



## MODELO DE SÍLABO ADAPTADO PARA EL PERIODO DE ADECUACIÓN A LA EDUCACIÓN NO PRESENCIAL

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales

### SÍLABO 2020-II

#### I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: Dirección de Negocios Globales y Responsabilidad Social
2. Código	: NG1002
3. Naturaleza	: Práctica, Taller, Laboratorio
4. Condición	: Obligatoria
5. Requisitos	: NGO2906
6. Nro. Créditos	: Cuatro (04)
7. Nro. de horas semanales	: Seis (06) (Práctica: 2 / Taller: 2 / Laboratorio: 2)
8. Semestre Académico	: X
9. Docente	: Mg. Augusto Rafael Hidalgo Cárdenas
Correo Institucional	: augusto.hidalgo@urp.edu.pe

#### II. SUMILLA

La asignatura es de naturaleza obligatoria y pertenece al área de formación profesional especializada. Es de carácter teórico-práctico y proporciona los conocimientos orientados a que los estudiantes entiendan las estrategias de gestión modernas, multiculturales, eficaces y eficientes de las empresas que operan en los mercados globalizados. La asignatura considera cuatro (04) unidades de aprendizaje que les permite: utilizar herramientas innovadoras para una correcta toma de decisiones previendo las consecuencias de las mismas, desarrollando una gestión integral de liderazgo proactivo y trascendental, teniendo actividades basadas en principios de responsabilidad social en las empresas. Realizando foros de discusión y prácticas analíticas basadas en casos y temas relacionados con las características de las empresas multinacionales, estudiando e implementando la aplicación directa de principios, estrategias, planificación, creación, desarrollo, entrada, localización y comercialización en mercados globalizados.

#### III. COMPETENCIAS GLOBALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Múltiples Inteligencias
- Múltiples Valores

#### IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Competencia de Logística y Operaciones Globales
- Competencia de Administración y Negocios Globales

#### V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN ( X ) RESPONSABILIDAD SOCIAL ( X )

#### VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura, el estudiante podrá entender la dirección intercultural en las empresas así como desarrolla una mentalidad holística sobre la gestión de las empresas globales, con fuerte concientización en responsabilidad social para la toma de decisiones y priorizar el uso de recursos con miras de satisfacer la demanda con una oferta sostenible que brinde soluciones contundentes y transparentes para conocimiento de los shareholders así como una sólida ética en los negocios en las relaciones con los stakeholders.

#### VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

##### UNIDAD I: TRASCENDENCIA DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL INTERCULTURAL

**LOGRO DE APRENDIZAJE:** Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar la trascendencia del comportamiento organizacional intercultural en las empresas con actividades en mercados multinacionales.



Semana	Contenido
1	Introducción. Términos, filosofía, reglas, metodología, procedimientos. Matriz de evaluación. Cronogramas.
2	Negocios, negocios globales, dirección de negocios globales, conceptos y proyección. El Gerente global, consideraciones, liderazgo y gestión.
3	Responsabilidad social empresarial, pilares, sostenibilidad, rentabilidad social. Cultura y educación. Cultura y educación. Competencias blandas.
4	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

**UNIDAD II: DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DENTRO DE UN ENFOQUE SISTÉMICO Y POR PROCESOS**

**LOGRO DE APRENDIZAJE:** Al finalizar la unidad, el estudiante podrá aplicar metodologías para el diagnóstico organizacional dentro de un enfoque sistémico y por procesos, en un contexto empresarial globalizado mostrando flexibilidad ante los cambios.

Semana	Contenido
5	Razones de la expansión internacional en las corporaciones multinacionales. Mercado y negocios globales. Factores a considerar para la expansión internacional.
6	La innovación de valor. Prácticas para promoverla. Recursos de la gerencia integral. Estrategia, definición, implementación y ejecución. Estrategia de crecimiento en el mercado.
7	Internacionalización o globalización. Influencia global de las multinacionales. Factores que influyen la globalización. Valores que sostienen una globalización.
8	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

**UNIDAD III: REDISEÑO DE ORGANIGRAMAS DENTRO DE UN ENFOQUE SISTÉMICO Y POR PROCESOS EN UN CONTEXTO EMPRESARIAL GLOBALIZADO**

**LOGRO DE APRENDIZAJE:** Al finalizar la unidad, el estudiante rediseña organigramas dentro de un enfoque sistémico y por procesos en un contexto empresarial globalizado evaluando el entorno para anticiparse a los factores externos que influyen en la toma de decisiones..

