

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
Facultad de Administración, Turismo y Negocios Internacionales
Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales,

SÍLABO

INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

I. DATOS GENERALES

1.1 Código de la Asignatura	45102
1.2 Escuela Académico Profesional	NEGOCIOS INTERNACIONALES
1.4 Ciclo	
1.5 Créditos	04 OBLIGATORIO
1.6 Condición	
1.7 Horas Semanales	5 horas: 3 Teoría, 2 Practica
1.8 Pre-requisito	Ninguno
1.9 Semestre Académico	2014-11
1.10 Docente	LIC. GUILLERMO ALIAGA LÓPEZ
1.11 Correo Electrónico	: guillermo29@hotmail.com

II. SUMILLA

Fundamento de los Negocios Internacionales, Estrategias y competitividad en los negocios. El entorno nacional, extranjero e internacional, Alternativas para Internacionalizar empresas, la Globalización, Empresas Globales, Multinacionales y Transnacionales. Tipos de Cambios. Balanza de Pagos. Importación y Exportación de Bienes de Capital. Régimen Tributario. Aranceles e Impuesto. Los salvaguardas. Los INCOTERMS 2010.

III. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

- Definirán los Negocios Internacionales
- Analizarán los factores culturales, políticos y el contexto económico de los entornos nacional, extranjero e internacional que enfrentan las empresas en el desarrollo de los Negocios Internacionales.
- Conocerán los aspectos fundamentales del intercambio de divisas, Balanza de Pagos.
- Analizan los mecanismos de Importación y Exportación de bienes y de servicios así como el régimen arancelario y de impuestos, de los aranceles, TLC, financiamiento y otros.

Estrategias Metodológicas

- El docente desarrollara sus clases magistrales a través de las exposiciones de los diversos temas. La metodología será activa, procurando desarrollar en el estudiante las competencias que su ejercicio profesional le demanda.
- Los estudiantes investigarán y dialogarán sobre los temas de Negocios Internacionales y Gestión de las funciones de Importación y Exportación.
- Se desarrollarán controles de lectura y exposiciones. Éstas se complementarán con los documentos auxiliares que el docente proporcionará a los alumnos.

Medios y Materiales de enseñanza.

Medios: Pizarra, plumones, data display, etc.

Materiales: Material impreso (guías y separatas), revistas, informes y periódicos especializados.

IV. CONTENIDO TEMÁTICO Y CRONOGRAMA

UNIDAD I: FUNDAMENTOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y ESQUEMAS AMBIENTALES COMPARATIVOS

PRIMERA SEMANA

Sesión 1: Concepción de los Negocios Internacionales. **Sesión 2:** Los Negocios Internacionales: Una Perspectiva General.

SEGUNDA SEMANA

Sesión 1: El Entorno nacional, extranjero e internacional.

Sesión 2: Factores Culturales que enfrentan las Empresas Internacionales.

TERCERA SEMANA

Sesión 1: Los Ambientes Políticos que enfrentan los Negocios

Sesión 2: Los Ambientes Legales que enfrentan los Negocios

CUARTA SEMANA

Sesión 1: Teoría de la globalización

Sesión 2: *Teorías del comercio internacional y de los negocios internacionales.*

QUINTA SEMANA

Sesión 1: Estrategia y competitividad.

Sesión 2: Alianzas Estratégicas Internacionales.

UNIDAD II: ALTERNATIVA PARA INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA

SEXTA SEMANA

Sesión 1: Internacionalización de empresas.

Sesión 2: Fases y procesos para ingresar a los mercados internacionales.

SÉTIMA SEMANA

Sesión 1: Integración Económica Regional.

Sesión 2: Los Acuerdos de Cooperación Nacionales y del Exterior.

OCTAVA SEMANA

Examen Parcial N°01

UNIDAD III: LA DINÁMICA DE LAS RELACIONES ENTRE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LOS GOBIERNOS

NOVENA SEMANA

Sesión 1: El Mercado de Divisas y características.

Sesión 2: Aspectos fundamentales del Intercambio de Divisas.

DECIMA SEMANA

Sesión 1: La Balanza de Pagos. Relaciones entre los Gobiernos.

Sesión 2: Relaciones entre los Negocios Internacionales.

DÉCIMO PRIMERA SEMANA Sesión 1:

Actitudes Gubernamentales.

Sesión 2: Actitudes gubernamentales hacia la inversión directa extranjera

DÉCIMO SEGUNDA SEMANA

Sesión 1: Evaluación y selección de países.

