

# SÍLABO

## Plan de Negocios Internacionales

<b>Código</b>	ASUC01464	<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Prerrequisito</b>	160 créditos aprobados		
<b>Créditos</b>	5		
<b>Horas</b>	<b>Teóricas</b>	4	<b>Prácticas</b> 2
<b>Año académico</b>	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

<b>Unidad 1</b> <b>Análisis del potencial exportador peruano</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>24</b>
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	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.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Megatendencias de los negocios internacionales</li> <li>2. Análisis del potencial exportador del país</li> <li>3. Inteligencia de mercados internacionales</li> <li>4. Iniciando una idea de negocio</li> </ol>		

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

<b>Unidad 3</b> <b>Análisis del producto en el mercado objetivo</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>24</b>
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	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.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El perfil del mercado objetivo</li> <li>2. Selección del mercado objetivo internacional</li> <li>3. Medición del mercado internacional</li> <li>4. Análisis de la competencia y <i>benchmarking</i></li> </ol>		

<b>Unidad 4</b> <b>Análisis de gestión exportadora y plan financiero</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>24</b>
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	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.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plan operacional de una empresa exportadora</li> <li>2. Elaboración de estructura de costos y precios de exportación</li> <li>3. Adecuación a normas y requerimientos técnicos internacionales sobre empaque y embalaje</li> <li>4. Implementación de modelo de cotizaciones y contrato de compraventa internacional y manejo documentario</li> <li>5. Tipos y formas de pagos internacionales</li> <li>6. Plan financiero</li> </ol>		

#### 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 / <b>Prueba objetiva</b>	<b>0 %</b>	
Consolidado 1 <b>C1</b>	1	Semana 1 - 4	- Exposición grupal sobre las mega tendencias de los negocios internacionales / <b>Rúbrica de evaluación</b>	50%	<b>20 %</b>
	2	Semana 5 - 7	- Trabajo práctico grupal: avance de proyecto del plan de negocios internacionales / <b>Rúbrica de evaluación</b>	50 %	
Evaluación parcial <b>EP</b>	1 y 2	Semana 8	- Exposición grupal sobre el avance del plan de negocios internacionales / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>20 %</b>	
Consolidado 2 <b>C2</b>	3	Semana 9 - 12	- Trabajo práctico grupal: elaboración de la matriz de selección de mercados internacionales / <b>Rúbrica de evaluación</b>	50 %	<b>20 %</b>
	4	Semana 13 - 15	- Trabajo práctico grupal: avance de proyecto: plan de negocios internacionales / <b>Rúbrica de evaluación</b>	50 %	
Evaluación final <b>EF</b>	Todas las unidades	Semana 16	- Entrega y exposición grupal del proyecto terminado: plan de negocios internacionales/ <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

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

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>