



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Empresariales

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**SILABO POR COMPETENCIAS
INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS
INTERNACIONALES.**

DOCENTE:

2017 - II

SILABO POR COMPETENCIAS

I. INFORMACION GENERAL DEL CURSO

LINEA DE CARRERA	NEGOCIOS INTERNACIONALES
CURSO	INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES
CODIGO	103
HORAS	3 HT + 2 HP = 5 HT
CICLO	I

II. SUMILLA Y DESCRIPCION DEL CURSO

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.

La asignatura de negocios Internacionales es de naturaleza teórico-práctico, respecto a las actividades y aspectos básicos de toda cadena logística que permita estar en capacidad de entender, diseñar e implementar estrategias el transporte internacional.

Evaluar el comportamiento de las empresas nacionales para el comercio internacional frente a los cambios del mercado globalizado. Estimular actitudes éticas en su desempeño profesional como también desarrollar criterios en el desarrollo de las actividades empresarias en este campo a fin de usar adecuadamente los recursos de una empresa.

Los contenidos se han estructurado en dos unidades didácticas, la primera se denomina "fundamentos de Negocios Internacionales y esquema ambientales comparativo", y la segunda unidad: "la dinámica de las relaciones entre los negocios Internacionales y los gobiernos".

El curso está programado Para un total de 17 semanas, los cuáles se desarrollarán en cuatro unidades didácticas, con sesiones teórico-prácticas de tres y dos horas semanales respectivamente.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO			
	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Define los N.I y la competitividad internacional. Analiza los factores culturales, políticos y el contexto económico del entorno nacional, extranjero e internacional.	FUNDAMENTOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	1-4
UNIDAD II	Conocer los mecanismos estratégicos para ingresar a los mercados internacionales.	ALTERNATIVAS PARA INTERNACIONALIZAR UNA EMPRESA	5-8
UNIDAD III	Analiza los problemas de las relaciones entre los gobiernos y los negocios internacionales	LA DINAMICA DE LAS RELACIONES ENTRE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES Y LOS GOBIERNOS	9-12
UNIDAD IV	Analiza los mecanismos de cotización de precios para la exportación e importación.	GESTION DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	13-16

IV. INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO

N°	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Analiza, los conceptos de los negocios Internacionales y su importancia
2	Identifica los primeros estudios en relación al surgimiento de los negocios internacionales.
3	Compila los conceptos expuestos en clases y debate sobre el tema
4	Debata con rigor científico sobre las teorías que dieron nacimiento a los Negocios Internacionales.
5	Fundamenta el origen del estudio de internacionalización de las empresas
6	Establece una comparación entre las relaciones de los países a nivel mundial y su integración.
7	Fundamenta la importancia de la exportación de las empresas y países.
8	Juzga las formas de exportación.
9	Categoriza las diferencias entre el proceso integración regional.
10	Explica la relación de las exportaciones e importaciones.
11	Fundamenta el porqué de la importancia de la Inversión extranjera directa
12	Apreciar la evaluación y selección de países.
13	Explica el desarrollo de los INCOTERMS
14	Debata sobre las salvaguardas de los gobiernos.
15	Propone proyectos de Integración por medio de los TLC
16	Discute sobre los temas expuestos en seminarios.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS						
Unidad Didáctica I: Fundamentos de los Negocios Internacionales	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA I: Diagnosticar y comprender los fundamentos de los negocios internacionales y entendimiento de la terminología de los negocios internacionales.					
	SE M A N A	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	Concepción de los negocios Internacionales, perspectiva general.	1.2. Juzgar la especificidad de los conceptos.	0: participar en el encuadre del curso y en la organización de los equipos de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición académica con un inicio motivacional. - Lectura intensa en torno a los diferentes campos teóricos de los negocios internacionales. - Talleres de interpretación de las propuestas teóricas. 	<p>Analiza la especificidad de los negocios internacionales y el contexto actual.</p> <p>Identifica los primeros estudios.</p> <p>Compila los estudios sobre el comercio internacional.</p> <p>Debate con rigor científico sobre los determinantes de origen a los N.I,</p>
	2	El entorno nacional e internacional. Ambiente político de los negocios Internacionales.	3.4. Identificar los primeros estudios en relación al comercio internacional.	1: debatir el campo de estudio.		
	3	El contexto económico de la empresa.	5. debatir sobre el contexto económico de las empresas.	2-3-4: cooperar en la organización de conceptos y teorías sobre el desarrollo de los N.I.		
	4	El desarrollo de los Negocios Internacionales.		5: debatir sobre las diferentes opiniones.		
	EVALUACION DE LA UNIDAD DIDACTICA					
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
		Evaluación oral de la unidad didáctica: campo de estudio y teorías de los negocios internacionales.	Entrega del Plan de trabajo en equipo y avance programado mensual.		Fija un tema de estudio sobre los procesos, y diseña un proyecto de investigación descriptivo y/o explicativo.	

