Sílabo de Negocios Internacionales

I. Datos Generales

Código	ASUC 00615			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	3			
Periodo académico	2024			
Prerrequisito	Ninguno			
Horas	**Teóricas:**	2	**Prácticas:**	2

II. Sumilla de la Asignatura

La asignatura corresponde al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito desarrollar en el estudiante la capacidad de comprender los negocios internacionales, para la sostenibilidad de las organizaciones empresariales.

La asignatura contiene: La globalización y los negocios internacionales, modalidades de negocios internacionales, El patrón de internacionalización de las empresas, intervención del gobierno en el comercio, organismos multilaterales y procesos de integración económica, los tratados de libre comercio, la inversión extranjera directa (IED). El entorno de los negocios internacionales, la operatividad del comercio exterior, el contrato de compraventa internacional y los incoterms CCI 2010, los medios de pago: transferencias, cobranzas y cartas de crédito. La gestión aduanera del comercio exterior. Regímenes de promoción de exportaciones. Importaciones. Tributos.

III. Resultado de Aprendizaje de la Asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar estrategias en el campo de los negocios internacionales, para la sostenibilidad de las organizacionales empresariales.

IV. Organización de Aprendizajes

Unidad I **Introducción a los Negocios Internacionales**	Duración en horas	16

Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de describir la importancia de la globalización y los negocios internacionales, identificando las modalidades de internacionalización de una empresa.

Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes**
Introducción a los negocios internacionales ✓ Definición de negocios internacionales. ✓ Globalización y los negocios internacionales. ✓ Modalidades de negocios internacionales. ✓ El patrón de internacionalización de las empresas.	✓ Define la globalización y negocios internacionales. ✓ Explica cómo se afectan entre sí. ✓ Identifica las modalidades y el grado de internacionalización de las empresas.	✓ Demuestra interés y compromiso en el desarrollo de las actividades programadas, valorando la importancia de los negocios internacionales.

Instrumento de evaluación	• Prueba mixta
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Daniels, J.D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones.* Naucalpan de Juárez : Pearson Educación, p. 5 - 21 **Complementaria:** • Czinkota, M. R. (2007). *Negocios internacionales.* México D.F. : Thomson. • Hill, C.W.L. (2011). *Negocios internacionales, competencia en el mercado global (*8ª ed.). México: Mc Graw Hill, p. 703. • Pla Barber, J. (2004). *Dirección de empresas internacionales.* Madrid: Pearson Educación.
Recursos educativos digitales	• www. siicex.gob.pe • www.mincetur.gob.pe • www.sunat.gob.pe

Unidad II Intervención del Gobierno en el Comercio	Duración en horas	16

Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las barreras arancelarias y no arancelarias que regulan los negocios internacionales para evaluar alternativas de exportación e importación aprovechando los niveles de integración y las preferencias arancelarias.

Conocimientos	Habilidades	Actitudes
✓ **Intervención del gobierno en el comercio.** • Motivos económicos para la intervención del gobierno. • Mecanismos arancelarios y no arancelarios. • Organismos multilaterales de los negocios internacionales. • Integración económica. ✓ **Tratados de libre comercio y procesos de integración económica.** ✓ **Inversión extranjera directa.**	✓ Identifica los mecanismos arancelarios y no arancelarios que regulan en comercio internacional. ✓ Identifica las principales características de la Organización Mundial del Comercio y los retos más importantes que enfrenta. ✓ Analiza las ventajas y desventajas de la integración global bilateral y regional.	✓ Demuestra interés y compromiso en el desarrollo de las actividades programadas, valorando la importancia de los negocios internacionales.

Instrumento de evaluación	• Rúbrica de exposición
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Daniels, J.D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones.* Naucalpan de Juárez: Pearson Educación, p. 262 - 271 y 291 - 314. **Complementaria:** • Czinkota, M. R. (2007). *Negocios internacionales.* México D.F. : Thomson. • Hill, C.W.L. (2011). *Negocios internacionales, competencia en el mercado global (8ª* ed.). México: Mc Graw Hill, p. 703. • Pla Barber, J. (2004). *Dirección de empresas internacionales.* Madrid : Pearson Educación.
Recursos educativos digitales	• www. siicex.gob.pe • www.mincetur.gob.pe • www.sunat.gob.pe

Unidad III El Entorno de los Negocios Internacionales	Duración en horas	16

Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar estrategias de ingreso a mercados internacionales considerando el entorno cultural, económico, político y legal.

Conocimientos	Habilidades	Actitudes
✓ **Entornos culturales que enfrentan los negocios.** • Definición de cultura. • Características de la cultura. • El idioma como difusor y estabilizador de la cultura. • La religión como estabilizador cultural. • Prácticas de comportamiento que afectan los negocios. • Cuestiones de la estratificación social. • Lenguaje no verbal. ✓ **Entornos políticos y jurídicos que enfrentan los negocios.** • El entorno político. • Individualismo con colectivismo. • Democracia. • Totalitarismo. • Riesgo político. • El entorno jurídico. • Sistemas jurídicos. • Tendencias en los sistemas jurídicos. • Cuestiones jurídicas en los negocios internacionales. *1.* **Entornos económicos que enfrentan los negocios.** • Análisis económico internacional. • Características de una economía (inflación, desempleo, deuda, distribución del ingreso, pobreza y la balanza de pagos). *2.* **Entornos geográficos que enfrentan las empresas.**	✓ Analiza los métodos necesarios para aprender acerca de los entornos culturales. ✓ Analiza las causas principales de las diferencias y cambios culturales. ✓ Explica las tendencias en los sistemas políticos, la importancia del análisis económico y geográfico en los negocios internacionales. ✓ Diseña una estrategia de penetración en un mercado internacional.	✓ Demuestra interés y compromiso en el desarrollo de las actividades programadas, valorando la importancia de los negocios internacionales.

Instrumento de evaluación	• Ficha de observación para evaluar casos
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Daniels, J.D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones.* Naucalpan de Juárez : Pearson Educación, p. 45 - 74, 135 -176 y 91 - 128 **Complementaria:** • Hill, C.W.L. (2011). *Negocios internacionales, competencia en el mercado global (*8ª ed.). México: Mc Graw Hill, p. 703. • Czinkota, M. R. (2007). *Negocios internacionales.* México D.F. : Thomson. • Pla Barber, J. (2004). *Dirección de empresas internacionales.* Madrid: Pearson Educación.
Recursos educativos digitales	• www. siicex.gob.pe • www.mincetur.gob.pe • www.sunat.gob.pe

Unidad IV Operatividad del Comercio Exterior			Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar cotizaciones considerando los incoterms 2010 y modelos de contratos de compra y venta internacional, identificando los regímenes del comercio internacional a los cuales pueden acogerse las empresas peruanas.			
Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes**		
✓ Contrato de compra y venta internacional. ✓ Incoterms 2010. ✓ Los medios de pago internacionales. ✓ Regímenes del comercio internacional.	✓ Elabora un contrato de compra y venta internacional. ✓ Identifica los incoterms 2010. ✓ Desarrolla ejercicios de incoterms 2010. ✓ Identifica los regímenes aduaneros.	✓ Demuestra interés y compromiso en el desarrollo de las actividades programadas, valorando la importancia de los negocios internacionales.		
Instrumento de evaluación	• Rúbrica			
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Daniels, J.D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones.* Naucalpan de Juárez : Pearson Educación. **Complementaria:** • Czinkota, M. R. (2007). *Negocios internacionales.* México D.F. : Thomson. • Hill, C.W.L. (2011). *Negocios internacionales, competencia en el mercado global (*8ª ed.). México: Mc Graw Hill, p. 703. • Pla Barber, J. (2004). *Dirección de empresas internacionales.* Madrid : Pearson Educación.			
Recursos educativos digitales	• www. siicex.gob.pe • www.mincetur.gob.pe • www.sunat.gob.pe			

V. Metodología

Los contenidos y las actividades propuestas, se desarrollarán siguiendo la secuencia teoría-práctica, haciendo uso de métodos activos, propiciando en los estudiantes el aprendizaje invertido y aprendizaje cooperativo, en el que reflexionen de sus procesos de aprendizaje. Asimismo, se propiciará el trabajo en equipo, utilizando casos, investigación bibliográfica, investigación vía internet, consulta a expertos, lectura compartida, resúmenes, diálogo, debate y exposición. Además, se hará uso permanente de los recursos virtuales y el material de aprendizaje.

VI. Evaluación

VI.1. Modalidad Presencial

Rubros	Comprende	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisitos o conocimientos de la asignatura	Prueba mixta	Requisito
Consolidado 1	Unidad I	Prueba mixta	20%
	Unidad II	Rúbrica	
Evaluación parcial	Unidad I y II	Prueba mixta	20%
Consolidado 2	Unidad III	Ficha de observación	20%
	Unidad IV	Rúbrica	
Evaluación final	Todas las unidades	Rúbrica	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Todas las unidades	Aplica	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

VI.2. Modalidad Semipresencial y A Distancia

Rubros	Comprende	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Prueba mixta	Requisito
Consolidado 1	Unidad I	Prueba mixta	20%
Evaluación parcial	Unidad I y II	Prueba mixta	20%
Consolidado 2	Unidad III	Ficha de observación	20%
Evaluación final	Todas las unidades	Rúbrica	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Todas las unidades	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%)

UNIVERSIDAD CONTINENTAL
Facultad de Ciencias de la Empresa
DECANO
HUANCAYO

Wiliam Rodriguez Giraldez
DECANO
FACULTAD CIENCIAS DE LA EMPRESA
UNIVERSIDAD CONTINENTAL

Firmado por
WILIAM PEDRO RODRIGUEZ GIRALDEZ
CN = WILIAM PEDRO RODRIGUEZ GIRALDEZ
T = DECANO
Date: 15/03/2024 10:40