



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

SILABO

I. DATOS GENERALES

1.1. Curso	: NEGOCIOS INTERNACIONALES II
1.2. Código	: AG 1002
1.3. Créditos	: 2 (dos)
1.4. Naturaleza	: Obligatorio
1.5. Horas semanales	: 03 (1 Teoría, 2 Práctica)
1.6. Requisito	: Negocios Internacionales I
1.7. Semestre académico	: 2017- I
1.8. Ciclos académico	: X
1.9. Profesor	: Econ.Lic.Educ. Luis Delgadillo p. : Correo-luisdelgadillo@gmail.com

II. SUMILLA

El presente curso está orientado a tomar conocimiento de los esquemas ambientales culturales- políticos y legales, movilidad de los recursos e inversión extranjera directa, ambiente financiero mundial, actitudes gubernamentales hacia la inversión extranjera directa, aplicaciones de alternativas tácticas en evaluación y selección de países para los negocios internacionales, gestión de las funciones de negocios a nivel internacional, teorías actuales , tendencias y prácticas del comercio internacional y del marco jurídico comercial supranacional, así como de los procesos de negociación en el ámbito internacional y acerca del *modus operandi* de los agentes económicos ligados al comercio internacional, inversión, mercado de capitales, mercado de divisas y otros. El alumno a la aprobación de la asignatura debe tener capacidad de gestión para resolver casos de naturaleza comercial internacional y todo negocio relacionado en el contexto de la globalización; así mismo estará instrumentalizado para realizar negociaciones de carácter privado y publico internacional.

III. COMPETENCIAS DE LA CARRERA

- 3.1. Los profesionales en Administración y Gerencia alcanzarán los conocimientos, habilidades y destrezas de detectar y aprovechar las oportunidades comerciales y de inversión que ofrece el entorno internacional, así como advertir las amenazas que pudieran representar las prácticas de los negocios internacionales desleales.
- 3.2. Tener actitud innovadora y sólida capacidad de gestión para originar oportunidades laborales ligadas a los negocios internacionales, en virtud a la actual tendencia mundial de reducción significativa de las barreras comerciales internacionales y de conformación de bloques comerciales regionales, a efectos de contribuir a generar nuevos puestos laborales.
- 3.3. Formar y capacitar profesionales en Administración y Gerencia, capaces de generar empresas que interactúen en el entorno internacional que permitan intensificar la actividad laboral y la producción captando divisas tendiendo de esta manera a equilibrar nuestra balanza comercial.

IV. COMPETENCIAS DEL CURSO

- 4.1. Analiza, interpreta y aplica las teorías y conceptos ligados a los negocios internacionales, a fin de resolver situaciones vinculadas a la referida especialidad. .
- 4.2. Ejecuta las técnicas y estrategias de negociaciones comerciales internacionales con el propósito de obtener resultados satisfactorios dentro del citado ámbito.
- 4.3. Detallar las ventajas que ofrecen los beneficios generales de las relaciones colectivas de trabajo y orienta su ejecución con compromiso social.
- 4.4. Explora, investiga diversas economías del mundo en sus aspectos sociales, culturales, políticas económicas, focalizando en políticas comerciales; a fin de tomar decisiones exitosas en los negocios internacionales de las empresas privadas o, con los gobiernos de turno.

V.- RED DE APRENDIZAJE



VI. PROGRAMACIÓN DE LOS CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

UNIDAD I: Introducción al campo de los Negocios Internacionales (NI)

Logro: Entender porque las empresas participan en los (NI), así como aprender los modos de realizar dichos negocios.

Conocer el proceso de internacionalización y los ambientes culturales que enfrentan las empresas.

