

**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES**  
**20001 - LENGUAJE I**  
**SECCIONES**  
**A-B-C-D-F-G-H-I-J-L-N-O-P-R-S**  
**PRIMER SEMESTRE 2012**

**Profesores:**

Jorge Wiesse Rebagliati (wiesse\_jr@up.edu.pe)  
Francisco Tumi Guzmán (pacotumi@yahoo.com)  
José Güich Rodríguez (jguich10@yahoo.es)  
Michele Montauban Del Solar (montauban\_mm@up.edu.pe)  
Luis Landa Rojas (landa\_le@up.edu.pe)  
María Lourdes Morimoto Sone (morimoto\_ml@up.edu.pe)  
Elio Vélez Marquina (velez\_re@up.edu.pe)  
Paola Arana Vera (P.AranaVera@up.edu.pe)

---

## I. Sumilla

El curso de Lenguaje I pretende desarrollar la competencia lingüística mediante la permanente ejercitación ortográfica, léxica, sintáctica y estilística. Asimismo, intenta aproximar al alumno a la comprensión de la importancia del lenguaje como medio de conocimiento e instrumento de comunicación. Para ello, se exponen y se discuten conceptos clave, como signo lingüístico; funciones; sistema, norma y habla; y paradigma y sintagma. Adicionalmente, los alumnos se ejercitan en cuestiones de corrección idiomática y en el análisis de la oración compuesta del español.

## II. Objetivo del curso

Comprensión y elaboración de párrafos congruentes, correctos, ejemplares y apropiados.

## III. Competencias que desarrolla

### **Generales**

Flexibilidad y apertura al cambio, responsabilidad, gestión y productividad, visión integral, trabajo en equipo.

## IV. Contenidos

### **Contenidos conceptuales**

- 1 **La naturaleza del lenguaje.** El hombre, los símbolos y el lenguaje. El ser simbólico del hombre. La naturaleza simbólica del lenguaje. El lenguaje como conocimiento de la realidad. El lenguaje como base de lo social.
- 2 **Funciones del lenguaje.** La representación de la realidad, la expresión del hablante y la apelación al oyente. La función “fática”, la función “metalingüística” y la función “poética”. Connotación y denotación en el uso de los signos del lenguaje.
- 3 **Sistema, norma y habla.** La lengua como sistema funcional. Diversos usos (normas) y el “ideal de la lengua”. El acto de habla como creación individual. Características de una buena elocución: congruencia, corrección, propiedad y ejemplaridad.



- 4 **Relaciones entre los signos del lenguaje. Paradigma y sintagma.** El paradigma y el sintagma en el plano sonoro. La estructura de la sílaba castellana y la castellanización de vocablos extranjeros. Corrección de los errores de pronunciación más frecuentes.
- 5 **El paradigma en el plano del contenido.** Accidentes nominales y verbales. La conjugación. Los verbos de conjugación irregular. Las irregularidades consonánticas, vocálicas y mixtas. Corrección de errores frecuentes relativos a la conjugación irregular.
- 6 **El sintagma en el plano del contenido.** Coordinación, subordinación y enfrentamiento. Coordinación no marcada y coordinación marcada. Diversos tipos de coordinación. Subordinación no marcada y subordinación marcada. La relación de enfrentamiento entre sujeto y predicado. La concordancia entre sustantivo y verbo. Corrección de discordancias.
- 7 **La oración compuesta. Coordinación de proposiciones.** Diversos tipos de coordinación.
- 8 **La oración compuesta. Las proposiciones subordinadas sustantivas.** Estilo directo y estilo indirecto. Usos incorrectos: dequeísmo, queísmo.
- 9 **Las proposiciones subordinadas adjetivas.** Proposiciones explicativas y proposiciones especificativas. El uso excesivo del relativo “que”.
- 10 **Las proposiciones subordinadas adverbiales.** Clases. Las subordinaciones causales, concesivas, consecutivas y condicionales.
- 11 **Sintaxis, entonación y puntuación.** Relaciones entre entonación y sintaxis. La unidad melódica, las pausas y los tonemas en castellano. Los tipos de pausas lingüísticas. La relación entre tonemas y pausas. La puntuación y sus relaciones con la entonación y la sintaxis.
- 12 **Corrección fundamentada, en el sistema o en la norma, de los errores sintácticos más frecuentes:** anacolutos, discordancias, falsas concordancias, uso incorrecto de gerundios, mezcla de pronombres de diversas personas, uso de “también no” en lugar de “tampoco”, uso de “que su” en lugar de “cuyo”, uso de “cuyo” sin valor posesivo, el “dequeísmo”, el “queísmo” y los usos impropios de las preposiciones.

#### **Contenidos procedimentales**

1. Distinguir y relacionar las diferentes estructuras sintácticas.
2. Jerarquizar ideas para la elaboración lingüística.

#### **Contenidos actitudinales**

1. La comprensión de la importancia del lenguaje como factor de conocimiento de la realidad (logos) y como base de la relación social (comunicación).



2. La valoración de la competencia lingüística como expresión de la cultura personal y la proyección comunitaria.

## V. Estrategia didáctica

1. A partir de la lectura y el análisis de textos, se presentarán y se discutirán los temas del curso. Un texto motivador permitirá practicar la lectura eficaz en voz alta y ubicar las unidades de sentido vinculándolas con la entonación y la puntuación, discutir la delimitación de oraciones y el análisis gramatical de estas. También servirá de base para reflexiones ortográficas, léxicas, sintácticas y estilísticas. Así, la mayoría de los temas del curso se trabajará a partir de textos en particular, por lo cual la teoría estará vinculada a expresiones concretas de un texto dado o de uno producido por los propios alumnos.

2. Exposición a partir de los temas trabajados.

## VI. Actividades de aprendizaje

1. Lectura y comentario de textos, en clase y fuera de ella, con el propósito de observar la organización de la información en el texto: referencias, conectores lógicos y estructura lógica.
2. Formulación de preguntas sobre los temas trabajados.
3. Ejercitación en el análisis de estructuras lingüísticas, especialmente las sintácticas.
4. Elaboración y revisión de textos.
5. Ejercitación en la corrección de errores sintácticos frecuentes.
6. Aplicación de los conceptos aprendidos a situaciones diversas.



## VII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
1. El conocimiento conceptual de los temas desarrollados en el curso. 2. La capacidad para establecer relaciones entre las diferentes lecturas encomendadas. 3. La habilidad para reconocer y corregir errores ortográficos, morfológicos, léxicos, sintácticos y de puntuación frecuentes. 4. Las habilidades elocucionales, idiomáticas, expresivas y retóricas. 5. La capacidad para analizar estructuras sintácticas, en especial las de la oración compuesta.	Prácticas calificadas (4)  Examen parcial  Examen final	35%  30%  35%

## VIII. Bibliografía

### **Obligatoria:**

- 1 Coral Rodríguez, Karen y Jorge Iván Pérez Silva. *Manual de gramática del castellano. Variedad estándar y usos regionales*. Lima: Proeduca-GTZ, 2004.
- 2 Gatti Murriel, Carlos y Jorge Wiesse Rebagliati. *El lenguaje: dos aproximaciones*. Lima: Universidad del Pacífico (Conferencias, 5), 2011.
- 3 Gatti Murriel, Carlos. “¿Por qué prestar atención al lenguaje?” En: *Coiné I*, 1 (1998): pp.1-2.
- 4 Gatti Murriel, Carlos. “El léxico del código restringido: una limitación en el aprendizaje” En: *Coiné II*, (1999): pp.1-3
- 5 Gatti Murriel, Carlos y Jorge Wiesse Rebagliati. *Elementos de gramática española*. Lima: Universidad del Pacífico (Apuntes de Estudio, 6), 2011.
- 6 Gatti Murriel, Carlos y Jorge Wiesse Rebagliati. *Técnicas de lectura y redacción*. Lima: Universidad del Pacífico (Apuntes de Estudio, 7), 2011.
- 7 Jakobson, Roman. *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral, 1975.
- 8 Lacau, María Hortensia P. de y Mabel M. de Rosetti. *Nuevo castellano* (Cursos segundo y tercero). Buenos Aires: Kapelusz, 1967.
- 9 Montauban Del Solar, Michele. “¿Cómo redonda la enseñanza de la morfosintaxis en una buena redacción?” En: *Coiné I*, 4 (1998): pp. 2-3



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- 10 Montes Corazao, Cecilia. *Lingüística general*. Lima: Universidad Nacional Federico Villarreal (Escuela Universitaria de Educación a Distancia), 2000.
- 11 Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. *Nueva gramática básica de la lengua española*, Bogotá: Planeta Colombiana/Espasa libros, 2011.
- 12 Wiesse Rebagliati, Jorge. "Casuística de la discordancia nominal" En: *Coiné II*, 2 (1999): pp.1-2
- 13 Wiesse Rebagliati, Jorge. "La competencia discursiva. Reflexiones para la educación" En: *Coiné IV,1* (2004): pp.1-4
- 14 Wiesse Rebagliati, Jorge. "Qué castellano enseñar" En: *Coiné VI*, 5 (2006): pp. 1-4
- 15 Wiesse Rebagliati, Jorge. "Palabra, oración, texto: algunos problemas del análisis del discurso" En: *Coiné III 5* (2000): pp.1-4
- 16 Wiesse Rebagliati, Jorge. "Variedades del anacoluto" En: *Coiné I*, 1 (1998): pp. 3-4