VI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS						
Unidad Didáctica II: Alternativas para internacionalizar una empresa.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA II: Conocer los mecanismos estratégicos para ingresar a los mercados internacionales.					
	SE M A N A	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	5	1. Mecanismos de contratos de los nuevos mercados.	1-2.Revisar bibliografía pertinente sobre el surgimiento de los nuevos mercados.	0. Aclarar dudas y revisar el avance de los trabajos asignados.	<ul style="list-style-type: none"> - Exposición magistral sobre el surgimiento y su evolución de los N.I. - Presentación de videos sobre los modelos de la inversión extranjera. - Lectura individual y grupal sobre la globalización. - Talleres de interpretación sobre los conceptos vertidos. 	<p>Fundamenta el origen de las alianzas estratégicas.</p> <p>Establece una comparación entre las diferentes formas de alianza.</p> <p>Fundamenta la importancia de inversión directa.</p> <p>Juzga la globalización positiva y negativamente.</p>
	6	2. Alianzas estratégicas internacionales.	3. juzgar críticamente las alianzas estratégicas.	1-2: participar comentando en clase de las lecturas realizadas.		
	7	3. Los niveles de compromisos de recursos de riesgos de control.	4. obtener información en torno a los recursos y los compromisos.	3: asumir valorativamente los aspectos físicos y sociales de los compromisos y alianzas estratégicas.		
	8	4. La inversión directa en el extranjero.	6. Identificar las nuevas características de la globalización.	4: establecer un cuadro resumen sobre los aspectos relevantes de la inversión extranjera.		
	8	5. La globalización, e integración económica regional.		5: establecer diferencias y/o similitudes de la globalización.		
	EVALUACION DE LA UNIDAD DIDACTICA					
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Evaluación escrita sobre la internacionalización y evolución.	Entrega del planteamiento metodológico del trabajo y la bibliografía consultada.		Asistencia puntual, participación organizada y activa en el desarrollo de la investigación.		

VII. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS						
Unidad Didáctica III: La dinámica de las relaciones entre los negocios internacionales y los gobiernos.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA III: Analiza los problemas de las relaciones entre los gobiernos y los negocios internacionales.					
	SEM ANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	9	- Proceso del mercado de divisas. - Proceso y análisis de la balanza de pagos. - Estudios relaciones entre los negocios Internacionales.	1-2: esbozar el proceso del mercado de divisas. 3: discutir sobre el tratamiento de la balanza de pagos. 4: revisar las actitudes de los gobiernos sobre la I.D.E.	0: Resolver dudas sobre los trabajos asignados. 1-2-3: debatir las interpretaciones asumidas, en torno al mercado de divisas. 4-5: compartir la comprensión asumida sobre las actitudes gubernamentales.	- Presentación oral de los demás de la unidad. - Lectura obligatoria sobre los enfoques teóricos sobre la balanza de pagos. - Talleres de estudios y análisis sobre las divisas. - Presentación gráfica comparativa de la I.D.E.	- Categoriza las diferencias entre el mercado de divisas y la balanza de pagos. - Explica la relación de los gobiernos y la inversión extranjera. - Fundamenta el porqué de las actitudes de los gobiernos. - Apreciar la I.D.E.
	10	- Actitudes Gubernamentales - La I.D.E.	5: identificar las oportunidades de inversión.			
	11					
	12					
	EVALUACION DE LA UNIDAD DIDACTICA					
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
		Prueba escrita y oral de la unidad: la dinámica de los negocios internacionales.	Entrega del desarrollo final del trabajo.		Asistencia puntual, participación organizada y activa en el desarrollo de la investigación.	

VIII. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA IV: Analiza los mecanismos de cotización de precios para la exportación e importación.

