



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

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

### **SÍLABO**

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

#### **OFERTA EXPORTABLE**

**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            | : 024438                                      |
| 1.4. Ciclo                           | : Séptimo                                     |
| 1.5. Créditos                        | : 2   |
| 1.6. Horas semanales totales         | : 4   |
| 1.6.1 Horas de teoría y práctica     | : 1 HT – 2 HP                                 |
| 1.6.2 Horas de trabajo independiente | : 1   |
| 1.7. Requisito(s)                    | : Investigación de Mercados Internacionales   |
| 1.8. Docentes                        | : Comisión de Sílabos.                        |

#### **II. SUMILLA**

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórico - práctica y tiene el propósito aplicar las metodologías y herramientas para el desarrollo de productos y servicios de exportación innovadores y competitivos.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Principios para desarrollo de productos y servicios. 2. Fases de lanzamiento de nuevos productos y servicios al mercado internacional. 3. Estrategias de promoción a nivel internacional. 4. Aspectos legales de nuevos productos (marcas y franquicias).

La asignatura exige del estudiante la presentación de una monografía sobre un plan de internacionalización de un producto o servicio.

#### **III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA**

##### **3.1. Competencia**

Reconoce los procedimientos, técnicas y etapas del desarrollo de productos y servicios para su acceso a los mercados internacionales; asumiendo una conciencia pro exportadora de productos y servicios con valor agregado.

##### **3.2. Componentes**

###### **Capacidades**

- Reconoce los principios para el desarrollo de nuevos productos y servicios, respetando el proceso de globalización.
- Identifica las fases de lanzamiento de nuevos productos y servicios, respetando los hábitos de los consumidores del mercado internacional.
- Aplica las estrategias de promoción internacional, considerando los segmentos de mercado objetivo.
- Analiza la normatividad legal del mercado objetivo referido a las marcas y franquicias, considerando la interculturalidad.

###### **Actitudes y valores**

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

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 PRINCIPIOS PARA DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS					
<b>CAPACIDAD:</b> Reconoce los principios para el desarrollo de nuevos productos y servicios, respetando el proceso de globalización.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDP.
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción a la asignatura</li> <li>Importancia y estrategias y para diseñar productos en la organización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del silabo y cronograma de actividades: competencia, capacidades y contenidos. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes.</li> <li>Bienvenida, actualización de perfil y cambio de contraseña.</li> <li>Diseña estrategias para desarrollar productos</li> <li>Elabora un resumen del artículo "INNOVACIÓN"</li> <li><b>Presenta la Guía para el Desarrollo de la Investigación Formativa.</b></li> </ul>	Sesión en línea N°. 1 Evaluación diagnóstica Orientaciones académicas	1 HT	1
			Actividad aplicativa Tutoría	2 HP	
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias para desarrollar nuevos productos y servicios con valor agregado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selecciona y jerarquiza estrategias para desarrollar productos</li> <li>Participa en el Foro de debate</li> <li><b>Organiza el trabajo de investigación (Monografía)</b></li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 2 Exposición dialogada	1 HT	1
			Foro de debate Tutoría	2 HP	
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño y técnicas de ensayo de nuevos productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifica nuevos productos o prototipos.</li> <li><b>Monitoreo I: Plan de Investigación formativa (Monografía sobre un plan de internacionalización de un producto o servicio)</b></li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 3 Exposición dialogada	1 HT	1
			Trabajo grupal Tutoría	2 HP	
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación y desarrollo de la oferta de servicios de exportación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elabora un listado de productos y servicios de exportación innovadores con uso del portal <a href="http://www.siicex.gob.pe">www.siicex.gob.pe</a></li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 4 Exposición dialogada	1 HT	1
			Actividad aplicativa Tutoría	2 HP	

