



SÍLABO

COMPETENCIAS EN EL MARCO DEL MODELO SOCIOFORMATIVO-HUMANISTA

ASIGNATURA: NEGOCIOS INTERNACIONALES

CODIGO 101656

I. DATOS GENERALES

1.1	Departamento Académico	:	Economía
1.2	Escuela Profesional	:	Economía
1.3	Programa de estudios	:	Economía
1.4	Plan de estudios	:	2019
1.5	Ciclo de Estudios	:	Noveno Ciclo
1.6	Créditos	:	4
1.7	Requisito	:	Gestión de Incubadoras y Tecno-polos de Inversión Productiva
1.8	Modalidad	:	Presencial
1.9	Semestre Académico	:	2023-1
1.10	Duración	:	16 semanas
1.11	Horas semanales	:	5
	1.11.1 Horas de teoría	:	3
	1.11.2 Horas de Práctica	:	2
1.12	Horario	:	Según Racionalización 2023
	1.12.1 Noche “B”	:	
	Jueves	:	18:00-19:40
	Sábado	:	13:00-15:30
	1.12.2 Noche “C”	:	
	Jueves	:	19:40-22:10
	Sábado	:	15:30-17:10



1.13	Inicio de clases	:	29 de mayo del 2023
1.14	Finalización de clases	:	16 de setiembre del 2023
1.15	Docente coordinadora	:	Mag. Betty Edith Sánchez Hinostroza
	1.15.1 correo	:	bsanchez@unfv.edu.pe
	1.15.2 código docente	:	90734
1.16	Docente de la asignatura	:	Mag. Betty Edith Sánchez Hinostroza Dr. Pedro Juan Antón de los Santos Dr. Marco Antonio Antón de los Santos Dr. Hernán Ricardo Briceño Avalos

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad es teórico-práctica y tiene el propósito de proporcionar al estudiante las estrategias que le permitan un buen posicionamiento en los diferentes mercados.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje:

1. Fundamentos de los negocios internacionales.
2. Los entornos de los negocios internacionales.
3. Teorías sobre economía internacional, inversión y desarrollo económico.
4. Estrategia, estructura de la empresa multinacional y la gestión de las funciones a nivel internacional.

Tarea académica exigida al estudiante es la elaboración y presentación de una idea de un producto para ser comercializado competitivamente en el mercado internacional, apoyándose en la técnica creativa de los mapas mentales u otras técnicas.

III. COMPETENCIA DE A ASIGNATURA

"Analiza los múltiples entornos a los que se enfrentan las organizaciones empresariales cuando se involucran en los negocios internacionales, las diferentes estrategias que estas adoptan, cómo gestionan los recursos económicos, contables, financieros, humanos, para poder recomendar las estrategias que deberán implementar las organizaciones a fin de lograr el objetivo de incrementar sus utilidades y rentabilidades; para ello elabora de manera colaborativa una idea de un producto competitivo a nivel internacional presentado como un trabajo de investigación y que se ciñe al formato APA."

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE



UNIDAD I FUNDAMENTOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Se estudia el panorama de los Negocios Internacionales asimismo se explica cómo ingresa las empresas al mercado internacional y se demuestra tomando como ejemplos casos, cual es el modo más adecuado en el que una organización empresarial se involucra en los negocios internacionales ya sea con un producto o servicio existente, nuevo o mejorado y como la creatividad ayuda en la toma de estas decisiones.

UNIDAD II LOS ENTORNOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Demuestra con casos reales de empresas, como son los entornos culturales, socio económicos, económicos, financieros, laborales, legales, políticos, físicos y como estos afectan al desenvolvimiento de las empresas en el mercado internacional y como deberán ser afrontadas por las mismas.

UNIDAD III TEORÍAS SOBRE ECONOMÍA INTERNACIONAL, INVERSIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO.

Expone cómo se relacionan las teorías de la economía internacional, la inversión y del desarrollo económico, la importancia de su conocimiento y comprensión por parte de las empresas en la toma en las decisiones para su incursión en los negocios internacionales.

UNIDAD IV Estrategia, estructura de la empresa multinacional y la gestión de las funciones a nivel internacional.

Demuestra con ejemplos de casos como las empresas eligen las mejores estrategias para colocar sus productos y/o servicios en el mercado internacional y lograr el objetivo empresarial de aumentar las utilidades y sus rentabilidades.



V. PROGRAMACION DE CONTENIDOS

UNIDAD I FUNDAMENTOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

C1: Se estudia el panorama general de los negocios internacionales asimismo se explica cómo ingresa las empresas al mercado internacional y se demuestra tomando como ejemplos casos, cual es el modo más adecuado en el que una organización empresarial se involucra en los negocios internacionales ya sea con un producto o servicio existente, nuevo o mejorado y como la creatividad ayuda en la toma de estas decisiones.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES (actividades)	CONTENIDOS ACTITUDINALES	TIPO (*)	CRITERIOS DE EVALUACIÓN (**)	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN (***)
Semana N° 1 Clase 1 Clase 2 29 de may al 03 jun	Creatividad e inteligencia Creatividad e innovación empresarial. Gestión y estrategia: la creatividad en la toma de decisiones.	Describe las diferentes etapas que comprende el proceso creativo.	Asiste puntualmente a clases Trabaja en equipo Es proactivo Respeto las normas académicas Entrega a tiempo los trabajos Participa activamente en clase	S-A	- Sintetiza información personalizada. - Recrea información personalizada. - Participa en la elaboración de tareas programadas. - Evidencia sistematización y creatividad en el tema tratado. - Muestra tolerancia y asertividad frente a la crítica.	➤ Pruebas objetivas. ➤ Trabajos prácticos y tareas experimentales. ➤ Trabajos académicos. ➤ Mapas conceptuales. ➤ Portafolio, wikis y foros. (3 horas teoría y 2 horas prácticas)
Semana N° 2 Clase 3 Clase 4 05 al 10 jun	Técnicas creativas Ejemplo: Mapas Mentales.	Identifica las diferencias de cada técnica creativa y selecciona una de ellas.		S-A		
Semana N° 3 Clase 5 Clase 6 12 al 17 jun	Razones para realizar NI	Analiza cada una de las razones		S-A		
Semana N° 4 Clase 7 Clase 8 19 al 24 jun	Modos de realizar los NI	Analiza y diferencia cada modalidad de ingreso a los mercados internacionales		S-A		

Logro de aprendizaje :TRABAJO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° I (: Presentación y sustentación de trabajos monográficos grupales correspondiente a la unidad.)

Fuentes de información:

- Referencias bibliográficas:
 - Daniels, John. (2013). Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones. Prentice Hall. Decima cuarta Edición. México D.F. Hill, Charles (2015). Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global. Mc Graw Hill. Décima Edición. México D.F. César Medina. Gestión y estrategias en



<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num6/art11.html>. Isoba, Oscar. (2018). Pensamiento Inventivo Sistemático. En

<https://www.estrategiamagazine.com/marketing/pensamiento-inventivo-sistemico/>

- Scharch Kirberg, Alejandro (2020) Creatividad e innovación- Bogotá: 2da. edición

UNIDAD II LOS ENTORNOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

C2: Demuestra con casos reales de empresas, como son los entornos culturales, socio económicos, económicos, financieros, laborales, legales, políticos, físicos y como estos afectan al desenvolvimiento de las empresas en el mercado internacional y como deberán ser afrontadas por las mismas. .

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES (actividades)	CONTENIDOS ACTITUDINALES	TIPO (*)	CRITERIOS DE EVALUACIÓN (**)	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN (***)
Semana N° 5 Clase 9 Clase 10 26 de jun al 01 de jul	El entorno cultural El entorno financiero mundial	identifica de cada entorno, los rasgos	Demuestra interés en los temas iniciales del curso y participa en las definiciones y discusiones propias de los temas	S-A	- Sintetiza información personalizada. - Recrea información personalizada. - Participa en la elaboración de tareas programadas. - Evidencia sistematización y creatividad en el tema tratado. - Muestra tolerancia y asertividad frente a la crítica.	➤ Pruebas objetivas. ➤ Trabajos prácticos y tareas experimentales. ➤ Trabajos académicos. ➤ Mapas conceptuales. ➤ Portafolio, wikis y foros. (3 horas teoría y 2 horas prácticas)
Semana N° 6 Clase 11 Clase 12 03 al 08 jul	Entorno económico.	Esenciales a tomar en consideración		S-A		
Semana N° 7 Clase 13 Clase 14 10 al 15 jul	Entornos jurídicos. Entornos políticos	Esenciales a tomar en consideración		S-A		
Semana N° 8 Clase 15 Clase 16 17 al 22 jul	Entorno físico Perspectivas geográficas en los negocios internacionales	Por parte de las empresa que quieren involucrarse en loa NI		S-A		

EXAMEN PARCIAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° I y II

Fuentes de información:

