



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

SÍLABO

Adaptado en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID -19

INTELIGENCIA COMERCIAL INTERNACIONAL (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 | : 024266 |
| 1.4. Ciclo | : Quinto |
| 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) | : Marketing |
| 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 identificar oportunidades comerciales y la competitividad internacional de productos nacionales, aplicando herramientas inteligencia comercial internacional (ICI).

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Análisis interno de una organización empresarial para aplicar inteligencia comercial. 2. Uso de bases de datos comerciales. 3. Análisis prospectivo de productos con uso de base de datos, simuladores para identificar oportunidades. 4. Interpretación de información, para determinar la competitividad de producto y desarrollo de estrategias.

La asignatura exige del estudiante la elaboración y presentación de una **monografía** según líneas de investigación.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Aplica las técnicas de inteligencia comercial a los mercados internacionales, con una adecuada toma de decisiones.

3.2. Componentes

Capacidades

- Relaciona la importancia de contar con información adecuada y oportuna en el entorno de los negocios internacionales, mediante estudios de mercado Internacionales.
- Identifica bases de datos internacionales, acopiando información comercial internacional.
- Elabora informes de inteligencia comercial, respetando sus exigencias técnicas.
- Interpreta la información procesada para la toma decisiones, sustentándola con perspectiva estratégica.

Actitudes y valores

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

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1					
ANÁLISIS INTERNO DE UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL PARA APLICAR INTELIGENCIA COMERCIAL					
CAPACIDAD:					
Relaciona la importancia de contar con información adecuada y oportuna en el entorno de los negocios internacionales, mediante estudios de mercado Internacionales.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
1	• El entorno de los negocios internacionales y la inteligencia comercial.	Presentación del silabo: Competencia, capacidades, y contenidos. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes Elabora conclusiones de ideas expuestas	Sesión en línea 1 Evaluación diagnóstica Orientaciones académicas Exposición dialogada	1 HT	1
		Visionado de video de la inteligencia comercial https://www.youtube.com/watch?v=Nwq_o3uVLTU Lectura: Globalización y Negocios Internacionales (6-8). https://www.academia.edu/34330442/Negocios_Operaciones_y_Ambientes .	Taller Pregunta-respuesta Discusión	2 HP	
2	• Definiciones fundamentales acerca de la inteligencia comercial y su relación con los negocios internacionales.	Elabora un cuadro de correlación de la inteligencia comercial con los negocios internacionales	Sesión en línea 2 Cuadro comparativo	1 HT	1
		Simula la partida arancelaria con el uso de la web http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/index.html Lectura: Investigación de mercado (13-21). https://ebooks.editorialmacro.com/library/filter?category=administracion-y-negocios Organización del trabajo de investigación (Monografía) Presenta la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa	Reporte de simulación Técnica de la pregunta sobre la lectura	2 HP	
3	• La inteligencia comercial internacional al interior de las empresas de negocios internacionales	Relaciona la inteligencia comercial con indicadores económicos del Perú (INEI, BCRP, SUNAT).	Sesión en línea 3 Explora plataforma web	1 HT	1
		Analiza la necesidad de la inteligencia comercial al interior de las empresas Lectura: Investigación de mercado (21-26). https://ebooks.editorialmacro.com/library/filter?category=administracion-y-negocios	Técnicas de la pregunta sobre la lectura	2 HP	
4	• Contenido de la información comercial	Utiliza variables de información comercial en su trabajo operativo.	Sesión en línea 4 Exposición dialogada	1 HT	1
		Simula el tamaño de mercado con el uso de la web www.minagri.gob.pe , www.sunat.gob.pe , www.inei.gob.pe Monitoreo I: Plan de Investigación Formativa Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances del plan de investigación a grupos asignados	Reporte de simulación Realimentación del TIF	2 HP	

UNIDAD 2 USO DE BASES DE DATOS COMERCIALES.					
CAPACIDAD: Identifica bases de datos internacionales y acopiando información comercial internacional.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
5	Aplicación de técnicas para la búsqueda de información comercial	Desarrolla casuística: Estadísticas Perú con portal de SIICEX (www.siicex.gob.pe), TRADEMAP (https://www.trademap.org) y MACMAP (https://beta.macmap.org)	Sesión en línea 5 Simula en plataforma web	1 HT	1
		Lectura: CBI Export Manual – Digging for Gold. Internet as a source for marketing information (pág. 8-16) http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/25190.pdf Simula la búsqueda de información comercial utilizando bases de datos.	Técnicas de preguntas sobre la lectura Simula en plataforma web	2 HP	
6	Las bases de datos en el mercado Internacional.	Ubica fuentes de información del comercio internacional.	Sesión en línea 6 Exposición dialogada	1 HT	1
		Dilema ético: Compra de información de la competencia en forma no legal. Lectura: Datos estadísticos (pág. 45-58). https://ebooks.editorialmacro.com/library/filter?category=administracion-y-negocios	Taller dilema ético Foro de discusión Técnica de preguntas sobre la lectura	2 HP	
7	Información comercial de los mercados de EEUU y Canadá.	Desarrolla casuística: Mercado de EE.UU: https://www.usitc.gov y Canadá: https://www.tfo-canada.ca .	Sesión en línea 7 Simula en plataforma web	1 HT	1
		Simula el desarrollo del ranking de factores con el uso de la web www.trademap.org y databank.worldbank.org . Monitoreo II: Recopilación y análisis de la información Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances de registro y análisis de información, a grupos asignados	Simula en plataforma web Tutoría	2 HP	
8	Información clasificada de la base de datos.	Analiza la data con empleo de la estadística a fin de convertirla en información confiable con EUROSTAT (https://ec.europa.eu)	Sesión en línea 8 Simula en plataforma web	1 HT	1
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje		Evaluación	2 HP	