**UNIDAD 2**  
**FASES DE LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS AL MERCADO INTERNACIONAL**

**CAPACIDAD:**

Identifica las fases de lanzamiento de nuevos productos y servicios, respetando los hábitos de los consumidores del mercado internacional.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDP.
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adecuaciones, cambios en los nuevos productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distingue diferencias entre productos nuevos y adecuaciones al mercado internacional.</li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°.5 Exposición dialogada	1 HT	1
			Actividad Aplicativa Tutoría	2 HP	
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fases de desarrollo de un producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifica las fases y respectivas actividades para desarrollo de nuevos productos según el entorno de pandemia Covid 19.</li> <li><b>Dilema Ético: Campaña publicitaria engañosa utilizando términos: dietético, alimenticio, light, natural, orgánico.</b></li> </ul>	Sesión en línea N°. 6 Exposición dialogada	1 HT	1
			Debate sobre el dilema	2 HP	
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de mercado objetivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza las estadísticas del mercado internacional para los nuevos productos con uso del portal <a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>.</li> <li><b>Monitoreo II: Recopilación y análisis de la información</b></li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 7 Exposición dialogada	1 HT	1
			Trabajo Grupal Tutoría	2 HP	
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Costos de desarrollo de nuevos productos y su respectiva evaluación: costo/beneficio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elabora una matriz de costos para lanzamiento de nuevos productos.</li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas y retroalimenta los trabajos académicos.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 8 Reforzamiento de contenido Tutoría	1 HT	1
			<b>Examen Parcial:</b> Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje.	Evaluación	

**UNIDAD 3**  
**ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN A NIVEL INTERNACIONAL**

**CAPACIDAD:**

Aplica las estrategias de promoción internacional, considerando los segmentos de mercado objetivo.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDP.
09	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil de competencias del emprendedor, con enfoque social y ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica perfil de los emprendedores con responsabilidad social según Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS8 y OD13 de ONU)</li> </ul>	Sesión en línea 9 <b>Ruta emprendedora</b> Exposición dialogada	1 HT	1
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora perfil de los emprendedores con enfoque de sostenibilidad, utilizando plataformas tecnológicas.  <a href="https://tfm2030connect.un.org/tech-compendium#capacityDevelopment">https://tfm2030connect.un.org/tech-compendium#capacityDevelopment</a></li> </ul>	Explora plataforma web Reporte de perfil	2 HP	
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de promoción de exportaciones a través de los organismos de promoción de importaciones de los países desarrollados, Import Promotion Organization (IPO).</li> <li>• Estrategias de acceso a nuevos mercados, novel foods: ferias, pruebas, degustaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explora los beneficios del Programa Ruta Exportadora (PROMPERU) y compara con los servicios de TPO:  <a href="http://www.intracen.org/itc/trade-support/">http://www.intracen.org/itc/trade-support/</a></li> <li>• Participa en el foro de debate.</li> <li>• Elabora un listado de ferias internacionales verticales por sectores con uso de <a href="http://www.ufi.org">http://www.ufi.org</a></li> <li>• <b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 10 Exposición dialogada	1 HT	1
			Foro de debate Tutoría	2 HP	
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencias empresariales y de negocios</li> </ul>	Elabora reportes de participación en los seminarios de discusión de la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y Congreso de Especialidad.	Sesión en línea No. 11 Conferencias en línea Reportes	1 HT 2 HP	1
12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de internacionalización de empresas y productos.</li> <li>• Evaluación de la reacción de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica experiencias y programas apoyo a la internacionalización de MINCETUR (PAI) a través de:  <a href="http://pai.org.pe/es/">http://pai.org.pe/es/</a></li> <li>• <b>Monitoreo III: Esquema de redacción del informe final.</b></li> <li>• <b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 12 Problematización	1 HT	1
			Trabajo grupal Tutoría	2 HP	

**UNIDAD 4**

**ASPECTOS LEGALES DE NUEVOS PRODUCTOS (MARCAS Y FRANQUICIAS)**

**CAPACIDAD:**

Analiza la normatividad legal del mercado objetivo referido a las marcas y franquicias, considerando la interculturalidad.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDP.
13	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los contratos y licencias de fabricación.</li> <li>Utilización de franquicias locales o internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redacta una propuesta de contratos de licencias de fabricación según modelo de <a href="http://www.intracen.org/itc/exportadores/modelos-de-contratos/">http://www.intracen.org/itc/exportadores/modelos-de-contratos/</a></li> <li>Participa en el foro de debate.</li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 13 Redacta contratos	1 HT	1
			Foro de debate Tutoría	2 HP	
14	<ul style="list-style-type: none"> <li>Protección de las marcas y patentes, formulas o diseños de propiedad intelectual.</li> <li>Legislación nacional en materia de exportaciones de servicios: tributaria, aduanera, bancaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifica las principales franquicias por sectores.</li> <li>Identifica el marco legal y los procedimientos para registrar marcas y patentes a través de <a href="https://www.indecopi.gob.pe">https://www.indecopi.gob.pe</a>.</li> <li>Identifica y redacta un resumen de las normas legales vinculadas a las exportaciones de servicios.</li> <li><b>Informe final de investigación formativa.</b></li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados.</li> </ul>	Sesión en línea N°. 14 Exposición dialogada	1 HT	1
			Explora plataforma web Retroalimentación	2 HP	
15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión y reforzamiento de temas críticos de la asignatura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utiliza la técnica de la pregunta-respuesta y el reforzamiento de los contenidos.</li> <li><b>Tutoría:</b> Absuelve consultas y retroalimenta los trabajos académicos.</li> </ul>	Sesión en línea N° 15 Resumen	1 HT	1
			Técnica de la pregunta Tutoría	2 HP	
16	Examen final: Tiene carácter integrador y evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje		Sesión en línea N°. 16 Evaluación Reporte	1 HT	1

V.

## VI. 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. En cumplimiento de la exigencia de la acreditadora ECBE, se reconoce las horas de trabajo independiente (HTI) que dedican los estudiantes a su autoformación y al cumplimiento de las tareas académicas asignadas, adicionales a las de contacto, presencial o en línea) y las horas dirigidas de tutoría (HD), para el logro de los aprendizajes esperados.
- Los tiempos y actividades de aprendizaje se realizan a través de sesiones virtuales en tiempo real (horas de contacto), donde se efectúa el desarrollo teórico de los contenidos conceptuales y actividades de aplicación previstos en los sílabos) y las horas dirigidas de tutoría, se realiza de manera asíncrona a través de la plataforma virtual, mediante la atención a consultas, comunicación a través del foro de tutoría académica, realimentación o feedback de las actividades académicas.
- 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 y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa, entre otros. 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; por ello 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.
- 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, el estudiante asume responsabilidad en la construcción de sus conocimientos, durante las sesiones de teoría en aula y en las horas de trabajo independiente para desarrollar los trabajos por encargo asignados, de acuerdo a la exigencia investigativa del cumplimiento del sílabo.

## VII. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, portafolio, clases en línea, foros, chats, correo, video tutoriales, wikis, blog, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, entre otros.

## VIII. 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:

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

## IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

### 8.1 Bibliográficas

- MINCETUR (2015). *Plan Estratégico Nacional Exportador PENX 2025*. Lima: MINCETUR.
- Don Séller/ Michael Clements (1998). *Desarrollo de Productos de Exportación*. Ginebra: Centro de Comercio Internacional ITC/UNCTAD.
- Michael R. Czinkota (1996). *Marketing Internacional*, Cuarta edición. Madrid: Mc Graw –Hill.
- Philip R Cateora (1997). *Marketing Internacional*. Octava Edición. México: Editorial IRWIN.
- Juan B. García Sordo (2001). *Marketing Internacional*, primera edición. México: Mc Graw –Hill.

### 8.2. Electrónica

- INTRACEN (2021). Herramientas de competitividad [en línea]. Disponible en: [www.intracen.org](http://www.intracen.org).