



FACULTAD DE ADMINISTRACION

ASIGNATURA: MERCADOS INTERNACIONALES

CÓDIGO: 7A0325

1. DATOS GENERALES

1.1. DEPARTAMENTO	: Gestión Empresarial e Institucional
1.2. ESCUELA PROFESIONAL	: Administración de Turismo y Negocios Internacionales
1.3. ESPECIALIDAD	: Negocios Internacionales
1.4. NOMBRE DE LA CARRERA	: Licenciado en Administración con mención en Negocios Internacionales
1.5. CICLO DE ESTUDIOS	: VIII Ciclo
1.6. CREDITOS	: 3
1.7. AREA DE LA ASIGNATURA	: Administración
1.8. CONDICION	: Obligatoria
1.9. PRE-REQUISITOS	: Investigación de Mercado
1.10. HORA DE CLASE SEMANAL	: 4
1.11. HORAS DE CLASE TOTAL	: 68
1.12. PROFESOR RESPONSABLE	: Lic. Adm. Ismael Granados Peralta
1.13. AÑO LECTIVO ACADEMICO	: 2008-II

2. SUMILLA

Panorama de los negocios internacionales. Globalización de los mercados, estandarización. Ámbitos culturales de la empresa en los negocios internacionales. Teorías de la inversión extranjera. Las diferentes estructuras de organización empresarial para los negocios internacionales. Empresas multinacionales. Negociaciones y diplomacia de los negocios internacionales. Estudio y determinación de los diversos criterios del comportamiento del consumidor. La segmentación y las oportunidades de negocios. Los métodos de investigación de mercados más empleados en marketing internacional. Estudio y aplicación de las técnicas de investigación más aplicables en los diversos mercados internacionales. Identificación de las pruebas publicitarias que determinan el lanzamiento exitoso de los nuevos productos. Determinación del perfil de los consumidores de los diversos mercados internacionales a través de la segmentación. Planeamiento estratégico para la internacionalización de la empresa. Evaluación y selección de países. Estrategias de internacionalización de las empresas: Estrategias de entrada y operación. Estrategias de cooperación. Las trading companies: organización, funcionamiento y como negociar con ellas. La pequeña empresa exportadora: diagnóstico y alternativas.

3. OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Profundizar los estudios técnicos de recolección de datos primarios en mercados internacionales (en forma cualitativa y cuantitativa) conociendo sus ventajas y desventajas de cada uno de ellos, lo cual le permitirá al alumno hacer uso de una combinación de varias técnicas y estudio de modelos de investigación para lanzar nuevos productos al mercado internacional. El alumno podrá realizar estudios de pre test y post test de un producto y además analizar el sistema básico de conducta del consumidor visto desde la perspectiva de la segmentación.

4. APOORTE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL

El conocimiento de los mercados económicos internacionales constituye la esencia del profesional en negocios internacionales. El profesional después de este curso estará preparado para analizar y comprender las políticas económicas de los principales mercados del mundo, así como estará preparado para identificar oportunidades de negocios en los mercados globales.

5. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°	DENOMINACION	N° DE HORAS
Unidad I	Esquemas Culturales Internacionales	08
Unidad II	Ambientes Políticos y Legales	08
Unidad III	Contexto Económico Internacional	08
Unidad IV	Influencia Estatal en el Comercio	05
EXAMEN PARCIAL		03
Unidad V	Estrategias Operativas Básicas	12
Unidad VI	Marketing Internacional	08
Unidad VII	Gestión de la Cadena de Abastecimiento	09
EXAMEN FINAL		03
EXAMEN SUSTITUTORIO Y APLAZADOS		04
TOTAL HORAS		68

6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

PRIMERA SEMANA

Primera Sesión

Conciencia cultural.

Objetivo Especifico:

Que los alumnos conozcan los diferentes esquemas culturales y aprendan de ellos.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda Sesión

Identificación y dinámica de las culturas.

Objetivo Especifico:

Que los alumnos identifiquen las características principales de las diferentes culturas globales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión

Prácticas de comportamiento que afectan los negocios.

Objetivo Especifico:

Que los alumnos relacionen la influencia de otros países con el desarrollo de los negocios.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Estrategias para manejar las diferencias culturales.

Objetivo Especifico:

Que los alumnos tengan las herramientas para aprovechar la cultura.
Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

TERCERA SEMANA

Primera Sesión

El ambiente político internacional.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan las consecuencias de la política en estos países.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Ideologías políticas básicas.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan los diferentes escenarios políticos internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

CUARTA SEMANA

Primera Sesión

Impacto del sistema político en las decisiones gerenciales.

Objetivo Específico:

Que los alumnos vean las ventajas y desventajas de un sistema político abierto o cerrado.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

El ambiente legal.