UNIDAD 3					
ANÁLISIS PROSPECTIVO DE PRODUCTOS CON USO DE BASE DE DATOS, SIMULADORES PARA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES.					
CAPACIDAD: Elabora informes de inteligencia comercial respetando sus exigencias técnicas.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
9	Análisis prospectivo de productos del comercio exterior peruano	Identifica los principales elementos del análisis prospectivo , empleando la Guía Metodológica - Fase de Análisis Prospectivo. Plataforma web: http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/836E396187E51FF805257F6C00779613/\$FILE/guia_metodologica_-_fase_de_analisis_prospectivo_para_sectores.pdf	Sesión en línea 9 Exposición dialogada	1 HT	1
		Debate sobre la importancia del análisis prospectivo en el comercio exterior Lectura: Documento prospectivo al 2030. Sector Agricultura y Riego (2-8). http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/dcto-prospectivo-2030.pdf	Técnicas de la pregunta sobre la lectura	2 HP	
10	Estructura de un informe de inteligencia comercial	Identifica componentes básicos de un informe de inteligencia comercial.	Sesión en línea 10 Exposición dialogada	1 HT	1
		Identifica un estudio de inteligencia comercial en http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=812.72400#anclafecha y debate sobre sus resultados principales. Visionado del video ¿Cómo evaluar y seleccionar mi mercado de exportación?: https://www.youtube.com/watch?v=KwbXwliOwZw&list=PLCPdoezfed48GspqY6ZU2Bh7sl1LOz1zJ&index=9	Foro de discusión sobre el video	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	Elabora perfiles de mercado de potenciales productos de exportación y determina la factibilidad de oferta exportable	Discute las oportunidades de productos peruanos de exportación usando la web http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=975.42200 y http://media.peru.info/FormatosCartaServicios/Sectores-Lineas-Productos-Priorizados-por-PROMPERU.pdf Simula el desarrollo de las tendencias del mercado para los productos de exportación con el uso de las bases de datos www.sunat.gob.pe , www.trademap.org , databank.worldbank.org .	Sesión en línea 12 Simula en plataforma web	1 HT	1
		Monitoreo III: Esquema de redacción del informe final. Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances del esquema del trabajo del informe final de investigación, a grupos asignados.	Control de avance TIF.	2 HP	

UNIDAD 4					
INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN, PARA DETERMINAR COMPETITIVIDAD DE PRODUCTO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.					
CAPACIDAD.					
Interpreta la información procesada para la toma decisiones, sustentándola con perspectiva estratégica.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
13	- Elabora perfiles de mercado de productos de importación - Elabora la transformación de los datos obtenidos en información válida para la determinación de la competitividad del producto.	Elabora perfiles de producto	Sesión en línea 13 Exposición dialogada	1 HT	1
		Visionado del video: Perfil del consumidor. https://www.youtube.com/watch?v=Kml7NZaPbSM Identifica información y metodología relevante para la elaboración de perfil de mercado a través de un estudio de casos de Mintel https://es.mintel.com/mintel-reports-analisis-de-mercado	Técnica de preguntas sobre el video Foro de discusión	2 HP	
14	- Estudia la información obtenida a fin de darle la interpretación más conveniente y realista. - Exposición y sustentación de informes de inteligencia comercial.	Interpreta la información obtenida Exposiciones y debate guiado	Sesión en línea 13 Presentación efectiva	1 HT	1
		Monitoreo IV: Presentación del informe final de Investigación Formativa. Tutoría: Presenta fortalezas y debilidades de los informes finales de investigación	Realimentación del TIF	2 HP	
15	Revisión y reforzamiento de temas críticos de la asignatura	Revisa y refuerza los temas críticos de la asignatura	Sesión en línea 15 Foro de discusión	1 HT	1
		Utiliza la técnica de la pregunta – respuesta y el reforzamiento de los contenidos.	Técnica de la pregunta	2 HP	
16	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 de participación activa en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia investigativa del sílabo.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

Los recursos didácticos empleados son:

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 fórmula:

$$PF = \frac{EP + ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográfica

- Bassat, L. (2012). *Inteligencia Comercial*. España: Plataforma Editorial
- Lerma, A. (2007) *Inteligencia Comercial: Guía práctica*. México: Edit. Iberoamericana
- Rojas, K. (2016) *Inteligencia Comercial. Aplicada a la administración de negocios internacionales*. Perú: Empresa Editora Macro EIRL.
- Daniels, J.; Radebaugh, L y Sullivan, D.(2010) *Negocios internacionales*. México: Pearson Educación.

8.2. Hemerográficas

- Universidad del Zulia. Centro de Estudios de la Empresa. *Revista venezolana de gerencia*, Números 1-3
- Universidad de Michigan (original). *Revista de España*, Volumen 17. (2008). Edit. Tip. de Estrada, Díaz y López
- Tena, J. (2006). *Inteligencia competitiva y vigilancia tecnológica*. España: Editorial EMECOM ediciones: