

SÍLABO

Gestión Internacional e Intercultural

Código	ASUC01339	Carácter	Obligatorio	
Prerrequisito	Marketing Internacional			
Créditos	4			
Horas	Teóricas	2	Prácticas	4
Año académico	2025			

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

Unidad 1 El macroescenario de las empresas internacionales		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	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.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisitando los principios económicos que afectan las operaciones empresariales internacionales 2. Contexto económico internacional 3. Historia de la empresa internacional 4. Diferenciación y conceptualización de modelos empresariales internacionales: empresa internacional, global, multinacional, transnacional 		

Unidad 2 Posicionamiento competitivo y gestión estratégica de las empresas internacionales		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	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.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionamientos competitivos de las organizaciones y ventajas competitivas internacionales 2. Proceso de construcción y diseño de la estrategia internacional 3. Innovación y desarrollo de nuevos productos 4. Estrategias y procesos de selección de países 5. Modos de entrada 		

Unidad 3 Operacionalización, recursos estratégicos y de comercio exterior para la actuación empresarial internacional		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	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.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Herramientas del comercio exterior 2. Barreras e incentivos de los países 3. Financiación y procesos financieros de las empresas internacionales 4. Fiscalidad de las empresas internacionales 		

Unidad 4		Duración en horas	24
Implementación, mantenimiento y sostenibilidad de las operaciones internacionales de las empresas			
Resultado de aprendizaje de la unidad	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.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Control de gestión y análisis de riesgo en empresas internacionales 2. Organización y gestión de los recursos humanos en las empresas internacionales 3. Aspectos culturales en la gestión de negocios internacionales 4. Responsabilidad social en empresas internacionales 5. Sostenibilidad de negocios y operaciones internacionales 		

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 / Prueba objetiva	0 %	
Consolidado 1 C1	1	Semana 1 - 4	Análisis grupal de casos / Rúbrica de evaluación	50 %	20 %
	2	Semana 5 - 7	Trabajo práctico grupal: investigación de mercado / Rúbrica de evaluación	50 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 8	Análisis individual de casos / Rúbrica de evaluación	20 %	
Consolidado 2 C2	3	Semana 9 - 12	Análisis y resolución grupal de casos/ Rúbrica de evaluación	50 %	20 %
	4	Semana 13 - 15	Avance grupal del proyecto final: estudio de internacionalización / Rúbrica de evaluación	50 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 16	Entrega grupal del proyecto final: estudio de internacionalización / Rúbrica de evaluación	40%	
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	Aplica		

* 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 / Prueba objetiva	0 %	
Consolidado 1 C1	1	Semana 1 - 3	Actividades virtuales	15 %	20 %
			Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	85 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	Análisis individual de casos / Rúbrica de evaluación	20 %	
Consolidado 2 C2	3	Semana 5 - 7	Actividades virtuales	15 %	20 %
			Avance individual del proyecto final: estudio de internacionalización / Rúbrica de evaluación	85 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	Entrega individual del proyecto final / Rúbrica de evaluación	40 %	
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	Aplica		

* 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/iHBczK>

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).