



esan



Sílabo del curso

Introducción a los Negocios Internacionales

Agosto – diciembre 2013

III Ciclo

Profesores:

Jorge Luis Becerra

Walter Eyzaguirre

José Ezeta

Orlando Nicolini

I. Datos generales del curso

Asignatura	: Introducción a los Negocios Internacionales	Código	: 01953
Requisito	: Globalización y Realidad Nacional	Semestre	: 2013-2
Créditos	: 3	Ciclo	: III

II. Sumilla

Este curso introduce a los alumnos en los negocios internacionales compartiendo los fundamentos económicos de los mismos y comprendiendo la importancia del entorno internacional en el que se desarrollan.

III. Objetivos del curso

Al término del curso el alumno será capaz de interpretar la naturaleza de los negocios y las condiciones de su entorno desde una perspectiva económica y empresarial de modo tal que podrá asociar las características competitivas del mercado, el clima económico nacional e internacional y los temas culturales con la gestión de los negocios.

IV. Resultados de aprendizaje

- Familiarizarse con los conceptos básicos de los negocios internacionales.
- Conocer el entorno internacional.
- Identificar los factores nacionales que conforman las condiciones para el desarrollo de los negocios internacionales.
- Tener una visión inicial de los principios económicos, políticos, institucionales y culturales en los que se fundamentan los negocios internacionales.

V. Metodología

La metodología a aplicar en el desarrollo del curso tendrá los siguientes elementos:

1. Desarrollo de la clase:
 - a. Cada sesión se iniciará con preguntas reactivas orientadas a involucrar a los alumnos con el tema que se va a desarrollar.
 - b. El profesor expone los aspectos centrales del tema.
 - c. Se plantean casos prácticos, problemas y/o lecturas complementarias para afianzar los objetivos de aprendizaje.
2. Los temas que implican una comprensión crítica del entorno para los negocios serán reforzados en sesiones de discusión de temas relevantes.
3. Para que los alumnos interioricen los procesos de construcción del entorno internacional para los negocios, se les encargará estudiar y desarrollar una presentación sobre la exportación e importación de productos a lo largo de los últimos veinte años. Oportunamente se darán las instrucciones específicas para la realización de este trabajo grupal.

VI. Evaluación

Los criterios a tomar para la evaluación de este curso, son los siguientes:

1. El conocimiento de los temas desarrollados en el curso.
2. La capacidad de relacionar todos los elementos brindados en el curso para enriquecer su análisis.
3. Las habilidades para estructurar y expresar sus argumentos

El sistema de evaluación es permanente e integral. La nota de la asignatura se obtiene promediando la evaluación permanente (40%), el examen parcial (20%) y el examen final (40%), en el cual **se evaluará toda la asignatura.**

Las ponderaciones al interior de la evaluación permanente se describen en el cuadro siguiente:

PROMEDIO DE EVALUACIÓN PERMANENTE 40%		
Tipo de evaluación	Descripción	Ponderación %
Trabajo de investigación grupal	Un trabajo grupal	10
Exposición del trabajo	Una exposición, la nota es individual	20
Participación en clase		10

El promedio final (PF) se obtiene del siguiente modo:

$$PF = (0,20 \times EP) + (0,40 \times PEP) + (0,40 \times EF)$$

Dónde:

PF = Promedio Final

EP = Examen Parcial

PEP = Promedio de evaluación permanente y

EF = Examen Final

VII. Contenido programado

1. Los negocios internacionales
 - 1.1. ¿Cómo se definen los negocios internacionales?
 - 1.2. El comercio de bienes
 - 1.3. El comercio de servicios
 - 1.4. Los negocios financieros

2. Fundamentos económicos del comercio internacional
 - 2.1. La Balanza de Pagos
 - 2.2. El modelo de mercado.
 - 2.3. La Política Económica del comercio. Los aranceles y la protección, los subsidios, el dumping y los instrumentos para arancelarios y las cuotas.
 - 2.4. La política cambiaria.

3. Breve reseña histórica de la evolución reciente de la economía mundial
 - 3.1. Antecedentes al siglo XX
 - 3.2. La Primera Guerra Mundial y sus implicancias económicas
 - 3.3. La Revolución Rusa y el Socialismo de Planificación Central
 - 3.4. La Gran Depresión del 30
 - 3.5. La Segunda Guerra Mundial y el Tratado de Bretton-Woods. El Banco Mundial, el FMI y la Organización Mundial del Comercio. El nuevo Sistema Monetario Internacional.
 - 3.6. La Revolución China y su evolución hacia la actualidad
 - 3.7. La crisis del 70 y el rompimiento del sistema monetario de Bretton-Woods

4. La Cultura y los negocios internacionales
 - 4.1. ¿Qué es? ¿cómo se caracteriza? ¿cómo influye en las relaciones internacionales?
 - 4.2. Algunas características culturales en las diferentes sociedades (en EEUU, en algunos países europeos, en los países árabes, en el Japón, en América Latina, en el Perú).