Semana	Contenido
9	Tipos de corporaciones multinacionales y sus ventajas competitivas Modelos Barlett & Ghoshal. Presión del mercado global sobre las multinacionales para integrarse y/o diferenciarse.
10	Gestión de proyectos. Manejadores determinantes en la globalización. Negocios globales.
11	El dilema de ingreso a mercados extranjeros. Modos de entrada estratégicos, características. Sincronía del tiempo de entrada. Gestión del sistema de información. Conceptos generales de la gerencia de negocios globales.
12	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

**UNIDAD IV: REDISEÑAR MANUALES ORGANIZACIONALES DENTRO DE UN ENFOQUE SISTÉMICO Y POR PROCESOS**

**LOGRO DE APRENDIZAJE:** Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de rediseñar manuales organizacionales dentro de un enfoque sistémico y por procesos, en un contexto empresarial globalizado orientándolos a la obtención de calidad y resultados.

Semana	Contenido
13	Marketing global en el entorno actual. Integración del marketing global. Visibilidad de indicadores para la toma de decisiones empresariales y gerenciales.
14	Modelos Porter frente a los actuales retos del mercado global. Cadena de valor y su importancia en la fortaleza competitiva.
15	Análisis situacional del mercado extranjero. Cinco fuerzas que influyen sobre la sostenibilidad de una industria. Estilos de dirección en corporaciones globales.
16	Monitoreo y Retroalimentación. Evaluación del Logro

17	<b>EVALUACIÓN SUSTITUTORIA CON PRODUCTO FINAL: RÚBRICA</b>
----	--



### VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

ABP (Aprendizaje basado en problemas). Método de proyecto. Exposición dialogada, Trabajo en equipo, Presentación efectiva, Design Thinking, Visual Thinking, Aula Invertida, Discusión del dilema, Visionado de video, Elaboración de reportes orientados por el profesor. Presentación oral y escrita.

### IX. MOMENTOS DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE VIRTUAL

La modalidad no presencial desarrollará actividades sincrónicas (que los estudiantes realizarán al mismo tiempo con el docente) y asincrónicas (que los estudiantes realizarán independientemente fortaleciendo su aprendizaje autónomo. La metodología del aula invertida organizará las actividades de la siguiente manera:

#### Antes de la sesión

**Exploración:** preguntas de reflexión vinculada con el contexto, otros.

**Problematización:** conflicto cognitivo de la unidad, otros.

#### Durante la sesión

**Motivación:** bienvenida y presentación del curso, otros.

**Presentación:** PPT en forma colaborativa, otros.

**Práctica:** resolución individual de un problema, resolución colectiva de un problema, otros.

#### Después de la sesión

**Evaluación de la unidad:** presentación del producto.

**Extensión / Transferencia:** presentación en digital de la resolución individual de un problema.

### IX. EVALUACIÓN

La modalidad no presencial se evaluará a través de productos que el estudiante presentará al final de cada unidad. Los productos son las evidencias del logro de los aprendizajes y serán evaluados a través de rúbricas cuyo objetivo es calificar el desempeño de los estudiantes de manera objetiva y precisa.

Retroalimentación. En esta modalidad no presencial, la retroalimentación se convierte en aspecto primordial para el logro de aprendizaje. El docente devolverá los productos de la unidad revisados y realizará la retroalimentación respectiva.

UNIDAD	INSTRUMENTOS	PORCENTAJE
I	Rúbrica	15%
II	Rúbrica	20%
III	Rúbrica	25%
IV	Rúbrica	40%

### X. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del Docente, separatas de problemas, lecturas, videos.
- Plataformas: Google Meet, GanttProject, MS Project, Canvanizer, Canva.