Sesión 2: estrategias de colaboración y control

UNIDAD IV: OPERACIONES: GESTIÓN DE LAS FUNCIONES DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DÉCIMO TERCERA SEMANA

Sesión 1: Mecanismos de Exportación, Estrategias de Exportación.

Sesión 2: Pasos para exportar

DÉCIMO CUARTA SEMANA

Sesión 1: Mecanismos de Importación, Estrategias de Importación.

Sesión 2: Pasos para *importar*.

DÉCIMO QUINTA SEMANA

Sesión 1: INCOTERMS 2010.

Sesión 2: Las Empresas y el INCOTERMS 2010.

DÉCIMO SEXTA SEMANA

Sesión 1: Términos de Comercio Internacional.

Sesión 2: *Exposiciones de Trabajos.*

DÉCIMO SÉTIMA SEMANA
Examen Parcial N°02 - Examen Sustitutorio

**V.METODOLOGÍA DE
EVALUACIÓN**

Normas de Evaluación

Se tomará un examen sustitutorio de uno de los exámenes cuando acrediten un promedio no menor a siete (07) y el 70% de asistencia al curso. El examen sustitutorio tendrá una escala valorativa de 0 a 20, para ello el docente utilizará la columna correspondiente en el Registro de Evaluación. El promedio final para dichos estudiantes no excederá a la nota doce (12).

Se tomarán 02 exámenes parciales siendo el primero cancelatorio (P1, P2), en fechas programadas.

El Promedio del trabajo académico (P3) = Monografías, casos, control de lectura por cada unidad.

Promedio Final = Promedio (P¹) (0.40) + Promedio (P₂) (0.40) + Promedio (P₃) (0.20)

VI. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Ernest Gundling TRABAJANDO EN TODO EL GLOBO: 12 destrezas para crear negocios que crucen fronteras. 2003.
- Ávila Marcué Felipe TÁCTICAS PARA LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES. 2000
- Ball, Donald y Wendell McCulloch NEGOCIOS INTERNACIONALES: Introducción y aspectos esenciales. Edit. Me Graw Hill 2000
- Cañáis Jordi LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA: como evaluar la penetración en mercados exteriores. Madrid 2000
- ADEX Asociación de Exportadores- Perú: www.adexperu.org.pe
- AVENTURA DE EXPORTAR: PRIMER PASO HACIA EL DESARROLLO INTERNACIONAL DE LA EMPRESA, LA/Gloria García, coordinador. Madrid : Colegio de Economistas de Madrid, 1999. 288p.
- Centro de Trámites de Exportación (Nicaragua). MANUAL DEL EXPORTADOR: NICARAGUA. / Dirección y redacción Ricardo Illescas Hidalgo. Managua : Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones, 1999.107p.
- Haar, Jerry. CÓMO EXPORTAR A LOS ESTADOS UNIDOS: GUÍA GERENCIAL PARA REALIZAR OPERACIONES PRODUCTIVAS. / Jerry Haar, Marta Ortiz-Buonafina. México: Limusa, 1994. 266p.
- Morales Troncoso, Carlos. PLAN DE EXPORTACIÓN: LLEVE SUS PRODUCTOS A TODO EL MUNDO. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, 2000. 201 p.
- « Paz Lloverás, Eduardo. CÓMO EXPORTAR, IMPORTAR Y HACER NEGOCIOS A TRAVÉS DE INTERNET: GUÍA PROFESIONAL PARA LA GESTIÓN DE LA EXPORTACIÓN, IMPORTACIÓN Y COOPERACIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DE INTERNET. Barcelona: Gestión 2000,1998. 148p.

COMPLEMENTARIA

- ADEX. Asociación de exportadores, www.adexperu.org.pe
- BCRP. Banco Central de Reserva del Perú, www.bcrp.gob.pe
- FORUM La revista del Centro de Comercio Internacional.
www.intrancen.org/tradeforum.
- INEI, Instituto Nacional de Estadística e Informática, www.inei.gob.pe
- MINCETUR, Ministerio de Comercio Exterior, Turismo, www.mincetur.gob.pe
- OMC, Organización Mundial de Comercio www.wto.org/indexsp
- PROMPEX, Comisión para la Promoción de Exportaciones,
www.prompex.gob.pe
- PROMPYME, Comisión de Promoción de la Pequeña y Microempresa,
www.prompy.me.gob.pe
- SUNAD, Superintendencia de Aduanas, www.aduanet.gob.pe

Huacho, setiembre del 2014.

**Lie. Guillermo
Aliaga López
Profesor del
curso**