5. La Gestión de Negocios en las Exportaciones e Importaciones de Bienes y Servicios:
 - 5.1. La cadena de distribución en el Comercio Internacional.
 - 5.2. La Gestión y la Actitud Empresarial.
 - 5.3. Logro de Resultados con especial énfasis en el cuidado de los Procesos.
 - 5.4. El Proceso de Producción, la Administración de los Costos, Calidades, Cantidades y Tiempos.
 - 5.5. La Estrategia Empresarial: La Especialización y la Segmentación de Mercados. El Planeamiento Estratégico.
 - 5.6. Los Estudios de Mercado.
 - 5.7. La Mezcla de Mercadotecnia

VIII. Contenido programado

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES / EVALUACIÓN
1° Del 19 al 24 de agosto	Presentación del curso e Introducción. ¿Cómo se definen los negocios internacionales?	
2° Del 26 al 31 de agosto	El comercio de bienes El comercio de servicios Los negocios financieros	Distribución de temas para el trabajo grupal
3° Del 02 al 07 de setiembre	El modelo de mercado. La política cambiaria.	
4° Del 09 al 14 de setiembre	La política Cambiaria La Balanza de Pagos.	
5° Del 16 al 21 de setiembre	La Política Económica del comercio. Los aranceles y la protección, los subsidios, el dumping y los instrumentos para arancelarios y las cuotas.	
6° Del 23 al 28 de setiembre	Antecedentes al siglo XX. La Primera Guerra Mundial y sus implicancias económicas. .La Gran Depresión del 30	Primer bloque de exposiciones
7° Del 30 de setiembre al 05 de octubre	La Segunda Guerra Mundial y el Tratado de Bretton-Woods. El Banco Mundial, el FMI y la Organización Mundial del Comercio. El nuevo Sistema Monetario Internacional.	
8° Del 09 al 12 de octubre	EXÁMENES PARCIALES	
9° Del 14 al 15 de octubre		
9° Del 16 de 19 octubre	La Revolución Rusa y el Socialismo de Planificación Central.	Segundo bloque de exposiciones

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES / EVALUACIÓN
10° Del 21 de octubre al 26 de octubre	La Revolución China y su evolución hacia la actualidad.	
11° Del 28 de octubre al 02 de noviembre	La Guerra Fría. La crisis del 70 y el rompimiento del sistema monetario de Bretton-Woods.	Tercer bloque de exposiciones
12° Del 04 al 09 de noviembre	La cultura: ¿Qué es? ¿Cómo se caracteriza? ¿Cómo influye en las relaciones internacionales?	
13° Del 11 al 16 de noviembre	La importancia de la Cultura. Algunas características culturales en las diferentes sociedades (en EEUU, en algunos países europeos, en los países árabes, en el Japón, en América Latina, en el Perú).	Cuarto bloque de exposiciones
14° Del 18 al 23 de noviembre	La cadena de distribución en el Comercio Internacional. La Gestión y la Actitud Empresarial. Logro de Resultados con especial énfasis en el cuidado de los Procesos. El Proceso de Producción, la Administración de los Costos, Calidades, Cantidades y Tiempos.	
15° Del 25 al 30 de noviembre	La Estrategia Empresarial: La Especialización y la Segmentación de Mercados. El Planeamiento Estratégico. Los Estudios de Mercado. La Mezcla de Mercadotecnia	
16° Del 02 al 03 de diciembre		
16° Del 05 al 07 de diciembre	EXÁMENES FINALES	
17° Del 09 al 11 de diciembre		

IX. Bibliografía

1. LA BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA.

- HILL, Charles
2005 **Negocios Internacionales, competencia en un mercado global.** México: McGraw Hill.
- CZINKOTA, Michael; RONKAINEN, Likka y MOFFETT, Michael
2007 **Negocios Internacionales.** México: Thomson.
- KRUGMAN, Paul; WELLS, Robin y OLNEY, Martha
2008 **Fundamentos de Economía.** España: Editorial Reverté.
- HARFORD, Tim
2007 **El Economista Camuflado.** Colombia: Editorial Planeta.

Marketing

- Kotler y Armstrong, *Fundamentos de Mercadotecnia*, Prentice Hall, México, 1997
- Stanton, Etzel y Walker, *Fundamentos de Marketing*, McGraw-Hill, México, 2007

Investigación de mercados

- Malhotra; *Investigación de Mercados, un enfoque aplicado.* 4ª edición, Pearson Educación, México, 2004.

Planeamiento y control de la estrategia

- Hitt, Ireland y Hoskisson; *Administración estratégica: competitividad y globalización*, 7ª edición, Thomson,

2. LA BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- OPPENHEIMER, Andrés
2005 **Cuentos chinos: el engaño de Washington, la mentira populista y la esperanza de América Latina.** Buenos Aires: Sudamericana.
- RUGMAN, Alan; HODGETTS, Richard
2002 **Negocios Internacionales, un enfoque de Administración Estratégica.** México: McGraw Hill.
- Comisión Mundial sobre la Dimensión Social de la Globalización
2004 **Por una Globalización Justa, crear oportunidades por todos.** Suiza, OIT.
- Centro de Comercio Internacional
1999 **Guía para la Comunidad Empresarial: El Sistema Mundial de Comercio.** Suiza, International Trade Center.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR:
www.mincetur.gob.pe
- PROMPERU: www.promperu.gob.pe
- Organización Mundial del Comercio: www.wto.org
- Foro Económico Mundial: www.weforum.org
- Centro de Comercio Internacional: www.intracen.org

X. Profesores

Orlando Nicolini
Email: jnicolini@esan.edu.pe

Jorge Luis Becerra
Email: jbecerra@esan.edu.pe

José Ezeta
Email: jezetac@esan.edu.pe

Walter Eyzaguirre
Email: weyzaguirre@esan.edu.pe