**Complementaria:**

- 1 Bolaños-Medina, Alicia y Carmen Luján-García. "Análisis de los anglicismos informáticos crudos del léxico disponible de los estudiantes universitarios de traducción". En: *Lexis Vol. XXXIV(2)* 2010, pp. 241-274.
- 2 Calvo Pérez, Julio. "Marcas comerciales y proyección lexicográfica en el español del Perú". En: *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua N° 43* (Lima, 2007), pp: 25-49
- 3 Cassany, Daniel. *Afilar el lapicero: guía de redacción para profesionales*. Barcelona: Anagrama, 2007.
- 4 Cassany, Daniel. *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama, 1998.
- 5 Cassany, Daniel (comp.). *Para ser letreados. Voces y miradas sobre la lectura*. Barcelona: Paidós, 2009.
- 6 Cassany, Daniel. *Prácticas letradas contemporáneas*. México: Ríos de Tinta, 2008.
- 7 Cassany, Daniel. *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama, 2006.
- 8 Cassirer, Ernst. *Antropología filosófica*. México: Fondo de Cultura Económica, 1975.
- 9 *Coiné*. Boletín informativo de temas lingüísticos. Lima: Departamento de Humanidades de la Universidad del Pacífico (a partir de julio de 1998). <http://www1.up.edu.pe/coine/coine/>
- 10 Coseriu, Eugenio. *El hombre y su lenguaje*. Madrid: Gredos, 1977.
- 11 Coseriu, Eugenio. *Teoría del lenguaje y lingüística general*. Madrid: Gredos, 1969.
- 12 Coseriu, Eugenio. *Lecciones de lingüística general*. Madrid: Gredos.
- 13 Cervantes. <http://www.cuadernoscervantes.com>



- 14 Godenzzi, Juan C. *En las redes del lenguaje: cognición discurso y sociedad en los Andes*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico - Colegio de las Américas - Organización Universitaria Interamericana, 2005.
- 15 Gispert-Sauch Colls, Ana María. "Por una depuración de expresiones actuales". En: *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua* N° 44 (Lima, 2007), pp. 87-104.
- 16 La página del idioma español. <http://www.elcastellano.org>
- 17 López Morales, Humberto. *El español en el mundo actual*. España: Fundación Carolina.
- 18 Montalbetti Solari, Mario y Cecilia Montes Corazao. "La crisis financiera y sus metáforas". En: *Punto de Equilibrio* (Revista de Economía y Negocios de la Universidad del Pacífico), Año 18, Núm. 100 [abril, 2009]: pp. 71-72.
- 19 Peñalver Simó, Mariano. *La lingüística estructural y las ciencias del hombre*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1972.
- 20 Pérez, Jorge, Virginia Zavala, et al. *Las lenguas del Perú*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú – TV Cultura, 2008. (DVD)
- 21 Pérez, Jorge, Roberto Zariquey, Virginia Zavala, et al. *Los castellanos del Perú*. Lima: Proeduca – GTZ, 2004. (DVD)
- 22 Rivarola, José Luis. "De once a lonche: sobre palabras y costumbres en el Perú del s. XIX". En: *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua* N° 42 (Lima, 2006) pp. 9-22
- 23 Saussure, Ferdinand de. *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza Editorial, 1993.

### **Bibliografía de profundización**

- 1 Alarcos Llorach, Emilio. *Gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe.
- 2 Arroyo, Carlos y Francisco José Garrido. *Libro de estilo universitario*. Madrid: Acento.
- 3 Ávila, Fernando. *Español correcto para dummies*. Bogotá: Norma.
- 4 Bosque Ignacio y Violeta Demonte (eds.) *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe. (Real Academia Española, Colección Nebrija y Bello)
- 5 Casares, Julio. *Diccionario ideológico de la lengua española*. Barcelona: Gustavo Gili.
- 6 Centro de estudios Garrigues. *Libro de estilo Garrigues*. Navarra: Thomson - Aranzadi
- 7 Corominas, Joan. *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- 8 Coseriu, Eugenio. *Lecciones de lingüística general*. Madrid: Gredos.
- 9 Cuervo, Rufino J. *Diccionario de construcción y régimen de la lengua castellana* Vol. I-III. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.
- 10 EFE. *Manual de español urgente*. Madrid: Cátedra.
- 11 El País. *Libro de estilo*. Madrid: El País.
- 12 García Damborenea, Ricardo. *Uso de razón. Diccionario de falacias*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- 13 García Negroni, María Martha [coordinadora]; Pérgola, Laura y Stern, Mirta. *El arte de escribir bien en español. Manual de corrección de estilo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- 14 Gili y Gaya, Samuel. *Curso superior de sintaxis española*. Barcelona: Vox.
- 15 Godenzzi, Juan Carlos. *En las redes del lenguaje. Cognición, discurso y sociedad en los Andes*. Lima: Universidad del Pacífico.
- 16 Grijelmo, Álex. *Defensa apasionada del idioma español*. Madrid: Taurus.
- 17 Grijelmo, Álex. *La punta de la lengua*. Madrid: Taurus.
- 18 Grillo, María del Carmen. *Los textos informativos. Guía de escritura y estilo*. Buenos Aires: La Crujía.
- 19 Hildebrandt, Martha. *1000 palabras y frases peruanas*. Lima: Planeta Perú/Espasa Libros, 2011.
- 20 Hildebrandt, Martha. *El habla culta (o lo que debiera serlo)*. Lima: Peisa.
- 21 Instituto Cervantes. *Saber escribir*. Madrid: Aguilar.
- 22 Instituto Cervantes. <http://www.cervantes.es/internet/indice.html>
- 23 Lázaro Carreter, Fernando. *Curso de lengua española*. Madrid: Anaya.
- 24 Miranda Esquerre, Luis. *Curso de lingüística general*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- 25 Miranda Esquerre, Luis. *Manual de gramática castellana*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- 26 Quilis Antonio y Joseph A. Fernández. *Curso de fonética y fonología españolas para estudiantes angloamericanos*. Madrid: CSIC.
- 27 Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, vigésima segunda edición.
- 28 Real Academia Española. *Diccionario panhispánico de dudas*. Madrid: Santillana



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- 29 Real Academia Española. *Diccionario esencial de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe
- 30 Real Academia Española – Asociación de Academias de la Lengua Española. *Nueva gramática de la lengua española. Manual*. Madrid: Espasa Libros S.L., 2010
- 31 Oquendo, Abelardo. *Breve manual de puntuación y acentuación*. Lima: Mosca azul.
- 32 Sainz de Robles, Federico. *Ensayo de un diccionario español de sinónimos y antónimos*. Madrid: Aguilar.
- 33 Seco, Manuel. *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*. Madrid: Aguilar.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## IX. Cronograma

SEMANA	FECHAS	CONTENIDOS
	<b>MARZO</b>	
1 <sup>a</sup> Semana	Martes 27 y Jueves 29	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación / Naturaleza del lenguaje</li></ul>
	<b>ABRIL</b>	
2 <sup>a</sup> Semana	Martes 3	<ul style="list-style-type: none"><li>• Naturaleza del lenguaje</li></ul>
	Jueves 5	<b>FERIADO</b>
3 <sup>a</sup> Semana	Martes 10	<ul style="list-style-type: none"><li>• Naturaleza del lenguaje</li></ul>
	Jueves 12	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Primera práctica calificada</b></li></ul>
4 <sup>a</sup> Semana	Martes 17	<ul style="list-style-type: none"><li>• Funciones del lenguaje</li></ul>
	Jueves 19	<ul style="list-style-type: none"><li>• Funciones del lenguaje / Revisión de la I práctica calificada</li></ul>
5 <sup>a</sup> Semana	Martes 24	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistema, norma y habla</li></ul>
	Jueves 26	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistema, norma y habla</li></ul>
	<b>MAYO</b>	
6 <sup>a</sup> Semana	Martes 1	<b>FERIADO</b>
	Jueves 3	<b>Segunda práctica calificada</b>
7 <sup>a</sup> Semana	Martes 8	<ul style="list-style-type: none"><li>• Paradigma y sintagma</li></ul>
	Jueves 10	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verbos irregulares</li></ul>
8 <sup>a</sup> Semana		<b>Exámenes parciales</b>
9 <sup>a</sup> Semana	Martes 22	<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión del examen parcial</li></ul>
	Jueves 24	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oración simple</li></ul>
10 <sup>a</sup> Semana	Martes 29	<ul style="list-style-type: none"><li>• Coordinación de proposiciones</li></ul>
	Jueves 31	<ul style="list-style-type: none"><li>• Subordinación sustantiva</li></ul>
	<b>JUNIO</b>	
11 <sup>a</sup> Semana	Martes 5	<ul style="list-style-type: none"><li>• Subordinación sustantiva</li></ul>
	Jueves 7	<b>Tercera práctica calificada</b>
12 <sup>a</sup> Semana	Martes 12	<ul style="list-style-type: none"><li>• Subordinación adjetiva</li></ul>
	Jueves 14	<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión de la III práctica calificada</li></ul>
13 <sup>a</sup> Semana	Martes 19	<ul style="list-style-type: none"><li>• Subordinación adverbial</li></ul>
	Jueves 21	<ul style="list-style-type: none"><li>• Subordinación NO-MNO</li></ul>
14 <sup>a</sup> Semana	Martes 26	<ul style="list-style-type: none"><li>• Repaso de coordinación y subordinación</li></ul>
	Jueves 28	<b>Cuarta práctica calificada</b>
	<b>JULIO</b>	
15 <sup>a</sup> Semana	Martes 3	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sintaxis, entonación y puntuación</li></ul>
	Jueves 5	<ul style="list-style-type: none"><li>• Corrección de los errores sintácticos más frecuentes / Revisión de la IV práctica calificada</li></ul>
16 <sup>a</sup> Semana		<b>Exámenes finales</b>