- Referencias bibliográficas:
 - Daniels, John. (2013). Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones. Prentice Hall. Decima cuarta Edición. México D.F. Hill, Charles (2015). Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global. Mc Graw Hill. Décima Edición. México D.F. Czinkota, M. Y otros. (2007) Negocios



Internacionales. Thomson. Séptima Edición, México D.F. Krugman, p. Y Obstfel, M. (2012) Economía internacional. Pearson Educación, S.A. novena Edición. Madrid

UNIDAD III TEORÍAS SOBRE ECONOMÍA INTERNACIONAL, INVERSIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

C3: Expone cómo se relacionan las teorías de la economía internacional, la inversión y del desarrollo económico, la importancia de su conocimiento y comprensión por parte de las empresas en la toma en las decisiones para su incursión en los negocios internacionales

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES (actividades)	CONTENIDOS ACTITUDINALES	TIPO (*)	CRITERIOS DE EVALUACIÓN (**)	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN (***)
Semana N° 9 Clase 17 Clase 18 24 al 29 jul	Teorías del Comercio internacional (CI) clásica, neoclásica	Identifica las diferencias de los supuesto cada modelo y su trascendencia	Demuestra interés en los temas iniciales del curso y participa en las definiciones y discusiones propias de los temas	S-A	- Sintetiza información personalizada. - Recrea información personalizada. - Participa en la elaboración de tareas programadas. - Evidencia sistematización y creatividad en el tema tratado. - Muestra tolerancia y asertividad frente a la crítica.	➤ Pruebas objetivas. ➤ Trabajos prácticos y tareas experimentales. ➤ Trabajos académicos. ➤ Mapas conceptuales. ➤ Portafolio, wikis y foros.
Semana N° 10 Clase 19 Clase 20 31 de jul al 05 de agosto	Teorías alternativas	para los negocios internacionales		S-A		
Semana N° 11 Clase 21 Clase 22 07 al 12 agosto	Teorías sobre inversión Teoría sobre desarrollo económico.	Identifica los fundamentos teóricos y su relación con los NI		S-A		
Semana N° 12 Clase 23 Clase 24 14 al 19 agosto	Proteccionismo y libre comercio Balanza de pagos Integración económica Internacional.	Analiza cada uno de temas y su relación con los NI		S-A		

Logro de aprendizaje : TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° III - Presentación y sustentación de trabajos monográficos grupales correspondiente a la unidad.

Fuentes de información:

- Referencias bibliográficas:
 - Daniels, John. (2013). Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones. Prentice Hall. Decima cuarta Edición. México D.F. Hill, Charles (2015). Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global. Mc Graw Hill. Décima Edición. México D.F. Czinkota, M. Y otros. (2007) Negocios Internacionales. Thomson. Séptima Edición, México D.F. Krugman, p. Y Obstfel, M. (2012) Economía internacional. Pearson Educación, S.A. novena Edición. Madrid



UNIDAD IV TEORÍAS SOBRE ECONOMÍA INTERNACIONAL, INVERSIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

C4: Demuestra con ejemplos de casos como las empresas eligen las mejores estrategias para colocar sus productos y/o servicios en el mercado internacional y lograr el objetivo empresarial de aumentar las utilidades y sus rentabilidades.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES (actividades)	CONTENIDOS ACTITUDINALES	TIPO (*)	CRITERIOS DE EVALUACIÓN (**)	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN (***)
Semana N° 13 Clase 25 Clase 26 21 al 26 agosto	La estrategia de los NI La organización de los NI Estrategia de penetración y Alianzas estratégicas	Identifica las diferente estrategias que pueden utilizar las empresas en la búsqueda de sus objetivos	Demuestra interés en los temas iniciales del curso y participa en las definiciones y discusiones propias de los temas	S-A	- Sintetiza información personalizada. - Recrea información personalizada. - Participa en la elaboración de tareas programadas. - Evidencia sistematización y creatividad en el tema tratado. - Muestra tolerancia y asertividad frente a la crítica.	➤ Pruebas objetivas. ➤ Trabajos prácticos y tareas experimentales. ➤ Trabajos académicos. ➤ Mapas conceptuales. ➤ Portafolio, wikis y foros. (3 horas teoría y 2 horas prácticas)
Semana N° 14 Clase 27 Clase 28 28 de agosto al 02 setiembre	Marketing Servicios. La logística y la cadena de suministros Administración financiera	Identifica las principales		S-A		
Semana N° 15 Clase 29 Clase 30 04 al 09 setiembre	Gobierno corporativo, contabilidad e impuestos. Gobierno corporativo, contabilidad e impuestos.	Operaciones de la gestión de las funciones		S-A		
Semana N° 16 Clase 31 Clase 32 11 al 16 setiembre	Administración de los recursos humanos	a nivel internacional		S-A		

EXAMEN FINAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° III y IV - Presentación y sustentación de trabajos grupales correspondiente a la unidad.

Fuentes de información:

- Referencias bibliográficas:
 - Daniel, John. (2013). Negocios Internacionales: ambientes y operaciones. Prentice Hall Decima cuarta Edición. México D.F. Competencia en el mercado global. Mc Graw Hill. Décima Edición. México D.F. Czinkota, M. Y otros. (2007) Negocios Internacionales. Thomson. Séptima Edición, México D.F. Krugman, p. Y Obstfel, M. (2012). Economía internacional. Pearson Educación, S.A. novena Edición. Madrid.
 - Moró E. (2006) Evaluación del Impacto del TLC en la en la economía peruana.



-
- OMC (2023) Negociaciones comerciales de la OMC
 - Orosco, Juan Carlos (2021) (2022): Y el Marketing hizo Clic. Primera edición Bogotá.
 - Silva Guerra, Harold (2021) Marketing internacional, en América Latinn-urcasegunda edición



VI. METODOLOGÍA

6.1. Estrategias centradas en el aprendizaje

- La asignatura es presencial, vivencial e interactiva.
- Los contenidos incluyen: conceptos- procedimientos-actitudes, por lo que cada sesión incorpora conocimientos, habilidades y actitudes a configurar en cada estudiante.

6.2. Estrategias centradas en la enseñanza

El docente deberá planificar, facilitar, organizar y orientar el proceso de enseñanza de los estudiantes utilizando:

- Exposición del docente
- Ejercicios individuales y grupales
- Discusión en clase
- Trabajos individuales y grupales

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Equipos	:	
Materiales	:	Diapositivas de clase, textos de lectura, separatas, otros.
Medios electrónicos	:	Uso de correo electrónico, WhatsApp, direcciones web relacionadas con la asignatura, Plataforma Microsoft Teams, videos interactivos.

VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al Compendio de Normas Académicas de esta Casa Superior de estudios:
Artículo 13° “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor de estudiante”.
Artículo 16°, “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
Artículo 36° “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EXAMEN PARCIAL	30%
02	EF	EXAMEN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
TOTAL			100%

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\% + EF*30\% + TA*40\%}{100}$$



Criterios:

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA = Los trabajos académicos serán consignados conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Casa Superior de Estudios, según el detalle siguiente:
 - a) Prácticas calificadas.
 - b) Informes de laboratorio.
 - c) Seminarios calificados.
 - d) Exposiciones.
 - e) Trabajos monográficos.
 - f) Investigaciones bibliográficas.
 - g) Participación en trabajos de investigación dirigidos por los profesores de la asignatura.
 - h) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

9.1 Bibliografía.

- Czinkota, M. Y otros (2007) Negocios Internacionales. Thomson. Séptima Edición, México D.F.
- Daniels, John. (2013) Negocios Internacionales: Ambientes y Operaciones. Prentice Hall. Décima cuarta Edición. México D.F.
- Hill, Charles. (2015) Negocios Internacionales. Competencia en el mercado global. McGraw Hill. Décima segunda Edición. México D.F.
- Krugman
- Y Obstfel, M. (2012) Economía Internacional. Pearson Educación. S.A. novena Edición. Madrid.
- Silva Guerra, Harold (2021) Marketing Internacional en América Latina. Segunda Edición. Bogotá

9.2 Direcciones Web

- www.neuroilla.com/pags/técnicas/default.asp. Técnicas sobre creatividad
- Medina. www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num6/ La creatividad en la toma de decisiones
- Isoba. Oscar (2018). Pensamiento inventivo sistemático.
- En <https://www.estrategiamagazine.com/marketing/pensamiento-inventivo-sistem'atico/>

Lima, 29 de mayo del 2023.

DR. PEDRO JUAN ANTÓN DE LOS SANTOS
DOCENTE PR-TC FCE-UNFV
CÓDIGO 0088233

MAG. BETTY EDITH SÁNCHEZ HINOSTROZA
DOCENTE AS/TP FCE-UNFV
Código: 90734
Correo: bsanchez@unfv.edu.pe

Dr. Hernán Briceño Avalos
Código Docente: 0977057
hbriceno@unfv.edu.pe

Dr. Marco Antonio
Antón De Los Santos
Código Docente: 2001071
manton @unfv.edu.pe

Fecha de recepción del sílabo