Objetivo Específico:

Que los alumnos aprendan los conceptos legales de carácter internacional.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

QUINTA SEMANA

Primera Sesión

Descripción económica de los países.

Objetivo Específico:

Que los alumnos aprendan la realidad económica de los países.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Aspectos macroeconómicos claves.

Objetivo Específico:

Que los alumnos aprendan la realidad económica de los países.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

SEXTA SEMANA

Primera Sesión

Transición a una economía de mercado.

Objetivo Específico:

Que los alumnos aprendan la realidad económica de los países.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Control de lectura. Discusión de la lectura.

Objetivo específico: Reforzamiento de los conocimientos adquiridos.

Actividad: Evaluación escrita.

SEPTIMA SEMANA

Primera Sesión

Intervencionismo gubernamental.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan las implicancias del papel del gobierno para el comercio.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

La inversión extranjera directa.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan la importancia de la inversión extranjera directa.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

OCTAVA SEMANA

Primera Sesión

Negociaciones y diplomacia en los negocios internacionales.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan la importancia de ser un buen negociador.

Bibliografía: Revistas, artículos.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

EXAMEN PARCIAL

NOVENA SEMANA

Primera Sesión

Evaluación y selección de países.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan las estrategias operativas básicas para el desarrollo de los negocios internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Estrategias y acuerdos de colaboración.

Objetivo específico:

Que los alumnos conozcan las estrategias operativas básicas para el desarrollo de los negocios internacionales

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

DECIMA SEMANA

Primera Sesión

Planeación.

Objetivo específico:

Que los alumnos conozcan las estrategias operativas básicas para el desarrollo de los negocios internacionales

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Mecanismos de control.

Objetivo específico:

Que los alumnos conozcan las estrategias operativas básicas para el desarrollo de los negocios internacionales

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

DECIMA PRIMERA SEMANA

Primera Sesión

Control de lectura. Discusión de la lectura.

Objetivo específico: Reforzamiento de los conocimientos adquiridos.

Actividad: Evaluación escrita.

Segunda sesión:

Análisis de tamaño del mercado.

Objetivo Específico:

Que los alumnos puedan aplicar herramientas de marketing para los negocios internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

DECIMA SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión

Política de productos.

Objetivo Específico:

Que los alumnos puedan aplicar herramientas de marketing para los negocios internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Política de precios.

Objetivo Específico:

Que los alumnos puedan aplicar herramientas de marketing para los negocios internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

DECIMA TERCERA SEMANA

Primera Sesión

Políticas de promoción.

Objetivo Específico:

Que los alumnos puedan aplicar herramientas de marketing para los negocios internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Políticas de marca.

Objetivo Específico:

Que los alumnos puedan aplicar herramientas de marketing para los negocios internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

DECIMA CUARTA SEMANA

Primera Sesión

Políticas de distribución.

Objetivo Específico:

Que los alumnos puedan aplicar herramientas de marketing para los negocios internacionales.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Control de lectura. Discusión de la lectura.

Objetivo específico: Reforzamiento de los conocimientos adquiridos.

Actividad: Evaluación escrita.

DECIMA QUINTA SEMANA

Primera Sesión

Estrategias de manufactura global.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan las herramientas de la gestión de abastecimiento.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Gestión de la cadena de abasto.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan las herramientas de la gestión de abastecimiento.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

DECIMA SEXTA SEMANA

Primera Sesión

Manejo de inventarios.

Objetivo Específico:

Que los alumnos conozcan las herramientas de la gestión de abastecimiento.

Bibliografía: Negocios Internacionales, Jhon D. Daniels

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

EXAMEN FINAL

DECIMA SEPTIMA SEMANA

Primera Sesión

EXAMEN SUSTITUTORIO

Segunda Sesión

EXAMEN APLAZADOS

7. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

7.1. Métodos

Exposiciones teórico-prácticas, de tipo inductivo, sobre temas escogidos.
Presentación de informes grupales.

7.2. Técnicas

Trabajo de investigación a nivel personal y grupal.

7.3. Medios Didácticos

Materiales: Transparencias, disquetes, diapositivas.
Equipos: Retroproyector, proyector multimedia..

8. EVALUACIÓN

8.1. Técnicas

Evaluación oral y escrita.

8.2. Instrumentos

Exámenes, trabajo de investigación, exposiciones.

8.3. Criterios

Se evaluará la asistencia y la participación en cada clase.

8.4. Aspectos

El promedio final se obtiene de las evaluaciones parciales, del trabajo de grupo y de las exposiciones y la participación.

9. BIBLIOGRAFIA

Economía Internacional

Salvatore Dominick
Limusa Wiley – 2005

Negocios Internacionales

Jhon D. Daniels
Pearson Educación – 2004

Revistas: Perú Exporta, Negocios Internacionales.