Analizar los ambientes políticos y legales

Nº de horas: 12h

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> • Negocios Internacionales, modos de realizar N.I., • Proceso de internalización, globalización. • Ambientes culturales que enfrentan las empresas: identificación y dinámicas de las culturas, estrategia para manejar las diferencias culturales • Ambiente políticos y legales que enfrentan los negocios internacionales, ideologías. • Contexto económico 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del caso STAR WARS y otros. 	1 2
	<ul style="list-style-type: none"> • Programación de temas de investigación • Exposición teórica- práctica del tema • Interacción con los alumnos para desarrollar su capacidad analítica. 	3
	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis caso: Newmont Mining en Indonesia • Análisis del caso: MC Donals Corporación en Mercados emergentes. Caso grupo Daewoo • Practica calificada 	4

BIBLIOGRAFÍA:

- John Daniels, Lee Radebaugh, Daniel Sullivan 2010. **Negocios Internacionales**. CAP.1-2 – 3
- Czinkota, Ron Kainen, Moffett, 2007 “Negocios Internacionales” cap. 1- 2- 4
- Publicaciones OMC. 2012

TÉCNICAS DIDÁCTICAS A EMPLEAR:

Resolución de casos, participaciones demandadas sobre lecturas, videos forum y otros

EQUIPOS Y MATERIALES: Aula virtual, pizarra, plumón y multimedia

UNIDAD II: Teorías del Comercio Internacional, influencia gubernamental en el comercio, integración económica regional y acuerdos de cooperación, movilidad de los recursos e inversión extranjera directa, ambiente financiero mundial, mercado de divisas (FOREX), determinación de los tipos de cambio.

Logro: desarrollar en el estudiante la capacidad de internalizar los conocimientos y herramientas de esta unidad con el objeto de tomar decisiones exitosas sin perder de vista los impactos del contexto que las empresas no pueden controlar

Nº de horas: 12h

CONTENIDOS	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> • Mercantilismo, ventaja absoluta, natural, adquirida, tamaño país, proporciones de factores. • Influencia gubernamental en el comercio, conflictos resultantes de las políticas comerciales, 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición Teórica práctica usando información de diversas economías del mundo. • Análisis práctico entre Europa y Estados Unidos. 	5, 6, 7, 8

<p>instrumentos de control comercial, barreras arancelarias y no arancelarias. Tratamiento a la inversión extranjera.</p> <ul style="list-style-type: none"> Integración económica regional y acuerdos de cooperación: AE, NAFTA, TLCAN, ASEAN, OPEP, MERCOSUR, CAN y otros Flujos de Inversión extranjera directa, mercados divisas (FOREX). 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis caso Ford en Europa Casos diversos y videos selectos Practica Calificada Exámen Parcial 	
---	---	--

BIBLIOGRAFÍA:

- John Daniels, Lee Radebaugh, Daniel Sullivan 2010. **Negocios Internacionales**. CAP.5- 6- 7- 8- 9- 10
- Czinkota, Ron Kainen, Moffett, 2007 “Negocios Internacionales” cap. 7- 8
- Publicaciones OMC, 2012.
- Publicacione OMA, 2012

TÉCNICAS DIDÁCTICAS A EMPLEAR:

Resolución de casos, participaciones demandadas sobre lecturas, videos forum y otros

EQUIPOS Y MATERIALES: Aula virtual, pizarra, plumón y multimedia

UNIDAD III: Dinámica de las relaciones entre los negocios Internacionales y gobiernos

Logros: Identificar las actitudes gubernamentales hacia la inversión extranjera directa. Enfatizar en el manejo de negociaciones y diplomacia en los negocios internacionales. Desarrollar capacidad expositiva y negociadora.

Nº de horas: 12

CONTENIDO	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> Evaluación del impacto de la I. E. D Impacto económico de las empresas multinacionales (EM. N) Impacto político y legal de las EM. N Negociaciones y diplomacia en los negocios internacionales Fuerza del gobierno y de las empresas en las negociaciones Proceso de negociación y renegociación 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición clase teórica-práctica I.E.D en el Perú, China, Sudáfrica, otros Practica calificada Revisión preliminar trabajos de investigación Análisis caso piratería global de software Trabajo de resumen de 20 capítulo del libro N. I. Daniela 2009 	9, 10, 11, 12

BIBLIOGRAFÍA

- John Daniels, Lee Radebaugh, Daniel Sullivan 2010. **Negocios Internacionales**. CAP.11- 12
- Czinkota, Ron Kainen, Moffett, 2007 “Negocios Internacionales” cap. 11- 20
- Publicaciones OMC, 2012

TÉCNICAS DIDÁCTICAS A EMPLEAR:

Resolución de casos, participaciones demandadas sobre lecturas, videos forum y otros

EQUIPOS Y MATERIALES: Aula virtual, pizarra, plumón y multimedia

UNIDAD IV: Evaluación y selección de países, estrategias de colaboración (licencias- franquicias- contratos y otros), estrategias de control cooperativa, marketing internacional, estrategias de exportación e importación, función financiera multinacional, manufactura global y gestión de la cadena de abasto.