**Nota:** Todas las clases se dictan con materiales especialmente elaborados para ellas.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

<b>Nombre del curso</b>	:	Matemáticas I.
<b>Código</b>	:	138649
<b>Departamento académico</b>	:	Economía
<b>Semestre académico</b>	:	2012-I.
<b>Sección</b>	:	A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P
<b>Docentes</b>	:	
Manuel Arredondo		arredondo_mj@up.edu.pe
John Cotrina		cotrina_je@up.edu.pe
Erick Dávila		davila_en@up.edu.pe
Sonia Escalante		S.EscalanteHuamani@up.edu.pe
José Flores		floress_a@up.edu.pe
Mario Olano		olano_mf@up.edu.pe
Daniel Proleón		proleon_dg@up.edu.pe
Felix Villanueva		F.VillanuevaSantos@up.edu.pe
Javier Zúñiga		zuniga_jj@up.edu.pe

## I. Sumilla

Este curso brinda una introducción a las herramientas matemáticas básicas que el alumno necesita para su desarrollo profesional. Empezando con la lógica de proposiciones desarrollaremos los principios elementales de la deducción y los argumentos. Continuaremos con el lenguaje de la teoría de conjuntos el cual se usa en todo el ámbito de las ciencias. Continuaremos con una introducción a la geometría analítica enfatizando las rectas y sus aplicaciones. Los sistemas de ecuaciones lineales serán analizados y resueltos con la ayuda de matrices y también se cubrirán las inecuaciones. Finalmente, terminaremos con un estudio más detallado de las funciones, su comportamiento y ejemplos importantes como la función exponencial, logaritmo y trigonométricas.

## II. Objetivo del Curso

El curso de Matemáticas I está orientado a proveer y desarrollar el lenguaje matemático básico del estudiante que permita la abstracción de ideas y por consiguiente la resolución de problemas diversos. En este sentido es importante el aprendizaje, análisis, y manejo de herramientas básicas desde un punto de vista formal. Así mismo, se busca desarrollar la aplicación del razonamiento matemático en situaciones reales, y la capacidad de análisis y resolución de problemas.

## III. Competencias que desarrolla

Generales (Del Perfil General del Egresado UP)

- Flexibilidad y apertura al cambio.
- Responsabilidad.
- Visión integral.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## **IV. Contenidos**

### **1. Lógica y Teoría de Conjuntos**

- 1.1. Proposiciones.
- 1.2. Equivalencias y Argumentos.
- 1.3. Predicados y Cuantificadores.
- 1.4. Conjuntos y Relaciones.
- 1.5. Inducción.

### **2. Geometría Analítica**

- 2.1 Números Reales y Valor Absoluto.
- 2.2 Coordenadas en Una y Dos Dimensiones.
- 2.3 Rectas: Pendiente y Ecuación.
- 2.4 Paralelismo y Perpendicularidad.
- 2.5 Aplicaciones.
- 2.6 Transformaciones de Coordenadas.
- 2.7 Lugares Geométricos y Cónicas.

### **3. Ecuaciones e Inecuaciones**

- 3.1 Sistemas de Ecuaciones y Representación Matricial.
- 3.2 Operaciones con Matrices.
- 3.3 Método de Gauss-Jordan.
- 3.4 Determinantes.
- 3.5 Clasificación de Sistemas por sus Soluciones.
- 3.6 Inecuaciones Lineales.
- 3.7 Inecuaciones No Lineales.
- 3.8 Aplicaciones.

### **4. Funciones**

- 4.1 Definición, dominio, rango y gráfico.
- 4.2 Funciones Inyectivas, Crecientes y Decrecientes.
- 4.3 Operaciones con Funciones.
- 4.4 Funciones Especiales.
- 4.5 Aplicaciones.

## **V. Estrategia Didáctica**

- Lección magistral para presentar los contenidos teóricos esenciales y la resolución de ejemplos básicos.
- Enfatizar el reconocimiento y modelamiento de problemas, análisis de la situación y de las distintas alternativas de solución.
- Desarrollo de ejercicios durante las prácticas dirigidas por parte del profesor, así como la supervisión del trabajo autónomo de los alumnos.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## VI. Actividades de Aprendizaje

- Participación activa y discusión en clase.
- Resolución de ejercicios y problemas.

## VII. Evaluación

CRITERIOS	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>- Manejo conceptual (claridad en los conceptos, relación entre ellos).</li><li>- Procedimiento empleado en la resolución de problemas.</li><li>- Orden y presentación en el desarrollo de los ejercicios.</li></ul>	Examen Parcial  (Se evalúan las 14 primeras clase)	30%
<ul style="list-style-type: none"><li>- Capacidad de deducción y manejo de pruebas formales.</li><li>- Aplicación de herramientas a problemas vistos anteriormente y a problemas nuevos.</li></ul>	Examen Final  (Se evalúan las 14 últimas clases)	30%
<ul style="list-style-type: none"><li>- En las prácticas calificadas usamos el mismo criterio que en los exámenes.</li><li>- En los controles no se evalúan los procedimientos, sólo la obtención de la respuesta correcta (no hay puntaje parcial).</li></ul>	Promedio de las 3 mejores prácticas calificadas y de la suma total de los 4 controles*.	40%

\*Se realizarán 4 prácticas calificadas y 4 controles de 5 puntos cada uno. Al final se promediará la suma de los controles con las tres mejores notas obtenidas en las prácticas calificadas (no se elimina ninguna nota de control).

- No se permitirá el uso de calculadoras y cartucheras durante las evaluaciones (controles, prácticas calificadas, parcial y final).
- En caso de ausencia justificada a cualquier evaluación, previo trámite administrativo en SS.AA., se rendirá una única práctica de rezagados antes del examen final. En el caso de los controles esta nota se dividirá proporcionalmente a los controles faltantes.

Fechas de los controles: 4 de Abril, 25 de Abril, 30 de Mayo, 20 de Junio. Los controles se llevarán a cabo en los primeros 15 minutos de clase.

Fechas de las Prácticas Calificadas: 14 de Abril, 5 de Mayo, 9 de Junio, 30 de Junio.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### VIII. Bibliografía

1. Sydsaeter, Hammond; Matemáticas para el Análisis Económico. Prentice Hall, 1996.
2. Garnier; Discrete Mathematics for New Technology. Taylor and Francis, 1992.
3. Jagdish, Robin; Matemáticas aplicadas a la Administración y a la Economía. PEARSON, Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. Cuarta edición. 2002.
4. Haussler, Paul, Wood; Matemáticas para Administración y Economía. PEARSON, Prentice-Hall Hispanoamericana, 2008.
5. Hoffmann, Bradley; Cálculo aplicado a Administración, Economía, Contaduría y Ciencias Sociales. McGraw-Hill, Inc. Séptima edición. 2001.
6. Stewart, Redlin, Watson; Precalculus. Brooks Cole, 2011.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## XI.Cronograma

SEMANA	UNIDADES DIDÁCTICAS Y CONTENIDOS	ACTIVIDADES A REALIZAR	MATERIALES	ENTREGABLE EN CLASE
1 (Clase 1 y 2)	Proposiciones, equivalencias y argumentos.	Viernes: Práctica dirigida 1 (Clases 1,2)		
2 (Clase 3 y 4)	Lógica de predicados y cuantificadores. Teoría de conjuntos y relaciones binarias.	<b>Miércoles: Control 1 (Clases 1,2,3)</b>		
3 (Clase 5 y 6)	Inducción matemática.	Viernes: Práctica dirigida 2 (Clase 3,4,5,6) <b>Sábado: Práctica Calificada 1 (Clases 1,2,3,4,5,6)</b>		
4 (Clase 7 y 8)	Números reales y valor absoluto. Coordenadas y rectas.	Viernes: Práctica dirigida 3 (Clases 7,8)		
5 (Clase 9 y 10)	Paralelismo y perpendicularidad. Aplicaciones.	<b>Miércoles: Control 2 (Clases 7,8,9)</b> Viernes: Práctica dirigida 4 (Clases 9,10)		
6 (Clase 11 y 12)	Más aplicaciones. Transformaciones de coordenadas.	<b>Sábado: Práctica Calificada 2 (Clases 7,8,9,10,11,12)</b>		
7 (Clase 13 y 14)	Lugares geométricos y cónicas.	Viernes: Práctica dirigida 5 (Clase 11,12,13,14)		
8		<b>Lunes: EXAMEN PARCIAL (Clases 1-14)</b>		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

9 (Clase 17 y 18)	Sistemas de ecuaciones y representación matricial. Operaciones con matrices.	Viernes: Práctica dirigida 6 (Clase 15 y 16)		
10 (Clase 19 y 20)	Método de Gauss-Jordan. Determinantes.	<b>Miércoles: Control 3 (Clases 15,16,17)</b> Viernes: Práctica dirigida 7 (Clase 17,18)		
11 (Clase 21 y 22)	Clasificación de sistemas por sus soluciones. Inecuaciones lineales.	<b>Sábado: Práctica Calificada 3 (Clases 15,16,17,18,19,20)</b>		
12 (Clase 23 y 24)	Inecuaciones no lineales. Aplicaciones.	Viernes: Práctica dirigida 8 (Clases 19,20,21,22)		
13 (Clase 25 y 26)	Definición de dominio, rango y gráfico de una función. Funciones inyectivas, crecientes y decrecientes.	<b>Miércoles: Control 4 (Clases 21,22,23)</b> Viernes: Práctica dirigida 9 (Clases 23,24)		
14 (Clase 27 y 28)	Operaciones. Función exponencial y logaritmo.	<b>Sábado: Práctica Calificada 4 (Clases 21,22,23,24,25,26)</b>		
15 (Clase 27 y 28)	Funciones trigonométricas. Aplicaciones.	Viernes: Práctica dirigida 10 (Clase 25,26,27,28) <b>Sábado: Práctica de Rezagados (Clases 1-28)</b>		
16		<b>Lunes: EXAMEN FINAL (Clases 15-28)</b>		





## SILABO

Nombre del curso:

**INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS**

Código:

**49744**

Departamento académico:

**ADMINISTRACIÓN**

Prerrequisito:

**NINGUNO**

Semestre académico:

**2012-I**

Secciones:

**TODAS**

Profesores:

**Carla Pennano**

**sección A**

Patricia Lay

sección B

Maricruz González

sección C

Maritza Manosalva

sección D

Norberto Hosaka

sección E

Israel Velarde

sección F

Daniel Marrou

sección G

Diana Castañeda

sección H

Patricia Salaverry

sección I

Javier Kishimoto

sección J

Azucena Gutiérrez

sección K

Valeria Reátegui

sección L

Maritza Manosalva

sección M

Norberto Hosaka

sección N

Diana Castañeda

sección O

María Pía Espinel

sección P

Orietta Sotomayor

sección Q

Cinthia Wicht

sección R

Maritza Manosalva

sección S

María Pía Espinel

sección T

### I. Sumilla

El curso pretende introducir a los alumnos en el estudio de la administración para los negocios con el fin de darles un panorama general del mundo organizacional enfatizando la importancia del entorno y el rol del emprendedor en el desarrollo sostenible de las naciones.

Al finalizar el curso, el alumno tendrá una visión general de la evolución de la administración a partir de las principales escuelas del pensamiento administrativo, así como de los procesos y las funciones centrales vinculados con la gestión de una organización actual.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## **II. Competencias del Perfil general del egresado**

Durante el desarrollo del curso se promoverá la responsabilidad de los alumnos en el desarrollo de sus tareas, la flexibilidad y la apertura al cambio a través de la discusión de casos y el desarrollo de ejercicios, y la importancia de una visión integral en los procesos de toma de decisiones, puesto que se conocerá el ámbito de acción de las diferentes áreas de la organización.

## **III. Metas y objetivos de aprendizaje**

El curso contribuye a alcanzar los siguientes *metas y objetivos de aprendizaje*:

- Nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones.
  - Nuestros estudiantes demostrarán habilidades de liderazgo
- Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.
  - Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones)
  - Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un ensayo escrito o caso.
- Nuestros egresados serán emprendedores
  - Nuestros estudiantes elaborarán un proyecto empresarial.
- Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global
  - Nuestros estudiantes demostrarán su capacidad de trabajar en equipos multidisciplinarios

## **IV. Resultados de aprendizaje**

El estudiante aplica los conceptos de la teoría administrativa de manera pertinente y oportuna con una visión integral y multidisciplinaria para optimizar el proceso de toma de decisiones en el mundo de las organizaciones.

## **V. Contenido**

### **Unidad Didáctica I: Marco conceptual básico**

- Conceptos básicos de la organización, de la administración, de la empresa y el empresario.
- Evolución del pensamiento administrativo.
- Planeamiento estratégico.
- Dirección y control.

### **Unidad Didáctica II: Campos de acción de la administración y sus nuevos enfoques:**

- Marketing y Negocios Internacionales
- Gestión de personas



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Procesos y tecnología.
- Contabilidad y finanzas

## VI. Estrategias didácticas

El curso requiere de la permanente participación de los alumnos a través de preguntas, opiniones, sugerencias y contactos, en un clima de diálogo y discusión constructiva. Esto requiere de una actitud abierta y flexible por parte del docente y de los alumnos, así como de respeto y valoración a la diversidad de opiniones, posturas y estilos culturalmente diferentes, pero todos ellos dentro de los estándares establecidos por la universidad

El curso comprenderá las siguientes actividades:

- Discusión en clase sobre la base de los temas tratados.
- Escucha activa a la exposición del docente.
- Lectura de textos sobre temas seleccionados.
- Trabajo cooperativo en grupo.
- Exposición de trabajos prácticos.
- Visitas a empresas.
- Desarrollo de dinámicas participativas.
- Análisis de videos seleccionados.
- Participación en conferencias de expositores invitados

## VII. Evaluación

Instrumento de medición	Criterio de evaluación	Ponderación con respecto a la nota del curso
Controles de lectura	Comprensión de lecturas	20%
Asistencia y participación	Razonamiento analítico y sintético, habilidad para resolver problemas, expresión oral.	15%
Entrevista a empresario	Razonamiento analítico y sintético, habilidad para resolver problemas, expresión escrita.	10%
Examen parcial	Comprensión de lecturas, habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético y expresión escrita.	20%
Trabajo final	Comprensión de lecturas, habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético, expresión escrita y expresión oral.	20%
Examen final	Comprensión de lecturas, y razonamiento analítico y sintético	15%



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Para efectos de la evaluación se considerarán las siguientes ponderaciones:

**• Nota de Trabajo** **45%**

La composición de la Nota de Trabajo es la siguiente:

- Control escrito No. 1 22%
- Control escrito No. 2 22%
- Asistencia y participación 34%
- Trabajo entrevista a empresario 22%

**• Examen Parcial** **20%**

**• Examen final: Trabajo final y examen final escrito** **35%**

La composición de la nota de Examen Final es la siguiente:

- Trabajo Final Escrito 29%
- Exposición del Trabajo Final 29%
- Examen final escrito 42%

### **VIII. Referencias**

- Robbins, S. y Mary Coutler (2010). *Administración* (Décima Edición). México: Pearson Educación, 2010.
- Hitt, Black y Porter (2006). *Administración* (Novena edición) México: Pearson,.
- Griffin, Ricky W. y Ronald J. Ebert (2005). *Negocios* (Sétima edición). Prentice Hall.
- Warren, Reeve y Fess (2005). *Contabilidad Financiera* (novena edición) Thomson.
- Silva Duarte, Jorge Enrique (2008). *Emprendedor crea su propia empresa*. Alfaomega Colombiana S.A. Bogotá
- Bodie y Merton (2003). *Finanzas* (primera edición). Pearson Prentice Hall.
- Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*. (Tercera edición) Pearson Educación de Colombia, Ltda.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## CRONOGRAMA 2012-I

Prof. Carla Pennano ([pennano\\_c@up.edu.pe](mailto:pennano_c@up.edu.pe)) Oficina D-507

Fecha	Sem	Sesión	Tema	Actividad	Bibliografía
26-03	1	01	La administración		L1: cap 1
28-03		02	La administración y organización		
02-04	2	03	El Administrador y el empresario	<u>ENTREGA DE FICHA DE ENTREVISTA AL EMPRESARIO</u>	L3: cap 3 y cap 4 L1: cap. 5
04-04		04	El proceso emprendedor	Expositor invitado	
09-04	3	05	Evolución del pensamiento administrativo	Exposición de alumnos	L1: cap 2
11-04		06	Evolución del pensamiento administrativo	Exposición de alumnos	L1: cap 2
16-04	4	07	Evolución del pensamiento administrativo Presentación de trabajo de investigación No. 1	<u>ENTREGA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: ENTREVISTA A EMPRESARIO</u>	
18-04		08	Planeamiento estratégico		L1: cap 3
23-04	5	09	Planeamiento estratégico		L1: cap 7
25-04		10	Planeamiento estratégico		L1: cap 8
30-04	6	11	Planeamiento estratégico	<u>PRESENTACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO DE CADA GRUPO ENTREGA DE PRIMER AVANCE DEL TRABAJO FINAL</u>	
02-05		12	Estilos de dirección y control		L1: caps. 16 y 17
07-05	7	13	CONTROL No. 1	Tema: De sesión No. 1 hasta sesión No. 13	
09-05		14	Expositor invitado / película		
14 al 20 de mayo	8		EXAMENES PARCIALES DEL 16 AL 21 DE MAYO		



Fecha	Sem	Sesión	Tema	Actividad	Bibliografía
21-05	9	15	Corrección del Examen Parcial Marketing		
23-05		16	Marketing		
28-05	10	17	Marketing y Negocios Internacionales		L2: cap. 10
30-05		18	Administración de operaciones y Sistemas de información		L1: cap. 18
04-06	11	19	VISITA A EMPRESA / Expositor invitado		
06-06		20	Gestión de personas	<b><u>ENTREGA DE SEGUNDO AVANCE DE TRABAJO FINAL</u></b>	L1: cap. 10
11-06	12	21	La contabilidad y Las Finanzas		L4: cap. 1 L5: cap. 1
13-06		22	La contabilidad y Las Finanzas		
18-06	13	23	<u>CONTROL No. 2</u>	Tema: De sesión 15 a sesión 22	
20-06		24	Expositor invitado / película		
25-06	14	25	Exposición de trabajos	<b><u>ENTREGA DE TRABAJO FINAL</u></b> Grupo No. 1	
27-06		26	Exposición de trabajos	Grupo No. 2 Grupo No. 3	
02-07	15	27	Exposición de trabajos	Grupo No. 4 Grupo No. 5	
04-07		28	Exposición de trabajos	Grupo No. 6 Grupo No. 7	
	16		EXÁMENES FINALES DEL 11 AL 16 DE JULIO		



## LECTURAS OBLIGATORIAS

**L1:** Stephen Robbins y Mary Coutler  
Administración  
Pearson Educación 10ma. Edición. 2010

**L2:** Ricky Griffin y Ronald Ebert  
Negocios  
Prentice Hall 7ma. Edición. 2005

**L3:** Varela, Rodrigo  
Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas.  
Pearson Educación de Colombia. 3era. Edición. 2008

**L4:** Warren, Reeve y Fess  
Contabilidad Financiera  
Thomson. Novena edición 2005.

**L5:** Zvi Bodie y Robert C. Merton  
Finanzas  
Pearson Prentice Hall. Primera edición revisada. 2003.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Nombre del curso: **Sicología**

Código: 58000

Departamento académico: Ciencias Sociales y Políticas

Semestre académico: 2012-1

Secciones: **L - N**

Nombre del docente: **Ricardo Loyola Sheen**

Email: **loyola\_ra@up.edu.pe**

### I. Sumilla

La asignatura es de carácter teórico práctico. Se ubica en el primer ciclo de estudios. Busca que los estudiantes comprendan los principales constructos y procesos psicológicos individuales y sociales. Se incide en el análisis de mecanismos comportamentales que influyen en el proceso de toma de decisiones en los diferentes contextos sociales. El desarrollo teórico por parte del profesor estará acompañado por debates en clase, trabajos colaborativos y análisis de casos; a través de ellos se afianzarán las competencias de responsabilidad, visión integral y trabajo en equipo.

### II. Objetivo del Curso

Al finalizar la asignatura el estudiante habrá logrado una visión integral de los principales constructos y procesos psicológicos a nivel individual y grupal; de esta manera estará en condiciones de identificar y explicar los fenómenos psicológicos asociados a la toma de decisiones.

### III. Competencias que desarrolla

#### a. Generales (*Del Perfil General del Egresado UP*)

Responsabilidad  
Visión Integral  
Trabajo en equipo

#### b. Específicas (*Perfil Egresado de la carrera*)



#### IV. Contenidos

##### Unidad didáctica: Psicología Individual

- Introducción a la Psicología
- Sensación y Percepción
- Aprendizaje
- Inteligencia
- Motivación
- Emoción
- Pensamiento y toma de decisiones
- Personalidad e Identidad
- Agresión / Depresión
- Estrés / Frustración

##### Unidad Didáctica: Psicología Social

- Cognición Social
- Grupos y Comunidades
- Psicología de Masas

#### V. Estrategia Didáctica

Exposiciones teóricas

Planteamiento y dirección de discusiones en clase

Orientación para el análisis de casos

Orientación para los trabajos grupales

#### VI. Actividades de Aprendizaje

Prácticas calificadas

Investigaciones

Exposiciones

Prácticas individuales y grupales



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## VII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
Capacidad de análisis y síntesis	Prácticas calificadas	
Trabajo en equipo Capacidad de análisis y síntesis	Trabajos grupales	
Nota de Trabajo		50%
Capacidad de análisis y síntesis	Parcial	20%
Capacidad de análisis y síntesis	Final	30%
Total		100%

## VIII. Bibliografía

### Obligatoria:

- Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). *Psicología y Vida*. XVII Ed. México: Pearson Educación.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. *Metodología de la Investigación*. II Ed. México: McGraw-Hill.
- Morris, C. y Maisto, A. (2009) *Psicología*. XIII Ed. México: Pearson Educación
- Moral, F. e Igartua, J. (2005). *Psicología Social de la Comunicación. Aspectos teóricos y prácticos*. Archidona: Aljibe.
- Myers, D. (2000). *Psicología Social*. México: McGraw-Hill.
- Papalia, D. y Wendkos, S. (1989). *Psicología*. México: McGraw-Hill.

### Complementaria:

- Baberá, E. y Molero, C. (1996) *Psicología de la Motivación*. Madrid: Síntesis.
- Elliot, A. (2001). Self, Society and Everyday Life. En A. Elliot, *The Concepts of Self*. Cambridge: Polity Press.
- Gardner, H. (2007) Las Cinco Mentes del Futuro, en Harvard Deusto Business Review. Nº 156 pp. 34 – 39, abril.
- Kogan, L. (2010) Sobre los efectos de los medios. Lima: Universidad del Pacífico.
- Ruiz, F (2006). Fortaleciendo el Autoconcepto. El uso de las Formas de Comunicación en Internet. En Revista: *Teoría e Investigación en Psicología*. Lima: Universidad Ricardo Palma.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

IX. Cronograma



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Fecha	Sem	Sesión	Horas	Tema	Actividad	Bibliografía
Mar. 27 /03	1	01	2	Introducción a la Psicología <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición</li> <li>- El Método Científico:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos de investigación</li> <li>▪ Planteamiento de hipótesis</li> </ul> </li> <li>- Campos de aplicación</li> </ul>		Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i> . Capítulo 1: Psicología y Vida. México: Pearson Educación pp. 3-19  Hernández S., Fernández C y Baptista P. (1991) <i>Metodología de la investigación</i> . Capítulo 4: Definición del tipo de investigación a realizar: básicamente exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. México: McGraw – Hill pp. 57 - 71
Jue. 29 /03		02	2	Introducción a la Psicología: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corrientes Psicológicas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cognitiva</li> <li>▪ Conductual</li> <li>▪ Psicodinámica</li> <li>▪ Humanista</li> </ul> </li> </ul>	Análisis Caso Virginia Tech	
Mar. 03/04	2	03	2	Sensación y Percepción:  Etapas del proceso de Percepción: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensación</li> <li>- Organización perceptual:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Procesos de atención</li> <li>▪ leyes de Gestalt</li> <li>▪ Percepción de distancia y profundidad</li> </ul> </li> <li>- Identificación y reconocimiento:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Percepción ascendente</li> <li>▪ Percepción descendente</li> <li>▪ Ambigüedades e ilusiones</li> </ul> </li> </ul>	Publicidades: leyes de la gestalt	Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i> . Capítulo 4: Sensación y Percepción. México: Pearson Educación pp. 93-99, 122-137
Jue. 05/04		04	2	LIBRE		
Mar. 10/04	3	05	2	Aprendizaje:  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición</li> <li>- Condicionamiento clásico</li> <li>- Condicionamiento operante o instrumental:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reforzamientos y castigo</li> <li>▪ Programas de reforzamiento</li> </ul> </li> <li>- Aprendizaje vicario o por observación</li> </ul>		Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i> . Capítulo 6: Aprendizaje y Comportamiento. México: Pearson Educación. pp169-192, 199-201



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Jue. 12/04		06	2	Aprendizaje	Análisis de la película "Tiempos Modernos" de Charles Chaplin	
Mar. 17/04	4	07	2	Inteligencia <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición</li> <li>- Determinantes de la Inteligencia</li> <li>- Teorías de la inteligencia: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sternberg</li> <li>▪ Goleman</li> <li>▪ Gardner</li> </ul> </li> </ul>	Discusión: Video Steve Jobs	Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i> . Capítulo 9: La inteligencia y su evaluación. México: Pearson Educación pp. 290-309  Lectura complementaria: Gardner, H. <i>Las Cinco Mentes del Futuro</i> , en Harvard Deusto Business Review. Nº 156 pp. 34-39, abril 2007
Jue. 19/04		08	2	Inteligencia		
Mar. 24/04	5	09	2	Motivación <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición</li> <li>- Fuentes de motivación</li> <li>- Motivos básicos (A. Maslow)</li> <li>- Motivos sociales</li> </ul>		Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i> . Capítulo 11: Motivación. México: Pearson Educación pp. 363-367, 382-386, 388-389
Jue. 26/04		10	2	Motivación <u>PRÁCTICA CALIFICADA NO. 1</u>		Lectura Complementaria: Baberá, E. & Molero, C. (1996) <i>Psicología de la Motivación</i> . Capítulo 6: Motivación Social. Madrid: Síntesis
Mar. 01/05	6	11	2	LIBRE		
Jue. 03/05		12	2	Emoción <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición</li> <li>- Emociones básicas</li> <li>- Emociones y cultura</li> <li>- Comunicación no verbal de la Emoción</li> <li>- Atracción interpersonal</li> </ul>	Discusión: Video Lie to Me	Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i> . Capítulo 12: Emoción, estrés y salud. México: Pearson Educación. Pp 393-398, 402-406
Mar. 08/05	7	13	2	Pensamiento y toma de decisiones: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos del pensamiento</li> <li>- Toma de decisiones</li> <li>- Sistema 1: Heurísticos y emociones</li> <li>- Sistema 2: Modelo compensatorio</li> </ul>		Lectura: Morris, (2009). <i>Psicología</i> . Capítulo 7: Cognición y Lenguaje. México: Pearson Educación. Pp. 293 - 297



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Jue. 10/05		14	2	<p>Personalidad e Identidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición</li> <li>- Teorías de la personalidad:           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eysenck</li> <li>- Cinco Grandes (Big Five)</li> </ul> </li> <li>- Formación de la Identidad: Erikson</li> <li>- Teorías de la conformación de la identidad: Mead, Goffman, Giddens</li> </ul>		<p>Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i>. Capítulo 13. Comprensión de la personalidad Humana. México: Pearson Educación. Pp. 435-456</p> <p>Lectura complementaria: Ruiz, F (2006). <i>Fortaleciendo el Autoconcepto. El uso de las Formas de Comunicación en Internet</i>, en Teoría e Investigación en Psicología. Lima: Universidad Ricardo Palma</p> <p>Elliot, A. (2001) <u><i>Self, Society and Everyday life</i></u>. En A. Elliot, The Concepts of Self. Cambridge: Polity Press</p>
	8			EXAMENES PARCIALES		
Mar. 22/05	9	15	2	Agresión / Frustración		<p>Lecturas: Myers, D. (2000). <i>Psicología Social</i>. Capítulo 10: Agresión: lastimar a los demás. México: McGraw-Hill.</p>
Jue. 24/05		16	2	Agresión / Frustración	Discusión: Video Bowling for Columbine	
Mar. 29/05	10	17	2	Estrés		<p>Lectura: Papalia, E. Diane &amp; Wendkos Olds S. (1989). <i>Psicología</i>. Capítulo 10: Estrés y Afrontamiento. México: McGraw-Hill.</p>
Jue. 31/05		18	2	Depresión y otros trastornos	Entrega del primer trabajo grupal	
Mar. 5/06	11	19	2	Cognición Social	Trabajo Grupal: Selección de videos a analizar	<p>Lectura: Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). <i>Psicología y Vida</i>. Capítulo 16: Cognición Social y relaciones sociales. México: Pearson Educación. Pp 543-563</p>
Jue. 7/06		20	2	- Obediencia - Conformidad		



Mar. 12/06	12	21	2	Cognición Social - Estereotipos - Discriminación	Discusión: video Disney y los estándares de belleza Análisis de publicidades, reality shows y películas	Lectura complementaria: Moral, F. Igartua, J. (2005). <i>Psicología Social de la Comunicación. Aspectos teóricos y prácticos</i> . Capítulo 3: Actitudes y Estereotipos Sociales en la Comunicación. Málaga: Aljibe.
Jue. 14/06		22	2	<u>PRÁCTICA CALIFICADA NO. 2</u>		
Mar. 19/06	13	23	2	Grupos y comunidades - Influencia Grupal (Facilitación Social) - Ocio social - Desindividualización		Lectura: Myers, D. (2000). <i>Psicología Social</i> . Capítulo 10. La influencia del grupo. México: McGraw-Hill.
Jue. 21/06		24	2	Grupos y comunidades - Polarización de grupo - Pensamiento de grupo - Influencia de la minoría	"Las Maras"	
Mar. 26/06	14	25	2	- Exposición de Trabajos		
Jue. 28/06		26	2	- Exposición de Trabajos		
Mar. 03/07	15	27	2	- Exposición de trabajos		Lectura: Moral, F. Igartua, J. (2005). <i>Psicología Social de la Comunicación. Aspectos teóricos y prácticos</i> . Capítulo 4. Málaga: Aljibe.
Jue. 05/07		28	2	Psicología de masas - Comunicación persuasiva - Modelos que explican la persuasión		Lectura complementaria: Kogan, L. (2010) Sobre los efectos de los medios. Lima: Universidad del Pacífico.
	16			EXÁMENES FINALES		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES**  
**120006 - LENGUAJE II**  
**SECCIONES**  
**A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-K-L-M-N**  
**SEGUNDO SEMESTRE 2012**

**Profesores:**

Cesare Del Mastro Puccio [c.delmastropuccio@up.edu.pe](mailto:c.delmastropuccio@up.edu.pe)  
Elio Velez Marquina ([velez\\_re@up.edu.pe](mailto:velez_re@up.edu.pe))  
Francisco Tumi Guzmán ([pacotumi@yahoo.com](mailto:pacotumi@yahoo.com))  
Giovanna Rosa Pollarolo Giglio ([pollarolo\\_gr@up.edu.pe](mailto:pollarolo_gr@up.edu.pe))  
Jorge Wiesse Rebagliati ([wiesse\\_ir@up.edu.pe](mailto:wiesse_ir@up.edu.pe))  
José Güich Rodríguez ([iguch10@yahoo.es](mailto:iguch10@yahoo.es))  
Luis Vargas Durand ([lvargas@pucp.edu.pe](mailto:lvargas@pucp.edu.pe))  
Martina Vinatea Recoba ([vinatea\\_rm@up.edu.pe](mailto:vinatea_rm@up.edu.pe))  
Úrsula Carrión Caravedo ([ucarrion@pucp.edu.pe](mailto:ucarrion@pucp.edu.pe))

---

**I. Sumilla**

Mediante el curso de Lenguaje II se pretende elevar la competencia lingüística del alumno en la lectura, el análisis y la elaboración de textos escritos y orales. Para ello se insistirá en la comprensión de las estructuras de los textos y en los procedimientos necesarios para su producción.

**II. Objetivo del curso**

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de comprender y elaborar textos orales y escritos congruentes, correctos, ejemplares y apropiados.

**III. Competencias que desarrolla**

**Generales**

Flexibilidad y apertura al cambio, responsabilidad, gestión y productividad, visión integral, trabajo en equipo.

**IV. Contenidos**

Los diversos contenidos del curso son los siguientes:

**Contenidos procedimentales\***

- 1 La lectura. Presupuestos. El conocimiento léxico. Los diccionarios y su uso. Diccionario de la Real Academia: ubicación de vocablos, acepciones. El Diccionario ideológico de Julio Casares. Otros diccionarios.

\* Por tratarse de un curso eminentemente práctico, se enfatizarán las actividades dirigidas a la adquisición de contenidos procedimentales, lo que no excluye la presencia de contenidos conceptuales.



- 2 La lectura. Estrategias: la búsqueda de ideas generales y la búsqueda de información específica.
- 3 La estructura del texto. La organización de la información en el texto. Las referencias y las conexiones lógicas como elementos de unidad. La organización lógica de la información.
- 4 Los esquemas del contenido. La relación entre las ideas generales y las ideas particulares en los diversos tipos de párrafos (analizante, sintetizante, paralelo y encuadrado).
- 5 La redacción académica. Etapas de la redacción: invención, disposición, elocución. La elocución como actividad sujeta a la gramática y la retórica.
- 6 Las relaciones lógicas intratextuales. Generalizaciones y ejemplos. Modos de expresar estas relaciones. Definiciones. Características. Tipos.
- 7 Causas, efectos, comparaciones (semejanzas y diferencias). Modos de expresar estas relaciones.
- 8 Técnicas de composición. La descripción como referencia a la estructura y al funcionamiento de un objeto. Modos de expresar la estructura y la función.
- 9 Descripciones generales. Descripciones de sustancias. Descripciones de procesos. El orden de la información: información conocida e información nueva.
- 10 La narración como localización en el tiempo. Modos de expresar sucesos de diferentes tiempos.
- 11 La argumentación.

*Además de las actividades de lectura y redacción específicas de cada tema, se desarrollarán ejercicios complementarios de corrección lingüística, de puntuación y de estilo.*

### Contenidos actitudinales

- a. La importancia de la redacción controlada.
- b. La utilidad del análisis textual para una buena redacción.
- c. La relevancia del saber elocucional, del saber idiomático y del saber expresivo para la competencia textual.
- d. El desarrollo de la autoestima y el aprecio del valor de ser diferente de otros.
- e. El respeto del otro en su modo de ser diferente.

## V. Actividades de aprendizaje

A lo largo del curso el alumno realizará las siguientes actividades con el propósito de lograr el aprendizaje previsto:

- a. Lectura crítica de textos informativo-argumentativos (científicos, filosóficos, históricos, económicos, administrativos etc.).



- b. Ejercicios de comprensión de textos (esquemas, colocación de títulos, inclusión de conectores, traducción de gráficos a textos etc.).
- c. Ejercicios de composición de textos (resúmenes, elaboración de textos desordenados, creación de textos propios, corrección de textos anteriormente redactados).
- d. Discusión grupal de errores detectados en las redacciones y corrección en conjunto.

## VI. Estrategia Didáctica

Las sesiones de clase se realizarán a partir del material especialmente elaborado para el desarrollo del curso, en el cual se incluyen actividades de lectura crítica y de redacción académica orientada a la labor profesional. Se comentarán críticamente las lecturas e intervenciones orales.

## VII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
Habilidades para comprender y producir textos de carácter informativo-argumentativo (congruencia, corrección, ejemplaridad, propiedad).	Examen parcial	30%
	Examen final	35%
	Trabajos prácticos (4)	35%

Observación importante: Solo por razones excepcionales el alumno podrá regarse de **un** trabajo práctico, el trabajo práctico que no rindió el alumno (rezagado) se tomará el último lunes de clases de 2012 II, por la mañana.

## VIII. Calendario

SEMANA	FECHAS	CONTENIDOS
1 <sup>a</sup> Semana	<b>AGOSTO</b>	
	Martes 21	Presentación
	Jueves 23	La lectura I / Ejercicios complementarios N°1
2 <sup>a</sup> Semana	Martes 28	La lectura II
	Jueves 30	<b>FERIADO</b>
3 <sup>a</sup> Semana	<b>SEPTIEMBRE</b>	
	Martes 4	Esquema y resumen I
	Jueves 6	Esquema y resumen II



4 <sup>a</sup> Semana	Martes 11	<b>I trabajo práctico</b> (esquema y resumen)
	Jueves 13	Esquemas de contenido
5 <sup>a</sup> Semana	Martes 18	Revisión I trabajo práctico / Ejercicios complementarios N°2
	Jueves 20	Etapas del proceso de redacción
6 <sup>a</sup> Semana	Martes 25	Etapas del proceso de redacción
	Jueves 27	<b>II trabajo práctico</b> (etapas del proceso de redacción)
7 <sup>a</sup> Semana	<b>OCTUBRE</b>	
	Martes 2	Generalizaciones y ejemplos / Ejercicios complementarios N°3
	Jueves 4	Revisión II trabajo práctico
8 <sup>a</sup> Semana		<b>EXAMEN PARCIAL</b>
9 <sup>a</sup> Semana	Martes 16	Revisión del examen parcial
	Jueves 18	Definiciones / Causas y efectos
10 <sup>a</sup> Semana	Martes 23	Comparaciones / Ejercicios complementarios N° 4
	Jueves 25	Descripción I
11 <sup>a</sup> Semana	Martes 30	Descripción II
	<b>NOVIEMBRE</b>	
	Jueves 1	<b>FERIADO</b>
12 <sup>a</sup> Semana	Martes 6	<b>III trabajo práctico</b>
	Jueves 8	Narración I / Ejercicios complementarios N°5
13 <sup>a</sup> Semana	Martes 13	Narración II / Revisión III trabajo práctico
	Jueves 15	Argumentación I
14 <sup>a</sup> Semana	Martes 20	Argumentación II
	Jueves 22	<b>IV trabajo práctico</b> (Argumentación)



15 <sup>a</sup> Semana	Martes 27	Repaso
	Jueves 29	Revisión IV trabajo práctico
16 <sup>a</sup> Semana	Martes 6	<b>EXAMEN FINAL</b>

## IX. Bibliografía

### Obligatoria:

1. Bravo, Ana y Javier Adúriz. *El ensayo o la seducción de lo discutible*. Buenos Aires: Kapelusz (Biblioteca del Polimodal).
2. Cassany, Daniel. *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama.
3. Durante, Vicente José. *No sí estoy de acuerdo. Claves de la argumentación*. Buenos Aires: Kapelusz (Biblioteca del Polimodal).
4. Fish, Stanley. *How to Write a Sentence. And How to Read One*. New York: Harper Collins.
5. Gatti Murriel, Carlos y Jorge Wiesse Rebagliati. *Elementos de gramática española*. Lima: Universidad del Pacífico (Apuntes de Estudio, 6).
6. \_\_\_\_\_ *Técnicas de lectura y redacción*. Lima: Universidad del Pacífico (Apuntes de Estudio, 7)
7. Minto, Barbara. *The Pyramid Principle. Logic in Writing and Thinking*. London-New York: Pearson Education (Financial Times-Prentice Hall).
8. Vélez Marquina, Elio. "La retórica en el siglo XXI" En: *Saberes compartidos* (Universidad del Pacífico) [www.saberescompartidos.pe](http://www.saberescompartidos.pe).
9. Wiesse Rebagliati, Jorge. *La enseñanza de la lengua. Perspectivas y actitudes*. Suplemento de la revista *Riesgo de educar*. Año 1, N° 2 (mayo, 2009). Lima: Universidad Católica Sedes Sapientiae.
10. \_\_\_\_\_ "Leer mejor" En: *Saberes compartidos* (Universidad del Pacífico) [www.saberescompartidos.pe](http://www.saberescompartidos.pe).

### De referencia:

1. Arroyo, Carlos y Francisco José Garrido. *Libro de estilo universitario*. Madrid: Acento.
2. Ávila, Fernando. *Español correcto para dummies*. Bogotá: Norma.
3. Bosque, Ignacio y Violeta Demonte (eds.) *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe.(Real Academia Española, Colección Nebrija y Bello)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

4. Carneiro Figueroa, Miguel. *Manual de redacción superior*. Lima: San Marcos.
5. Casares, Julio. *Diccionario ideológico de la lengua española*. Barcelona: Gustavo Gili.
6. Centro de Estudios Garrigues. *Libro de estilo Garrigues*. Navarra: Thomson-Aranzadi.
7. Coiné. Boletín informativo de temas lingüísticos. Lima: Departamento de Humanidades de la Universidad del Pacífico (a partir de julio de 1998). [www1.up.edu.pe/coine](http://www1.up.edu.pe/coine)
8. Corominas, Joan. *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.
9. Cuadernos Cervantes. [www.cuadernoscervantes.com](http://www.cuadernoscervantes.com)
10. Cuervo, Rufino J. *Diccionario de construcción y régimen de la lengua castellana* Vol. I-IV. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.
11. EFE. *Manual de español urgente*. Madrid: Agencia EFE.
12. El País. *Libro de estilo*. Madrid: El País.
13. Instituto Cervantes. *Saber escribir*. Madrid: Aguilar.
14. Instituto Cervantes. *Saber hablar*. Madrid: Aguilar.
15. Instituto Cervantes. [www.cervantes.es](http://www.cervantes.es)
16. Lázaro Carreter, Fernando. *Curso de lengua española*. Madrid: Anaya.
17. Martín Vivaldi, Gonzalo. *Curso de redacción*. Madrid: Paraninfo.
18. Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es)
19. Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe (22a. edición).
20. Real Academia Española. *Diccionario panhispánico de dudas*. Madrid: Santillana.
21. Real Academia Española – Asociación de Academias de la Lengua Española. *Nueva gramática de la lengua española. Manual*. Madrid: Espasa.
22. Real Academia Española – Asociación de Academias de la Lengua Española. *Ortografía de la lengua española*. Madrid: Espasa.
23. Sainz de Robles, Federico. *Ensayo de un diccionario español de sinónimos y antónimos*. Madrid: Aguilar.
24. Seco, Manuel. *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*. Madrid: Aguilar.





**Nombre del curso:** Filosofía

**Código:** 29007

**Departamento académico:** Humanidades

**Semestre académico:** 2012-II

**Sección:** J

**Nombre del docente:** Romina Yalonetzky

**e-mail:** [yalonetzky\\_rp@up.edu.pe](mailto:yalonetzky_rp@up.edu.pe)

**Oficina:** E507

## I. Sumilla

El curso ofrece una introducción a la filosofía, como actividad reflexiva y como disciplina. Recorre los períodos filosóficos y profundiza en algunos de los grandes problemas trabajados por la filosofía. La asignatura tiene también un carácter biográfico pues presenta a varios de los autores de la tradición filosófica. En relación con los grandes cuestionamientos, la lectura que se propone es sistemática pues se abordan asuntos relativos a la ciencia, la moral y la reflexión estética. El objetivo principal del curso es brindar a los alumnos una visión general de los debates filosóficos y explicar su relevancia para una mayor comprensión de la cultura contemporánea. En este sentido señalaremos la intención filosófica de buscar una visión coherente del mundo. Se busca además sentar algunas de las bases para la investigación ética y moral.

## II. Resultados del Curso

- Reflexionar con coherencia sobre las preguntas fundamentales de la existencia personal y social.
- Aplicar el pensamiento crítico en la lectura y en la comunicación de ideas.
- Saber reconocer el estilo del pensamiento filosófico.
- Conocer algunos de los autores más importantes de la historia de la filosofía.
- Ejercitarse la capacidad analítica en la evaluación de hipótesis.
- Saber contextualizar los puntos de vista.
- Interpretar filosóficamente las posiciones conceptuales.

