



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

SÍLABO

Adaptado en el Marco de la Emergencia Nacional por el COVID-19

GOING INTERNATIONAL (E)

Asignatura no presencial

I. DATOS GENERALES

1.1. Departamento Académico	: Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
1.2. Semestre Académico	: 2021-I
1.3. Código de asignatura	: 024446
1.4. Ciclo	: Octavo
1.5. Créditos	: 2
1.6. Horas semanales totales	: 4
1.6.1 Horas de teoría y práctica	: HT 1 - HP 2
1.6.2 Horas de trabajo independiente	: 1
1.7. Requisito(s)	: Costos y Presupuestos Internacionales
1.8. Docentes	: Comisión de Sílabos.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito desarrollar procesos de acompañamiento en la internacionalización de las organizaciones, productos y servicios

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Entorno competitivo de las empresas globales; 2. Teorías y modelos de internacionalización de organizaciones, productos y servicios. 3. Etapas y procesos de internacionalización. 4. Evaluación y monitoreo de internacionalización.

La asignatura exige del estudiante la presentación de un **plan de internacionalización de una PYME**.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1 Competencias

Analiza el funcionamiento de las empresas en el proceso de internacionalización considerando el proceso de apertura comercial del Perú

3.2 Componentes

Capacidades

- Comprende el entorno competitivo de las empresas, como parte del proceso de globalización.
- Identifica las formas de internacionalización de las organizaciones, productos y servicios, respetando las normas legales del país anfitrión.
- Comprende las etapas del proceso de internacionalización, en marco de los procesos de integración económica y comercial.
- Reconoce estrategias para monitorear procesos de internacionalización según tamaño de las organizaciones.

Actitudes y Valores

- Respeto a la persona
- Compromiso
- Conservación ambiental
- Búsqueda de excelencia

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1					
ENTORNO COMPETITIVO DE LAS EMPRESAS GLOBALES					
CAPACIDAD: Comprende el entorno competitivo de las empresas, como parte del proceso de globalización.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
1	<ul style="list-style-type: none"> Introducción a la globalización: factores y entorno que impulsan la globalización. Definición, cobertura y casos de empresa multinacionales, transnacionales y globalizadas 	Presentación del silabo: Competencia, capacidades, y contenidos. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. Analiza las ventajas y desventajas de globalización desde el punto de vista de varios autores.	Sesión en línea 1 Orientaciones académicas Evaluación Diagnóstica Exposición dialogada	1 HT	1
		Analiza proceso de globalización con lectura del portal de la OMC	Uso de plataforma	2 HP	
2	<ul style="list-style-type: none"> Motivos de la internacionalización de las empresas 	Analiza las decisiones a tomarse para iniciar los pasos de la internacionalización de la empresa.	Sesión en línea 2 Exposición dialogada	1 HT	1
		Organización del trabajo de investigación (Plan de internacionalización) Presentación de la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa.	Tutoría	2 HP	
3	<ul style="list-style-type: none"> Criterios de selección de mercados, estados, economías o países, Formas de ingreso a los mercados internacionales: exportación, licencias, inversión directa. 	Elabora matriz de variables para seleccionar el país, estados, economías de destino de las actividades de la empresa.	Sesión en línea 3 Exposición dialogada	1 HT	1
		Lectura en inglés: SMEs and The WTO Trade Facilitation Agreement. Chapter 1. (pág 3 al 7). https://www.tfafacility.org/sites/default/files/case-studies/cs_g_itc_smes_and_the_wto_tfa_a_training_manual_december_2015_e.pdf .	Técnica de la pregunta sobre la lectura	2 HP	
4	<ul style="list-style-type: none"> La teoría de la empresa multinacional 	Analiza las razones que tienen las empresas para ampliar su campo de actividad.	Sesión en línea 4 Exposición dialogada	1 HT	1
		Monitoreo I: Plan de Investigación Formativa.	Plan Trabajo en Equipo	2 HP	

UNIDAD 2
TEORÍAS Y MODELOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE ORGANIZACIONES, PRODUCTOS Y SERVICIOS

CAPACIDAD:

Identifica las formas de internacionalización de las organizaciones, productos y servicios, respetando las normas legales del país anfitrión

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
5	<ul style="list-style-type: none"> Principales formas de organización de la empresa multinacional: la estructura funcional y la estructura multidivisional. 	Estudia las estructuras organizativas clásicas	Sesión en línea 5 Exposición dialogada	1 HT	1
		Analiza la experiencia de empresas peruanas en proceso de internacionalización a través de PAI. https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/proyectos-y-programas/programa-de-apoyo-a-la-internacionalizacion-pai/	Reporte de exploración de web	2 HP	
6	<ul style="list-style-type: none"> Nuevas formas estructurales: la organización virtual 	Identifica problemas y formula propuestas de solución a la organización de la empresa virtual. Dilema ético: Toma de decisiones financieras en corporaciones multinacionales (caso Enron Corp.) http://www.enron.com/corp/pressroom/factsheets/retail.html	Sesión en línea 6 Exposición dialogada	1 HT	1
			Discusión del Dilema	2 HP	
7	<ul style="list-style-type: none"> Mecanismos de coordinación de las empresas multinacionales: centralización, formalización y socialización. 	Analiza como fluyen los procesos dentro de una estructura multinacional.	Sesión en línea 7 Exposición dialogada	1 HT	1
		Monitoreo II: Recopilación y análisis de la información	Discusión de información	2 HP	
8	<ul style="list-style-type: none"> Procesos de dirección, gerencia y control en las empresas en proceso de internacionalización. Examen Parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje 	Conoce mecanismos que emplean las empresas multinacionales para controlar el funcionamiento y resultados de su gestión.	Sesión en línea 8 Exposición dialogada	1 HT	1
			Evaluación	2	