Logro: el estudiante será capaz de evaluar los países para los N. I. e implementar estrategias de colaboración y control internacional.

Tendrá una visión general de los alcances del marketing internacional.

No. De horas: 12

CONTENIDO	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación y selección de países • Estrategias de colaboración, interdependencias, licencias, franquicias, contratos gerenciales, operaciones llave en mano, coinversiones, alianzas. • Estrategias de control en el proceso de internacionalización. • Marketing internacional: tamaño de mercado- política de productos- precios- promoción- marca- distribución. • Estrategias de importación y exportación • Manufactura global • Función Financiera Multinacional • Manejo del riesgo cambiario 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición teórica • Análisis casos: royal Duth Shell de Nigeria, E. de Hungría, corporación Denso y otros. • Exposición de trabajo de investigación grupal. • Práctica calificada. • Revisión y entrega de resumen 20 capítulos del libro N. I. Daniela • Presentación texto trabajo grupal. • Exámen Final. 	13, 14, 15, 16

BIBLIOGRAFÍA

- John Daniels, Lee Radebaugh, Daniel Sullivan. **Negocios Internacionales**2010. CAP.13- 14- 15- 16- 17- 18- 20
- Czinkota, Ron Kainen, Moffett, 2007 “Negocios Internacionales” cap. 11- 12- 13- 14- 16- 17.
- Publicaciones OMC, 2012

TÉCNICAS DIDÁCTICAS A EMPLEAR:

Resolución de casos, participaciones demandadas sobre lecturas, videos forum y otros

EQUIPOS Y MATERIALES: Aula virtual, pizarra, plumón y multimedia

VI. METODOLOGÍA

Se empleará metodología activa, orientada a potenciar el aprendizaje del alumno, a través de investigación temática preliminar, diálogos, preguntas, análisis de casuística aplicada a los negocios Internacionales que ilustren de mejor manera los contenidos. Se elaborará por equipos de trabajo informes académicos sobre los temas tratados.

VII .EVALUACIÓN

Comprende de cuatro practicas de las unidades temáticas, lecturas seleccionadas, tareas, ensayo; una nota por los trabajos, nota de examen parcial, nota del examen final; de ser el caso una nota por examen sustitutorio.

FORMULA

$$((P1+P2+P3+P4)/4 + PAR. + FIN) /4$$

Los alumnos que hubieran acumulado treinta por ciento (30%) o más de inasistencia, están impedidos de ser evaluado

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- **NEGOCIOS INTERNACIONALES—DANIELS-RADENBAUCH-SULLIVAN—PEARESON-2010**
- **NEGOCIOS INTERNACIONALES---CHARLES WWW..HILL---MC.GRAW HILL—2007.**
- **NEGOCIOS INTERNACIONALES---CZINKOTA-RONKAINEN-MOFFETT—THOMSON--2007**
- Aníbal Sierralta Ríos, **Negociaciones Comerciales Internacionales. Texto y casos.** Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. 2005.
- Hubert Wieland Alzamora, **La Negociación Internacional Bilateral y Multilateral.** Fondo de Cultura Económica. 2005.
- John Daniels, Lee Radebaugh, Daniel Sullivan. **Negocios Internacionales. Ambientes y Operaciones.** Pearson / Prentice Hall. 2004.
- www.wto.org Organización Mundial del Comercio (Ginebra)
- www.iccwbo.org Cámara de Comercio Internacional (París)
- www.mincetur.gob.pe Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- www.forumdecomercio.org Revista forum de Comercio Internacional