>Prerrequisito</b>	Marketing Internacional			
<b>Créditos</b>	4			
<b>Horas</b>	<b>Teóricas</b>	2	<b>Prácticas</b>	4
<b>Año académico</b>	2025-00			

### I. Introducción

---

Gestión Internacional e Intercultural es una asignatura de especialidad de carácter obligatorio que se ubica en el décimo periodo de la Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios Internacionales. Tiene como prerrequisito Marketing Internacional. La asignatura desarrolla, en un nivel logrado, la competencia general Comunicación Efectiva, la competencia transversal Dirección Estratégica e Innovación y las competencias específicas Gestión de Empresas Internacionales y Gestión Comercial Internacional.

Los contenidos que la asignatura desarrolla son los siguientes: economía internacional, historia de la empresa internacional, diseño de la estrategia internacional de la empresa, estrategia para la selección de países y para la entrada en mercados exteriores, herramientas del comercio exterior, financiación de la empresa internacional, fiscalidad de la empresa internacional, organización, gestión de recursos humanos y aspectos culturales en la empresa internacional, control de la gestión y análisis del riesgo en la empresa internacional, empresa internacional, globalización y responsabilidad social.

---

### 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 de aprovechamiento de tecnologías para la innovación y compromiso con el desarrollo sostenible; diseñando estrategias con visión global, a través de procesos de prospectiva estratégica y aprovechamiento de tecnologías para la innovación y compromiso con el desarrollo sostenible; desarrollando ideas de negocios de productos y servicios para mercados internacionales; evaluando la apertura de nuevos mercados de productos y servicios; desarrollando los valores diferenciales para el posicionamiento de productos y servicios en el ámbito internacional.

---

### III. Organización de los aprendizajes

<b>Unidad 1</b> <b>El macroescenario de las empresas internacionales</b>		<b>Duración en horas</b>	24
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar el escenario global en su perspectiva macroeconómica, así como el rol de la empresa internacional frente al contexto histórico y actual.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisitando los principios económicos que afectan las operaciones empresariales internacionales</li> <li>2. Contexto económico internacional</li> <li>3. Historia de la empresa internacional</li> <li>4. Diferenciación y conceptualización de modelos empresariales internacionales: empresa internacional, global, multinacional, transnacional</li> </ol>		

<b>Unidad 2</b> <b>Posicionamiento competitivo y gestión estratégica de las empresas internacionales</b>		<b>Duración en horas</b>	24
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar la relación de las variables competitivas de mercado y las alternativas estratégicas para el diseño de un plan de operación internacional.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posicionamientos competitivos de las organizaciones y ventajas competitivas internacionales</li> <li>2. Proceso de construcción y diseño de la estrategia internacional</li> <li>3. Innovación y desarrollo de nuevos productos</li> <li>4. Estrategias y procesos de selección de países</li> <li>5. Modos de entrada</li> </ol>		

<b>Unidad 3</b> <b>Operacionalización, recursos estratégicos y de comercio exterior para la actuación empresarial internacional</b>		<b>Duración en horas</b>	24
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de evaluar las mejores soluciones de herramientas, recursos y modalidades de operaciones internacionales aplicables al contexto específico de la empresa internacional analizada.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Herramientas del comercio exterior</li> <li>2. Barreras e incentivos de los países</li> <li>3. Financiación y procesos financieros de las empresas internacionales</li> <li>4. Fiscalidad de las empresas internacionales</li> </ol>		

<b>Unidad 4</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>24</b>
<b>Implementación, mantenimiento y sostenibilidad de las operaciones internacionales de las empresas</b>			
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de formular soluciones de gestión para la eficiencia, mantenimiento y sostenibilidad de las operaciones internacionales de una empresa.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Control de gestión y análisis de riesgo en empresas internacionales</li> <li>2. Organización y gestión de los recursos humanos en las empresas internacionales</li> <li>3. Aspectos culturales en la gestión de negocios internacionales</li> <li>4. Responsabilidad social en empresas internacionales</li> <li>5. Sostenibilidad de negocios y operaciones internacionales</li> </ol>		

#### **IV. Metodología**

---

##### **Modalidad Presencial**

- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje orientado en proyectos
- Clase magistral activa
- Estudio de casos
- Gamificación