UNIDAD 3
ETAPAS Y PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

CAPACIDAD:

Comprende las etapas del proceso de internacionalización, en marco de los procesos de integración económica y comercial

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
9	• La globalización de los negocios	Las empresas internacionales, globales, multinacionales y transnacionales.	Sesión en línea 9 Exposición dialogada	1 HT	1
		Las grandes cadenas de comercialización internacional a través de los MERCAS. https://www.mercamadrid.es/	Utilización de plataforma web	2 HP	
10	• Internacionalización de productos, servicios, complementariedad	Identifica experiencias de la internacionalización exitosa	Sesión en línea 10 Exposición dialogada	1 HT	1
		Lectura en inglés: National Trade Facilitation Committees, Chapter 4 (pág. 25 al 28). http://www.intracen.org/publication/National-Trade-Facilitation-Committees---Moving-towards-implementation/	Técnica de la pregunta sobre la lectura	2 HP	
11	• Experiencias empresariales y de negocios	Elabora reportes de participación en los seminarios de discusión de la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y Congreso de Especialidad	Sesión en línea 11 Conferencias en línea Reportes	1 HT	1
				2 HP	
12	• Enfoque estratégico multi doméstico • Enfoque estratégico global, transnacional y el proceso de acompañamiento.	Analiza la experiencia de la política del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI) del MINCETUR. https://www.mercamadrid.es/	Sesión en línea 12 Exposición dialogada	1 HT	1
		Monitoreo III: Recopilación y análisis de la información.	Avance de Investigación	2 HP	

UNIDAD 4
EVALUACIÓN Y MONITOREO DE INTERNACIONALIZACIÓN

CAPACIDAD:

Reconoce estrategias para monitorear procesos de internacionalización según tamaño de las organizaciones.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
13	<ul style="list-style-type: none"> La estrategia de la filial en el exterior: aspectos legales, política de inversiones, política de repatriación de utilidades, precios de transferencia 	Analiza el concepto y actividades de una empresa multinacional que aplica el enfoque transnacional como estrategia de gestión	Sesión en línea 13 Exposición dialogada	1 HT	1
		Informe Final de Investigación Formativa.	Presentación Efectiva	2 HP	
14	<ul style="list-style-type: none"> Definición de tipos de filiales y roles de las filiales. Diferencias culturales en la negociación en marco de las actividades de una empresa multinacional 	Elabora un resumen ejecutivo de los indicadores necesarios para el proceso de acompañamiento internacional.	Sesión en línea 14 Exposición dialogada	1 HT	1
		Analiza las distintas formas y funciones que adoptan las filiales dentro de una organización multinacional. https://revistas.up.edu.pe/index.php/apuntes/issue/view/82	Estudio de casos Técnica de la pregunta sobre la lectura	2 HP	
15	<ul style="list-style-type: none"> Revisión y reforzamiento de temas críticos de la asignatura 	Utiliza la técnica de la pregunta-respuesta y el reforzamiento de los contenidos.	Sesión en línea 15 Exposición dialogada	1 HT	1
			Técnica de la pregunta	2 HP	
16	<ul style="list-style-type: none"> Examen Final: Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje 		Sesión en línea 16 Evaluación	1 HT	1
			Reporte	2 HP	

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orientan al desarrollo de capacidades y la construcción de saberes por los estudiantes, aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social.

Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias del aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos, la lectura comprensiva (recensión), videos explicativos grabados, videos complementarios de soporte, plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa asincrónica, entre otros. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Por ello, de acuerdo con el modelo educativo, el profesor se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad, el proceso de construcción de sus conocimientos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa. El estudiante asume responsabilidad en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia investigativa del cumplimiento del sílabo.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

Libros digitales, portafolio, sesiones en línea, foros, chats, correo, videos tutoriales, wikis, blog, E-books, videos explicativos, organizadores virtuales, presentaciones multimedia, entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación Diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de Proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **Evaluación de Resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer. Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio Final (PF)** resulta de la aplicación de la siguiente $PF = \frac{EP+ER}{2}$ fórmula:

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1 Bibliográficas

- Eitemam, D. (2011). *Las finanzas de las empresas multinacionales*, México, D.F.: Prentice Hall-Pearson Education
- Daniels, J. y otros (2004). *Negocios internacionales*. México: Pearson Educación S.A.I.

8.2. Electrónicas

- PAI (2020). <http://pai.org.pe/es/>. Lima (disponible en línea).
- MINCETUR (2020). Planes Operativos de Mercados (POM). Recuperado de: <http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/penx/>
- Larry J. Gitman, Carl McDaniel. (2006). *El Futuro de los Negocios*. México: International Thompson Editores.
- Krugman, P. y Obstfeld, M. (2012). *Economía Internacional política y precios*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Pla, J. y León, F. (2004). *Dirección de empresas internacionales*. México: Pearson Educación SA.

Sistematizado por: Arbués Pérez Espinoza	Fecha: 28 de febrero de 2021	Revisión pedagógica: René Del Águila Riva
---	-------------------------------------	--