



COMERCIO INTERNACIONAL

I. DATOS GENERALES

1-Código	:	100176
2-Pre- Requisito	:	Regulación Económica
3-Créditos	:	03
4-Horas	:	04 Horas
5-Semestre académico	:	2016-I
Ciclo	:	VIII

II. SUMILLA

El curso brinda los contenidos esenciales para explorar los diferentes problemas que los ejecutivos enfrentan en el comercio internacional, ayudara a introducir a los participantes a pensar y actuar en el contexto actual del intercambio internacional de bienes y personas. Se usaran durante el desarrollo del curso, casos prácticos de diferentes empresas e industrias del mundo, para con ello alcanzar la capacidad analítica con criterio propio para la solución de problemas relacionados con la temática del comercio con responsabilidad social a nivel internacional.

III. COMPETENCIAS GENERALES

- Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión.
- Responsabilidad social y compromiso ciudadano.
- Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente.
- Capacidad de comprensión de un segundo idioma.
- Capacidad de investigación.
- Capacidad crítica y autocrítica.
- Habilidad para trabajar en contextos internacionales.
- Capacidad de trabajo en equipo.

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Conoce fundamentos y/o principios básicos del comercio internacional explica los motivos por que se da el comercio internacional y acepta la globalización como un proceso de internacionalización de las economías dentro del empleo de la inteligencia comercial.
- Explica la Evolución de los negocios internacionales identificando algunos países exitosos y aprecia de manera crítica la posición de nuestra economía para la internacionalización empresarial peruana.

- Identifica los modelos de desarrollo aplicado en el mundo y compara los resultados en el bienestar de la población, asumiendo una posición a favor del comercio internacional.
- Analiza la participación del Perú en comercio internacional y aprecia de manera crítica los modelos de desarrollo en materia de comercio exterior asumiendo con reto la posibilidad de generar negocios con el resto del mundo.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I			
INTRODUCCIÓN A LOS FUNDAMENTOS DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU ENTORNO CON EL NIVEL EMPRESARIAL Y SU ASOCIACIÓN DE LOS TEMAS DE INTELIGENCIA COMERCIAL			
SEMANA	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE
1	Introducción y fundamentos del de la teoría del Comercio Internacional e indicadores de Cambio en el escenario Mundial <ul style="list-style-type: none"> - Perspectivas del Perú en un entorno Global, Factores Claves. - Nuevos enfoques del Comercio internacional: el enfoque ambiental y proteccionismo: Protocolo de Kyoto. 	Investiga los conceptos básicos sobre Comercio Internacional desde el diferentes enfoque o escuela económicas: www.intracen.org Discrimina las diferentes teorías que afectan al comercio internacional: www.wto.org Identifica principales variables del Comercio Internacional. Argumenta las ventajas y desventajas de los nuevos enfoques de las negociaciones del comercio internacional.	Prueba de entrada
			Elaboración de Mapas Conceptuales.
2	El entorno empresarial a nivel mundial. <ul style="list-style-type: none"> - Los medios turbulentos y los cambios. - Factores internos y externos de acción a través de la revisión de datos estadísticos peruanos e internacionales como las Reservas Internacionales Netas (RIN), Balanza de Pagos, deuda externa, tipo de cambio nominal y real. 	Investiga la influencia de las variables macroeconómicas en las empresas que participan en el comercio internacional. www.imf.org www.bcrp.gob.pe Cuantifica los efectos de las distorsiones económicas estudiando casos.	Exposición magistral (PPT)
			Dinámica en Equipo Trabajo colaborativo en Excel
3	Bloques Comerciales y Regulación Económica <ul style="list-style-type: none"> - Los principales Organismos Multinacionales 	Identifica las ventajas del comercio internacional para las empresas y los países, con el uso del portal de la OMC:	Trabajo en equipo
			Prepara un mapa conceptual donde

	<ul style="list-style-type: none"> - Los bloques regionales. - Las Regulaciones del comercio Mundial. 	www.omc.org	identifica el rol de los organismos Multinacionales.
4	Integración Mundial del Comercio. <ul style="list-style-type: none"> - Líneas maestras y la integración mundial en bases al Comercio Internacional. 	Identifica los diferentes procesos de integración. www.comunidadandina.org	Control de lectura Elabora un esquema comparativo sobre las formas de integración económica.
EVALUACIÓN PARCIAL 1			