### XI. REFERENCIAS

#### Bibliografía Básica

- Sánchez Benavides, Oscar. La inevitable globalización: enfoque cultural y económico del escenario mundial, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). 2017.
- Tirado, Serrano, Francisco Javier, et al. Critical Management Studies: hacia unas organizaciones más éticas y sostenibles, Editorial UOC, 2017.
- Gilli, Juan José. Claves de la estructura organizativa, Ediciones Granica, 2017.
- Moreno, Pérez, Carlos María. Ética de la empresa, Herder Editorial, 2017.
- Sebastián, Luis de. Propuestas para una globalización más humana, ITESO - Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2017.
- Pardina, Carranco, María Pilar. Internacionalización de pymes, Ministerio de Educación de España, 2017.
- Dos, Santos, Manuel Alonso. Investigación de mercados: manual universitario, Ediciones Díaz de Santos, 2017.
- Pin, Arboledas, J. R., and Guido Stein. Claves de la negociación colectiva de la teoría a la realidad (2a. ed.), EUNSA, 2017.
- Mera, Ruiz, Claudio Andrés. El concepto de tiempo en el taylorismo, Editorial Politécnico Grancolombiano, 2017.



**Bibliografía complementaria**

Sánchez, García, Victoria Eugenia, et al. Responsabilidad social corporativa: el papel de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales en la promoción de la RSC, Dykinson, 2017.

Cuevas, Moreno, Ricardo. Ética y responsabilidad social de las empresas: la nueva cultura de la época de la globalización: un enfoque dialéctico, Editorial Miguel Ángel Porrúa, 2011.

Sicard, Ramírez, Jaime. Management de las empresas: estrategia y práctica, Ediciones de la U, 2010.

Freije, Uriarte, Antonio, and Obregón, Inmaculada Freije. La estrategia empresarial con método (3a. ed.), Editorial Desclée de Brouwer, 2009.

<https://www.pearsonenespanol.com>



**CPC:**

ASIGNATURAS DE EPANG	Marketing	Finanzas	Contabilidad	Gestión	Legal	Economía	Ética	Globalización	Estadística	Sistemas de Información	Política de Negocios	Integración	Total
Dirección de Negocios Globales y Responsabilidad Social (INGLES)	24	4	N/A	24	N/A	4	12	24	N/A	N/A	4	6	102

## ANEXO: Material Complementario para Docentes

### Organización de las sesiones de aprendizaje

**Primera fase: antes del inicio de la unidad**

Indagación de los estudiantes de manera asincrónica

- El docente presenta en la plataforma virtual todo el material que aborda los nuevos saberes de la unidad. El material incluirá como mínimo: un video, una separata, capítulo de libro o artículo científico y un PPT.
- Los estudiantes exploran nuevos conocimientos y establece las conexiones con sus saberes previos.
- Los estudiantes deben revisar el material completamente y desarrollar la actividad planteada por el profesor (Guía de preguntas, participación en el foro, resumen, etc). Esta fase permitirá la problematización del tema.

**Segunda fase: durante las clases de la unidad.**

Aplicación de los procesos pedagógicos del modelo URP desarrollados de manera sincrónica.

- El docente conducirá la motivación a través de diversos recursos: preguntas, situaciones, experiencias.
- El docente realiza la presentación del tema con el apoyo de recursos y busca responder a las dudas o preguntas que los estudiantes han problematizado. En esta fase se utilizarán los siguientes recursos: videos, noticias, separatas, capítulos de libro o artículos científicos, PPT, Simulador SIMPRO, GanttProject, MS Project, Kahoot, Mentimeter, entre otros.
- El docente propone en esta fase la práctica que permita la aplicación del conocimiento.

**Tercera fase: después de la clase**

Evaluación de los productos de la unidad, de manera asincrónica, fuera del horario de clases de la unidad.

- El docente realiza la evaluación de la unidad para lo cual recibe los productos y los valora el desempeño de sus estudiantes de acuerdo a los criterios de la rúbrica.
- Los estudiantes realizarán la extensión o transferencia de acuerdo con las actividades propuestas por el docente.

**Alineamiento del Aula Invertida con el Modelo Pedagógico URP**

Fases del Aula Invertida	Procesos del modelo pedagógico URP	Temporalidad
Antes de la clase	Exploración/ Problematización	Asincrónico
Durante la clase	Motivación/ Presentación/ Práctica	Sincrónico
Después la clase	Evaluación/ Extensión o transferencia	Asincrónico