

SÍLABO

Plan de Negocios Internacionales

Código	ASUC01464	Carácter	Obligatorio
Prerrequisito	160 créditos aprobados		
Créditos	5		
Horas	Teóricas	4	Prácticas 2
Año académico	2025		

I. Introducción

Plan de Negocios Internacionales es una asignatura de especialidad de carácter obligatorio; se ubica en el décimo periodo para los estudiantes de Administración y Negocios Internacionales. Tiene como prerrequisito haber aprobado 160 créditos. La asignatura desarrolla, en un nivel logrado, la competencia general Mentalidad Emprendedora, las competencias transversales Dirección Estratégica e Innovación, Gestión Organizacional y las competencias específicas Gestión de Empresas Internacionales y Gestión Comercial Internacional.

Los contenidos que la asignatura desarrolla son los siguientes: análisis del potencial exportador peruano, plan estratégico y organizacional, análisis del producto en el mercado objetivo, análisis de la gestión exportadora y análisis y plan financiero.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

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

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1 Análisis del potencial exportador peruano		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar el potencial exportador del país, utilizando las principales herramientas y/o plataformas de inteligencia de mercados internacionales.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Megatendencias de los negocios internacionales 2. Análisis del potencial exportador del país 3. Inteligencia de mercados internacionales 4. Iniciando una idea de negocio 		

Unidad 2 Plan estratégico y organizacional		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar un plan estratégico y un plan operacional para una empresa que hace negocios internacionales.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antecedentes de la empresa 2. Visión, misión y valores 3. Análisis interno y externo de una organización 4. Objetivos y estrategias 5. Plan organizacional de una empresa 		

Unidad 3 Análisis del producto en el mercado objetivo		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de evaluar los principales mercados internacionales para la elaboración de un plan comercial de una empresa que hace negocios internacionales.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El perfil del mercado objetivo 2. Selección del mercado objetivo internacional 3. Medición del mercado internacional 4. Análisis de la competencia y <i>benchmarking</i> 		

Unidad 4 Análisis de gestión exportadora y plan financiero		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de diseñar una estructura de costos y precios de exportación, una cotización internacional, identificando las principales ratios financieros para la mejora en la toma de decisiones empresariales.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan operacional de una empresa exportadora 2. Elaboración de estructura de costos y precios de exportación 3. Adecuación a normas y requerimientos técnicos internacionales sobre empaque y embalaje 4. Implementación de modelo de cotizaciones y contrato de compraventa internacional y manejo documentario 5. Tipos y formas de pagos internacionales 6. Plan financiero 		

IV. Metodología

La presente asignatura utilizará la metodología experiencial y colaborativa, promoviendo la participación constante de los estudiantes.

Modalidad Presencial

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

Modalidad Semipresencial

- Clase magistral activa
- Aprendizaje colaborativo
- Estudio de casos
- *Flipped classroom*
- Aprendizaje orientado en proyectos
- Aprendizaje experiencial

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	- Exposición grupal sobre las mega tendencias de los negocios internacionales / Rúbrica de evaluación	50%	20 %
	2	Semana 5 - 7	- Trabajo práctico grupal: avance de proyecto del plan de negocios internacionales / Rúbrica de evaluación	50 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 8	- Exposición grupal sobre el avance del plan de negocios internacionales / Rúbrica de evaluación	20 %	
Consolidado 2 C2	3	Semana 9 - 12	- Trabajo práctico grupal: elaboración de la matriz de selección de mercados internacionales / Rúbrica de evaluación	50 %	20 %
	4	Semana 13 - 15	- Trabajo práctico grupal: avance de proyecto: plan de negocios internacionales / Rúbrica de evaluación	50 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 16	- Entrega y exposición grupal del proyecto terminado: plan de negocios internacionales/ 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

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 %
			- Trabajo práctico grupal: avance de proyecto del plan de negocios internacionales / Rúbrica de evaluación	85 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Exposición grupal sobre el avance del plan de negocios internacionales / Rúbrica de evaluación	20 %	
Consolidado 2 C2	3	Semana 5 - 7	- Actividades virtuales	15 %	20 %
			- Trabajo práctico grupal: elaboración de la matriz de selección de mercados internacionales / Rúbrica de evaluación	85 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Entrega y exposición grupal del proyecto terminado: plan de negocios internacionales / 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

Daniels, J., Radebauch, L. y Sullivan, Daniel. (2018). Negocios internacionales. ambientes y operaciones (15.a ed.). Pearson Educación. <https://asms.short.gy/OSJxnY>

Hill, C.. (2021). *Negocios Internacionales: cómo competir en el mercado global*. Mc Graw Hill. <https://asms.short.gy/hlsdOr>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *PENX: plan estratégico nacional exportador 2025*. <https://asms.short.gy/Gh7vRd>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017). Planex. Plan de negocio exportador: Manual.

Complementaria

Daniels, J., Radebauch, L. y Sullivan, Daniel. (2018). *Negocios internacionales. ambientes y operaciones* (15.a ed.). Pearson Educación. <https://asms.short.gy/MR7b6v>

Hill, C.. (2021). *Negocios Internacionales: cómo competir en el mercado global*. Mc Graw Hill. <https://asms.short.gy/eCBzqL>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *PENX: plan estratégico nacional exportador 2025*. <https://asms.short.gy/wLNcYc>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017).. *Planex. Plan de negocio exportador: Manual*.

VII. Recursos digitales

Coface. (s. f.). *Coface for trade*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/KJHtaA4>

Exportemos.pe. (2022). *Inteligencia para exportar*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/RJHtcm0>

Gob.pe. (s.f.) *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/QJHtOEH>

ITC. (2019). *TRADE MAP - Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/oJHtBiQ>

Santander Trade Markets. (2022). *Herramientas y recursos para ayudar a tu empresa a expandirse globalmente*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/6JHyegI>

SIICEX. (2022). *Sistema Integrado de Información de comercio exterior*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/GJHyge4>

Veritrade. (2022). *Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo*. Recuperado el 9 de junio de 2022, de <https://cutt.ly/oJHyEuA>