##### **Modalidad Semipresencial - Blended**

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

## V. Evaluación

### Modalidad Presencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	Evaluación individual teórica / <b>Prueba objetiva</b>	<b>0 %</b>	
Consolidado 1 <b>C1</b>	1	Semana 1 - 4	Análisis grupal de casos / <b>Rúbrica de evaluación</b>	50 %	<b>20 %</b>
	2	Semana 5 - 7	Trabajo práctico grupal: investigación de mercado / <b>Rúbrica de evaluación</b>	50 %	
Evaluación parcial <b>EP</b>	1 y 2	Semana 8	Análisis individual de casos / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>20 %</b>	
Consolidado 2 <b>C2</b>	3	Semana 9 - 12	Análisis y resolución grupal de casos/ <b>Rúbrica de evaluación</b>	50 %	<b>20 %</b>
	4	Semana 13 - 15	Avance grupal del proyecto final: estudio de internacionalización / <b>Rúbrica de evaluación</b>	50 %	
Evaluación final <b>EF</b>	Todas las unidades	Semana 16	Entrega grupal del proyecto final: estudio de internacionalización / <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 Semipresencial - Blended

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	Evaluación individual teórica / <b>Prueba objetiva</b>	<b>0 %</b>	
Consolidado 1 <b>C1</b>	1	Semana 1 - 3	Actividades virtuales	15 %	<b>20 %</b>
			Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / <b>Rúbrica de evaluación</b>	85 %	
Evaluación parcial <b>EP</b>	1 y 2	Semana 4	Análisis individual de casos / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>20 %</b>	
Consolidado 2 <b>C2</b>	3	Semana 5 - 7	Actividades virtuales	15 %	<b>20 %</b>
			Avance individual del proyecto final: estudio de internacionalización / <b>Rúbrica de evaluación</b>	85 %	
Evaluación final <b>EF</b>	Todas las unidades	Semana 8	Entrega individual del proyecto final / <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:**

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

**VI. Bibliografía**

**Básica**

- Cabeza, J., Corella, P. y Jiménez, C. (2013). Negociación intercultural: estrategias y técnicas de negociación internacional. Marge Books. <https://asms.short.gy/jHBczK>
- Gnazzo, L., Ledesma, C., Dominguez, M., Elaskar, L., Ospina, J., Ochoa, R., Peña, G. y Urdaniz, F. (2007). Gestión de los negocios internacionales. Pearson Educación. <https://asms.short.gy/VxHp0X>

**Complementaria**

- Deresky, H. (2016). *International management: managing across borders and cultures, text and cases* (9.ª ed.). Pearson.
- Hill, C. (2015). *Negocios internacionales: cómo competir en el mercado global* (10.ª ed.). McGraw Hill.
- Jones, E., Coelen, R., Beelen, J. y de Wit, H. (2016). *Global and local internationalization*. Springer.
- Pozzo, D. (Comp.) (2020). *Una mirada a las diferentes perspectivas de los negocios internacionales: estrategias, principios y casos de internacionalización*. Corporación Universidad de la Costa. <https://hdl.handle.net/11323/8934>
- Schmid, S. (2018). *Internationalization of business: cases on strategy formulation and implementation*. Springer.
- Trompenaars, F. y Hampden-Turner, C. (2020). *Riding the waves of culture: understanding diversity in global business* (4.ª ed.). McGraw-Hill Education

**VII. Recursos digitales**

- COFACE. (s.f). *Estudios económicos*. <https://cutt.ly/fJPI9NS>
- INTRACEN. (2020). *Trademap*. Recuperado el 10 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/pJPI9QB>
- TED Institute. (29 de octubre del 2015). *Scott Szwast: the global business next door* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/xtT3zLWmCHg>
- TED. (3 de mayo de 2017). *Musk, Elon: the future we're building - and boring* | TED [Video]. YouTube. <https://youtu.be/zlwLWfaAg-8>
- TEDx. (17 de mayo de 2017). *What global trade deals are really about (hint: it's not trade)* | Haley Edwards | TEDxMidAtlantic [Video]. YouTube. <https://youtu.be/-v3uqD1hWGE>



**Universidad  
Continental**

TEDx. (24 de mayo de 2017). *Global Interdependence: the Value of trade* | Ping Zhou |

TEDxYDL [Video]. YouTube. <https://youtu.be/hUv6UQciRbl>

Veritrade. (Software de computadora).