UNIDAD II EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS GLOBALES Y LOS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL			
SEMANA	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE
5	Internalización Empresarial <ul style="list-style-type: none"> - Modelos Teóricos de internacionalización empresarial. 	Analiza e identifica los factores básicos de la internacionalización empresarial dentro de un negocio global.	Elaboración de Mapas Conceptuales. Desarrolla Esquemas teóricos comparables al caso latinoamericano.
6	¿Los negocios internacionales son diferentes a los demás? <ul style="list-style-type: none"> - Fuerzas Controlables y no controlables El entorno nacional, extranjero e internacional. - Modalidades de Negocios internacionales. - Evolución de la estrategia en el proceso de internacionalización. 	Evalúa mediante una matriz de competitividad la evolución de los modelos de internacionalización.	Exposición magistral (PPT) Dinámica en Equipo Trabajo colaborativo en Excel y word.
7	Casuística de Internacionalización de Empresas Peruanas I <ul style="list-style-type: none"> - Experiencias de internacionalización de 	Detalla mediante matrices de ejecución de estrategias exitosas peruanas que característcas relacionan las ventajas competitivas con el	Trabajo en equipo. Desarrolla casos aplicativos grupal en pares.

	empresas peruanas dentro de los entornos globales.	desarrollo de estrategias de internacionalización.	
8	Casuística de Internacionalización de Empresas Peruanas II <ul style="list-style-type: none"> - Experiencias de la internacionalización de las empresas peruanas asociados a las franquicias y la competitividad. 	Detalla mediante matrices de ejecución de estrategias exitosas peruanas que características relacionan las ventajas competitivas con el desarrollo de estrategias de internacionalización.	Control de lectura Elabora un esquema comparativo sobre las experiencias de internacionalización de las empresas peruanas.
EVALUACIÓN PARCIAL 2			

UNIDAD III MODELOS DE DESARROLLO Y LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL ASOCIADOS AL MEDIO AMBIENTE Y LOS DERECHOS DE PROPIEDAD			
SEMANA	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE
9	La expansión del comercio mundial y el incremento de la oferta exportable <ul style="list-style-type: none"> - Causas y efectos dentro de un modelo de economía abierta. - Casos de países que aplicaron el modelo con éxito: en Asia y Latinoamérica a partir de la década del 80. 	Identifica las ventajas y desventajas de los resultados del modelo y prepara esquema de los efectos sobre las economías que lo han aplicado exitosamente.	Elaboración de Mapas Conceptuales. Desarrollo de Ejercicios y Monografías de Investigación.
10	Tendencia de los negocios globales <ul style="list-style-type: none"> - Comercio de servicios. - Propiedad intelectual. - Comercio ambiental. - Comercio con responsabilidad social. 	Reconoce las oportunidades de negocios globales sobre servicios, intangibles, bionegocios.	Exposición magistral (PPT) Dinámica en Equipo Trabajo colaborativo en Excel y word.
11	Nuevas formas de internacionalización de la	Identifica las ventajas y desventajas de los TLC con uso	Trabajo en equipo.

	producción global <ul style="list-style-type: none"> - Las maquilas y sus tipos. - Los cambios tecnológicos y sus tendencias. 	del portal www.mincetur.gob.pe Identifica las ventajas y desventajas del modelo Competitivo así como sus efectos sobre las economías que lo han aplicado exitosamente.	Desarrolla casos aplicativos grupales en pares Elabora un esquema comparativo y resuelve ejercicios y casos.
12	El Comercio Mundial y la globalización económica <ul style="list-style-type: none"> - Comercio en servicios y la propiedad intelectual. 	Identifica y argumenta los efectos de la globalización económica sobre los servicios.	Control de lectura
EVALUACIÓN PARCIAL 3			

UNIDAD IV EL DESARROLLO DE ESTRATEGIA COMPETITIVA DEL COMERCIO EXTERIOR Y LA POLÍTICA COMERCIAL PERUANA ASÍ COMO LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES.			
SEMANA	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE
13	Características del Comercio Exterior en el Perú <ul style="list-style-type: none"> - Estructura y tamaño del comercio exterior en el Perú. - La importancia de los Tratados de Libre mercado para el Perú: TLC USA, Singapur, Corea del Sur, Japón, Unión Europea, Chile. - Donde? Cuando? Y Como? Entrar en los negocios internacionales. - Cuáles son los modos de penetración en los mercados por parte de estas además de cómo se organizan para entrar a estos nuevos mercados. 	Realiza trabajos de investigación para identificar sectores con ventajas competitivas según macro regiones. Elabora esquema comparativo y argumenta la importancia de los tratados de libre comercio.	Elaboración de Mapas Conceptuales. Desarrollo de Ejercicios y Monografías de Investigación.