Unidad Didáctica IV: Gestión de los negocios internacionales.	SEM ANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIA DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	13	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación y selección de países. - Estrategias de colaboración y control. - Mecanismos de exportación estrategia de exportación. 	1: Identificar críticamente evaluación y selección de países. 2-3: esboza los mecanismos de la exportación. 4: identificar y localizar los INCOTERMS 2010 y la importancia para los negocios internacionales.	1: argüir en relación a la selección de países. 2-3: usar adecuadamente los conceptos de exportación e importación. 4-5-6-7: Debatir sobre los INCOTERMS.	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación temática en videos sobre la evaluación y selección de países. - Lectura y análisis de los conceptos de exportación e importación. - Encuesta sobre el conocimiento de los INCOTERMS 2010. - Trabajos de exposición sobre los temas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Explica el desarrollo selección - Debate sobre los mecanismos de exportación. - Propone proyectos de exportación con valor agregado. - Discute sobre los INCOTERMS.
	14	<ul style="list-style-type: none"> - Mecanismos de importación, estrategias de importación. 				
	15	<ul style="list-style-type: none"> - INCOTERMS 2010 - Los INCOTERMS y las empresas. 	5: discutir sobre la importación y su importancia en la balanza comercial.			
16						
EVALUACION DE LA UNIDAD DIDACTICA						
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
		Prueba escrita sobre la unidad.	Exposición de los trabajos en equipo (trabajo final concluido).		Asistencia puntual, participación activa en los debates a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo.	

IX. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDACTICOS.

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. Medios escritos:
 - Guía resumen por unidades
 - Separatas con contenidos temáticos.
 - Fotocopia de textos selectos.
 - Libros seleccionados según bibliografía
 - Mapas
 - Revistas
 - Periódicos.

2. Medios visuales y electrónicos
 - Papelotes
 - Rota folios
 - Gráficos
 - Proyector multimedia

3. Medios informáticos
 - Internet
 - Plataformas virtuales
 - Programas de enseñanza

X. EVALUACION

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de desempeño, son de producto y de conocimiento.

1. Evidencia de desempeño:

Son pruebas en torno al manejo que el alumno hace de procedimientos y técnicas para realizar una actividad o resolver un problema. Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante aplica los procedimientos y técnicas en el diseño del trabajo y su desarrollo sistemático.

2. Evidencias de conocimiento:

Se proyectan en dos direcciones: analítico y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y arriba a conclusiones para corroborar la afirmación inicial) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante evidencie sus fracasos y sus éxitos, su autorregulación.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples, opción dicotómica, opción múltiple, de correlación, preguntas calculadas, percepción y valoración de videos, entre otros.

3. Evidencias de producto:

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto se evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales de cada mes y el producto final.

Además se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho de evaluación. El ponderado es el siguiente: Teórico Práctico 1, 35%; teórico práctico 2, 35% y el trabajo académico, 30%. El promedio final es la suma de los ponderados.

XI. BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDACTICA I:

- Ernest Gundling TRABAJANDO EN TODO EL GLOBO: 12 destrezas para crear negocios que crucen fronteras 2003.
- Avila Marcué Felipe TACTICAS PARA LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES 2000
- Ball, Donald y Wendell McCulloch NEGOCIOS INTERNACIONALES: Introducción y aspectos esenciales. Edit. Mc Graw hill 2000.
- Canals Jordi LA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA: como evaluar la penetración en mercados exteriores, Madrid 2000.

UNIDAD DIDACTICA II:

- 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 Mdrd, 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.

UNIDAD DIDACTICA III:

- Haar, Jerry COMO EXPORTAR A LOS ESTADOS UNIDOS: GUIA GERENCIAL PARA REALIZAR OPERACIONES PRODUCTIVAS. / Jerry Haar, Marta Ortiz-Buonafina. Mexico: Limusa, 1994. 266p.
- Morales Troncoso, Carlos. PLAN DE EXPORTACION: LLEVE SUS PRODUCTOS A TODO EL MUNDO. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamericana, 2000. 201p.

UNIDAD DIDACTICA IV:

- Paz Lloveras, Eduardo. COMO EXPORTAR IMPORTAR Y HACER NEGOCIOS A TRAVÉS DE INTERNET: GUIA PROFESIONAL PARA LA GESTION DE LA EXPORTACION, IMPORTACION Y COOPERACION EMPRESARIAL A TRAVES DE INTERNET. Barcelona: Gestión 2000, 1998. 148p.

COMPLEMENTARIA

- ADEX. Asociación de exportadores: www.adexperu.org.pe
- BCRP. Banco Central De Reserva Del Peru. 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

XII. PROBLEMAS QUE RESOLVERÁ EL ALUMNO:

1. Presentar su propio concepto de los Negocios Internacionales.
2. Explicar los entornos económicos y políticos de las empresas.
3. Debatir sobre la integración económica regional.
4. Presentar trabajo sobre el mercado de divisas.
5. Casos de estudios de las exportaciones e importaciones.

Huacho,

.....
Docente del curso: