

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Profesional de Negocios Internacionales

Sílabos

Asignatura: Introducción a los Negocios Internacionales



I. INFORMACIÓN GENERAL

1.01. Código	: 45102
1.02. Escuela Profesional	: Negocios Internacionales
1.03. Departamento Académico	: Administración y Gestión
1.04. Ciclo	: I
1.05. Créditos	: 04
1.06. Plan de Estudios	: 02
1.07. Condición	: Obligatorio
1.08. N° de Horas Semanales	: 05; horas.
1.10. Semestre Académico	: 2018- I
1.11. Profesora	: Mg. Ana Maria Peralta Minchola
1.12. E-Mail	: peraltaminchola.ana@gmail.com

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Fundamento de los Negocios Internacionales, Estrategias y competitividad en los negocios. El entorno nacional, extranjero e internacional, Alternativas para Internacionalizar empresas, la Globalización, Empresas Globales, Multinacionales y Transnacionales. Tipos de Cambios. Balanza de Pagos. Importación y Exportación de Bienes de Capital. Régimen Tributario. Aranceles e Impuesto. Los salvaguardas. Los INCOTERMS 2010.

La asignatura de Negocios Internacionales es de naturaleza teórico-práctico, respecto a las actividades a las actividades y aspectos básicos de toda Cadena logísticas que permita estar en capacidad de entender, diseñar e implementar estrategias del transporte internacional.

Evaluar el comportamiento de las empresas nacionales para el comercio internacional frente a los cambios del mercado globalizado. Estimular actitudes éticas en su desempeño profesional como también desarrollar criterios en el desarrollo de las actividades empresarias en este campo a fin de usar adecuadamente los recursos de una empresa.

Los contenidos se han estructurado en dos unidades didácticas, la primera se denomina “Fundamentos de Negocios Internacionales y Esquema ambientales comparativo” y la segunda Unidad: “La dinámica de las relaciones entre los Negocios Internacionales y los Gobiernos”

El curso está programado para un total de 17 semanas, los cuales se desarrollarán en cuatro unidades didácticas, con sesiones teórico-prácticas de tres y dos horas semanales respectivamente.

III.CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
UNIDAD I	<p>Define los NI y la competitividad Internacional</p> <p>Analiza los factores culturales, políticos y el contexto económico del entorno nacional, extranjero e internacional</p>	FUNDAMENTOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	1-4
UNIDAD II	<p>Conocer los mecanismos estratégicos para ingresar a los mercados internacionales</p>	ALTERNATIVAS PARA INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA	5-8
UNIDAD III	<p>Analiza los problemas de las relaciones entre los gobiernos y los negocios internacionales</p>	LA DINAMICA DE LAS RELACIONES ENTRE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LOS GOBIERNOS	9-12
UNIDAD IV	<p>Analiza los mecanismos de cotización de precios para la exportación e importación</p>	GESTION DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	13-16

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Analiza , los conceptos de los Negocios Internacionales y su importancia
2	Identifica los primeros estudios en relación al surgimiento de los Negocios Internacionales
3	Compila los conceptos expuestos en clases y debate sobre el tema
4	Debate con rigor científico sobre las teorías que dieron nacimiento a los Negocios Internacionales
5	Fundamenta el origen del estudio de internacionalización de las empresas
6	Establece una comparación entre las relaciones de los países a nivel mundial y su integración
7	Fundamenta la importancia de la Exportación de las empresas y países
8	Juzga las formas de exportación
9	Categoriza las diferencias entre el proceso Integración Regional
10	Explica la relación de las Exportaciones e Importaciones
11	Fundamenta el porqué de la importancia de la Inversión Extranjera Directa
12	Aprecia la evaluación y selección de países
13	Explica el desarrollo de los Incoterms
14	Debate sobre las salvaguardas de los gobiernos
15	Propone proyectos de Integración por medio de los TLC
16	Discute sobre los temas expuestos en seminarios.



CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II Conocer los mecanismos estratégicos para ingresar a los mercados internacionales					
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
5	1.- Mecanismos de contratos de los Nuevos mercados		0: Aclarar dudas y revisar el avance de los trabajos asignados.		<p>Fundamenta el origen de las alianzas estratégicas</p> <p>Establece una comparación entre las diferentes formas de alianza</p> <p>Fundamenta la importancia de inversión directa</p> <p>Juzga la globalización positiva y negativamente.</p>
6	2.-Alianzas estratégicas Internacionales	1,2.- Revisar bibliografía pertinente sobre el surgimiento de de los nuevos mercados	1-2: Participar comentando en clase de las lecturas realizadas.	- Exposición magistral sobre el surgimiento y su evolución de los N. I.	
7	3.- Los niveles de compromisos de Recursos de riesgos de control	3.- Juzgar críticamente las alianzas estratégicas	3: Asumir valorativamente los aspectos físicos y sociales de los compromisos y alianzas estratégicas.	- Presentación de videos sobre los modelos de la inversión extranjera.	
8	4.- La Inversión directa en el extranjero	4.- Obtener información en torno a los recursos y los compromisos	4: Establecer un cuadro resumen sobre los aspectos relevantes de la inversión extranjera	- Lectura individual y grupal sobre la globalización.	
	5. La globalización, e Integración Económica Regional	5.- Identificar las nuevas características de la globalización	5: Establecer diferencias y/o similitudes de la globalización	- Talleres de interpretación sobre los conceptos vertidos.	
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Evaluación escrita sobre la internacionalización y evolución.		Entrega del planteamiento metodológico del trabajo y la bibliografía consultada.		Asistencia puntual, participación organizada y activa en el desarrollo de la investigación.	

ALTERNATIVAS PARA INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA

Unidad Didáctica II :



LA DINAMICA DE LAS RELACIONES ENTRE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LOS GOBIERNOS Unidad Didáctica III :	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Analiza los problemas de las relaciones entre los gobiernos y los negocios internacionales					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	1. Proceso del mercado de divisas	1,2: Esbozar el proceso del mercado de divisas 3: Discutir sobre el tratamiento de la Balanza de pagos	0: Resolver dudas sobre los trabajos asignados. 1, 2,3: Debatir las interpretaciones asumidas, en torno al mercado de divisas	- Presentación oral de los temas de la unidad. - Lectura obligatoria sobre los enfoques teóricos sobre la balanza de pagos.	. Categoriza las diferencias entre el mercado de divisas y la balanza de pagos . Explica la relación de los gobiernos y la inversión extranjera
	10	2. Proceso y análisis de la Balanza de pagos				
	11	3. Estudios relaciones entre los Negocios Internacionales	4: Revisar las actitudes de los gobiernos sobre la I. D. E. 5: Identificar las oportunidades de inversión	4,5: Compartir la comprensión asumida sobre las actitudes gubernamentales	- Talleres de estudio y análisis sobre las divisas. - Presentación gráfica comparativa de la I. D. E.	. Fundamenta el porqué de las actitudes de los gobiernos . Apreciar la I.D.E
	12	4. Actitudes Gubernamentales				
		5. La I. D. E.				
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
Prueba escrita y oral de la unidad: la dinámica de los negocios internacionales		Entrega del desarrollo final del trabajo.		Asistencia puntual a clases y participación organizada y activa en el desarrollo de la investigación.		



Unidad Didáctica IV: GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Analiza los mecanismos de cotización de precios para la exportación e importación					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	1. Evaluación y selección de países	1: Identificar críticamente evaluación y selección de países 2-3: Esboza los mecanismo de la exportación	1: Argüir en relación a la selección de países 2, 3: Usar adecuadamente los conceptos de exportación e importación	-Presentación temática en videos sobre la evaluación y selección de países. - Lectura y análisis de los conceptos de exportación e importación. - Encuesta sobre el conocimiento de los incoterms 2010. - Trabajos de exposición sobre los temas.	. Explica el desarrollo selección . Debate sobre los mecanismos de exportación . Propone proyectos de de exportación con valor agregado . Discute sobre los incoterms
	14	2. Estrategias de colaboración y control				
	15	3. Mecanismos de exportación, estrategia de exportación	4: Identificar y localizar los incoterms 2010 y la importancia para los negocios internaciones	4, 5, 6,7: Debatir sobre los incoterms		
	16	4. Mecanismos de importación, estrategias de importación.				
		5. Incoterms 2010	5: Discutir sobre la importación y su importancia en la balanza comercial			
	6. Los incoterms y la empresas					
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		
Prueba escrita sobre la unidad.		Exposición de los trabajos en equipo (trabajo final concluido)		Asistencia puntual y participación activa en los debates a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo.		

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. Medios escritos:

- Guía resumen por unidades
- Separatas con contenidos temáticos
- Fotocopia de textos selectos
- Libros seleccionados según bibliografía
- Mapas
- Revistas
- Periódicos

2. Medios visuales y electrónicos

- Rotafolios
- Gráficos
- Proyector Multimedia

3. Medios Informáticos

- Internet
- Plataformas virtuales
- Programas de Enseñanza

VII. EVALUACIÓN

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de desempeño, de producto y de conocimiento.

1. Evidencia de Desempeño.

Son pruebas en torno al manejo que el alumno hace de procedimientos y técnicas para realizar un actividad o resolver un problema. Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles. La evaluación de desempeño se evalúa ponderando cómo el estudiante aplica los procedimientos y técnicas en el diseño del trabajo y su desarrollo sistemático.

2. Evidencias de Conocimiento.

Se proyectan en dos direcciones: analítico y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver cómo identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y arriba a conclusiones para corroborar la afirmación inicial) y la forma en que propone a través de establecer estrategias,

valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante evidencie sus fracasos y sus éxitos, su autorregulación.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples, opción dicotómica, opción múltiple, de correlación, preguntas calculadas, percepción y valoración de videos, entre otros.

3. Evidencias de producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto se evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales de cada mes y el producto final.

Además se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación. El ponderado es el siguiente: Teórico Práctico 1, 35%; Teórico Práctico 2, 35% y el Trabajo Académico, 30%. El promedio final es la suma de los ponderados.

VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDACTICA I:

- Ernest Gundling TRABAJANDO EN TODO EL GLOBO: 12 destrezas para crear negocios que crucen fronteras. 2003.
- Ávila Marcué Felipe TACTICAS PARA LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES. 2000
- Ball, Donald y Wendell McCulloch NEGOCIOS INTYERNACIONALES: Introducción y aspectos esenciales. Edit. Mc Graw Hill 2000
- Canals Jordi LA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA: como evaluar la penetración en mercados exteriores. Madrid 2000

UNIDAD DIDACTICA II:

- ADEX Asociación de Exportadores- Perú: WWW.adexperu.org.pe
- AVENTURA DE EXPORTAR: PRIMER PASO HACIA EL DESARROLLO INTERNACIONAL DE LA EMPRESA, LA / Gloria García, coordinador. Madrid : Colegio de Economistas de Madrid, 1999. 288p.
- Centro de Trámites de Exportación (Nicaragua). MANUAL DEL EXPORTADOR: NICARAGUA. / Dirección y redacción Ricardo Illescas Hidalgo. Managua : Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones, 1999. 107p.

UNIDAD DIDACTICA III:

- Haar, Jerry. CÓMO EXPORTAR A LOS ESTADOS UNIDOS: GUÍA GERENCIAL PARA REALIZAR OPERACIONES PRODUCTIVAS. / Jerry Haar, Marta Ortiz-Buonafina. México: Limusa, 1994. 266p.
- Morales Troncoso, Carlos. PLAN DE EXPORTACIÓN: LLEVE SUS PRODUCTOS A TODO EL MUNDO. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, 2000. 201p.

UNIDAD DIDACTICA IV:

- Paz Lloveras, Eduardo. CÓMO EXPORTAR, IMPORTAR Y HACER NEGOCIOS A TRAVÉS DE INTERNET: GUÍA PROFESIONAL PARA LA GESTIÓN DE LA EXPORTACIÓN, IMPORTACIÓN Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DE INTERNET. Barcelona: Gestión 2000, 1998. 148p.

COMPLEMENTARIA

- ADEX. Asociación de exportadores. www.adexperu.org.pe
- BCRP. Banco Central de Reserva del Perú. www.bcrp.gob.pe
- FORUM La revista del Centro de Comercio Internacional. www.intrancen.org/tradeforum.
- INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática. www.inei.gob.pe
- MINCETUR, Ministerio de Comercio Exterior, Turismo, www.mincetur.gob.pe
- OMC, Organización Mundial de Comercio www.wto.org/indexsp

VIII. PROBLEMAS QUE RESOLVERÁ EL ALUMNO.

- 1. Presentar su propio concepto de los Negocios Internacionales**
- 2. Explicar los entornos económicos y políticos de las empresas**
- 3. Debatir sobre la Integración Económica Regional**
- 4.- Presentar trabajo sobre el mercado de divisas**
- 5.- casos de estudios de las Exportaciones e Importaciones**

Huacho, abril del 2018.

Mg. Ana Maria Peralta Minchola
Docente del Curso