14	Sectores con ventajas competitivas Potenciales en Perú. <ul style="list-style-type: none"> - La importancia del desarrollo de una estrategia integral exportadora. - La formación de la oferta exportable: ventajas competitivas y comparativas. - Los clusters: características. Joint ventures y Consorcios de exportación. 	Reconoce la importancia del plan exportador y plantea posibles políticas para cada región o departamento: PENX, www.mincetur.gob.pe Aplica la matriz PEST e Identifica las ventajas y desventajas de los clusters, joint ventures, y consorcios y realiza un taller aplicativo.	Exposición magistral (PPT) Dinámica en equipo Trabajo colaborativo en Excel
	Proyección de la demanda Internacional para productos exportables peruanos <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de estrategias comerciales peruanas. 	Identifica las áreas o unidades de negocio para efectuar inversiones destinadas a los negocios internacionales. www.mincetur.gob.pe , www.promperu.gob.pe , www.adexperu.org.pe Investiga la oferta exportable peruana: www.promperu.gob.pe , www.adexperu.org.pe	Trabajo en equipo. Desarrolla casos aplicativos grupales en pares. Identifica los factores claves de éxito de los productos peruanos.
16	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación y sustentación de planes de negocios de productos exportables peruanos. 	Elabora y expone trabajo monográfico.	Hace uso de la herramienta APA presente en el Word.
	EVALUACIÓN FINAL		

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Lecturas

Las lecturas contenidas en el Aula Virtual deben ser leídas previamente. Se tomarán controles de lecturas referidos a ellas. Es importante leer los materiales asignados para cada sesión, de manera que se pueda complementar el tratamiento de los mismos en clase.

Casos y ejercicios

A lo largo del curso se desarrollarán casos aplicativos además el estudio de los conceptos teóricos será complementado con ejercicios y pequeñas investigaciones.

Participación en clase

La participación en clase es de primera importancia en el curso, la participación incluye no solamente los aportes referidos al tema a tratar, sino las preguntas que surgieran con referencia a él.

Trabajo grupal

En particular, se deberán conformar equipos de trabajo de seis integrantes (como máximo por equipo). Cada equipo deberá desarrollar y diseñar un plan de negocios de inmersión de productos locales en los mercados mundiales. Desde la décima semana se propone asesorías y orientaciones de trabajo en el aula para revisar los avances, ideas preliminares, dificultades, entre otros, que puedan afectar el desarrollo del plan de negocios.

VII. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

- Equipos: Pizarra, equipo multimedia, plumones.
- Materiales: Separatas, lecturas, casos de estudio, dinámicas seleccionadas.
- Medios electrónicos: Web sites relacionadas a la asignatura, videos y Aula Virtual.

VIII. EVALUACIÓN

El promedio final de curso es producto de una media ponderada que considera los siguientes pesos:

• Evaluación Parcial 1	10%
• Evaluación Parcial 2	20%
• Evaluación Parcial 3	20%
• Evaluación Final	30%
• Evaluación Continua	20%

IX. BIBLIOGRAFÍA

- CZINKOTA-RONKAINEN-MOFFET, 2007. "Negocios Internacionales", Editorial Thomson. México.
- DANIELS J- RADEBANGH L. 2004. "Negocios Internacionales". 10ma. Edición. Editorial Prentice Hall . México.
- KRUGMAN, P. y OBSTFELD, M. (2008). Economía Internacional: Teoría y Política (7ma. ed.). Madrid: Mc Graw Hill.
- DANIELS J. y RADEBAUGH L. (2012). Negocios Internacionales, Madrid: Pearson Addisison Wesley.
- PIQUÉ CEBRECOS, Sofía (2009). Doing Business 2010. Negocios Internacionales. Vol.12. 145.