## III. Competencias que desarrolla

### a. Generales

- Responsabilidad
- Visión integral
- Gestión y productividad
- Flexibilidad y apertura al cambio



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



b. Específicas

- Reflexión crítica
- Capacidad de abstracción
- Empatía

**IV. Contenidos**

Introducción

- El valor y los usos de la filosofía en el mundo occidental
- El asombro y el nacimiento de la filosofía
- Las preguntas fundamentales
- División de los períodos históricos para el estudio de la filosofía. Los paradigmas
- La vigencia y relevancia de la filosofía (dentro y fuera del mundo académico)

Breve historia de la filosofía

- Los presocráticos
- Sócrates y su Apología
- Platón y Aristóteles
- La Edad Media
- La Modernidad. Racionalismo y empirismo
- La filosofía contemporánea

Ejercicios filosóficos

- La pregunta por la ciudad justa y el gobernante adecuado - Platón
- La pregunta por el bien supremo y la virtud – Aristóteles
- El problema de la existencia de Dios – Anselmo de Canterbury
- El problema del fundamento del conocimiento – Descartes
- La pregunta por el mejor orden político – Spinoza
- El problema del Otro (la Otra) – S. de Beauvoir
- El problema de la ciencia interpretada - Kuhn



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## V. Estrategia Didáctica

- Presentación paulatina de la complejidad sistemática del programa, para facilitar su comprensión.
- Exposición ordenada en clase de los contenidos del curso con la ayuda de series de esquemas.
- Empleo de algunas horas de clase para el comentario de textos previamente leídos por los alumnos.

## VI. Actividades de Aprendizaje

- Lectura y comentario de textos filosóficos relativos a las unidades didácticas, con la finalidad de estimular la reflexión y complementar la exposición en clase.
- Formulación de preguntas sobre los temas desarrollados en el curso y sobre los textos sugeridos para la lectura.
- Reflexión permanente para detectar la relevancia de la filosofía en el trabajo académico, en la actividad profesional y en la vida personal.
- Participación en grupos de trabajo con el propósito de exponer y sustentar en clase los temas del curso.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## VII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
Originalidad, rigurosidad, presentación adecuada.	Exposición grupal	15%
Cumplimiento de pautas formales para la presentación de trabajos; análisis y comprensión.	Trabajo final individual	15%
Capacidad de diálogo, curiosidad, atención y asistencia.	Participación en clase; entregables	10%
Comprendión, coherencia discursiva.	Examen Parcial	20%
Comprendión, coherencia discursiva, asociación de ideas, originalidad.	Examen Final	40%

## VIII. Bibliografía

Obligatoria:

Anselmo de Canterbury. *Obras Completas [Proslogion]*. Madrid: BAC, 1952.

Aristóteles. *Ética a Nicómaco*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1985.

Beauvoir, S. de. *El segundo sexo*. Buenos Aires: Sudamericana, 1999.

Descartes. *Meditaciones metafísicas*. Madrid: Alfaguara, 1977.

Kuhn, T. *La estructura de las revoluciones científicas*. México: FCE, 1971.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



Platón. *República*. Madrid: Gredos, 1990.

Platón. *Apología de Sócrates*. Buenos Aires: Eudeba, 2006.

Spinoza, B. *Tratado político-teológico*. Madrid: Alianza Editorial, 1986.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



Complementaria:

- Abbagnano, Nicolás, *Historia de la filosofía*, Barcelona: Montaner y Simón, 1964.
- Belaval, Ivon (ed.), *Historia de la filosofía Siglo XXI*, México: Siglo Veintiuno, 1982, 11 tomos.
- Brehier, Emile, *Historia de la filosofía*, Buenos Aires: Sudamericana, 1962, 2 tomos.
- Capelle, Wilhelm, *Historia de la filosofía griega*, Madrid: Gredos, 1981.
- Copleston, Frederick, *Historia de la filosofía*, Barcelona: Ariel, 1981, 9 tomos.
- Durant, Will, *Historia de la filosofía*, Santiago de Chile: Letras, 1937.
- Fraile, Guillermo, *Historia de la filosofía*, Madrid: La Editorial Católica, 1975, 6 tomos.
- Gadamer, Hans-Georg, *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme, 1977.
- Gilson, Etienne, *Historia de la filosofía*, Buenos Aires: Emecé, 1967, 4 tomos.
- Giusti, M. y P. Patrón (eds.) *El futuro de las humanidades. Las humanidades del futuro*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2010.
- Guthrie, William K.Ch., *Historia de la filosofía griega*, Madrid: Gredos, 1991, 6 tomos.
- Hadot, Pierre, *¿Qué es la filosofía antigua?* México: F.C.E., 1998.
- Hegel, G.W.F. *Lecciones sobre la historia de la filosofía*. México: F.C.E., 1955.
- Hirschberger, Johannes, *Historia de la filosofía*, Barcelona: Herder, 1981, 2 tomos.
- Hobbes, Thomas. *Leviatán, o la materia, forma y poder de una república eclesiástica y civil*. México: F.C.E., 1984.
- Hume, David. *Investigación sobre el entendimiento humano*. Buenos Aires: Losada, 1945
- Kant, Immanuel. *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1946.
- MacIntyre, Alasdair, *Tras la virtud*, Barcelona: Crítica, 1987.
- Magee, Bryan (ed.). *Los hombres detrás de las ideas: algunos creadores de la filosofía contemporánea*. México: F.C.E., 1982.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



- Martínez Marzoa, Felipe, *Historia de la Filosofía*. Madrid: Istmo, 2000.
- Melling, David. *Introducción a Platón*. Madrid: Alianza, 1991.
- Popper, Karl Raimund, *La lógica de la investigación científica*, Madrid: Tecnos, 1980.
- Rawls, John, *Teoría de la justicia*, México: FCE, 1979.
- Reale, Giovanni. *Introducción a Aristóteles*. Barcelona: Herder, 1992.
- Reale, Giovanni y Dario Antiseri, *Historia del pensamiento filosófico y científico*. Barcelona: Herder, 1988.
- Rorty, Richard. *La filosofía y el espejo de la naturaleza*. Madrid: Cátedra, 1995.
- Rorty, Richard; Jerome Schneewind y Quentin Skinner (eds.). *La filosofía en la historia*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Taylor, Charles, *El multiculturalismo y la política del reconocimiento*, México: FCE, 1993.
- Walzer, Michael, *Las esferas de la justicia*, México: FCE, 1997.
- Wittgenstein, Ludwig. *Investigaciones filosóficas*. Barcelona: Crítica, 1988.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## IX. Cronograma

SEMANA	FECHAS	UNIDADES DIDÁCTICAS Y CONTENIDOS	ACTIVIDADES	MATERIALES	ENTREGABLES EN CLASE
1-3		Introducción	Lectura guiada Discusión en clase	Patrón, P. "La humanidad y el <i>sensus communis</i> ".	
		Introducción	Discusión de lecturas	Reale "Génesis, naturaleza y desarrollo de la filosofía antigua" Platón. <i>Apología a Sócrates</i> .	
4-7		Breve historia de la filosofía	Lectura guiada Exposiciones Discusión grupal	Aristóteles. <i>Ética a Nicómaco</i> .	
8-11		Ejercicios filosóficos	Lectura guiada Exposiciones Discusión grupal	Descartes. <i>Meditaciones metafísicas</i> . Spinoza. <i>Tratado teológico-político</i>	
12-15		Ejercicios filosóficos	Discusión grupal	Beauvoir, S. de. <i>El segundo sexo</i> . Kuhn. <i>La estructura de las revoluciones científicas</i> .	



Nombre del curso: Economía General I

Código: 132641

Departamento académico: Economía

Semestre académico: 2012-2

Sección: Todas las secciones

Nombre de los docentes y correo electrónico:

Karlos La Serna (A-B)

[LaSerna\\_k@up.edu.pe](mailto:LaSerna_k@up.edu.pe)

Carlos Parodi (C-D)

[Parodi\\_caj@up.edu.pe](mailto:Parodi_caj@up.edu.pe)

Matthew Bird (E)

[Bird\\_md@up.edu.pe](mailto:Bird_md@up.edu.pe)

Rosario Gómez (F)

[gomez\\_zr@up.edu.pe](mailto:gomez_zr@up.edu.pe)

Carrillo Camilo (G)

[Carrillo\\_cn@up.edu.pe](mailto:Carrillo_cn@up.edu.pe)

Fátima Ponce (H)

[Ponce\\_mf@up.edu.pe](mailto:Ponce_mf@up.edu.pe)

Francisco Grippa (I-J)

[francisco.grippa@gmail.com](mailto:francisco.grippa@gmail.com)

Gisella Aragón (K y L)

[aragon\\_gs@up.edu.pe](mailto:aragon_gs@up.edu.pe)

José Petit (M)

[josepetit20@gmail.com](mailto:josepetit20@gmail.com)

## I. Sumilla

Economía General I es una asignatura introductoria cuyos contenidos se concentran en los fundamentos de la microeconomía; es decir, en las leyes o principios que, según la ciencia económica, rigen el funcionamiento de los mercados y las decisiones que, para satisfacer sus necesidades, asumen los agentes económicos: los individuos, las familias, las empresas, los gobiernos, etc. De este modo, el aprendizaje de los contenidos de este curso, que son principalmente conceptuales y procedimentales, requiere de capacidad de abstracción y de una base matemática mínima: aritmética, álgebra y geometría analítica básica.

## II. Objetivo del Curso

Al término del curso el alumno podrá entender el proceso de toma de decisiones de los individuos, empresas y gobierno así como explicar el funcionamiento de los mercados de bienes y servicios sobre la base de las herramientas básicas del análisis económico. En ese sentido, los objetivos específicos son:

- Desarrollar la capacidad de analizar problemas concretos de asignación de recursos, utilizando categorías y conceptos económicos.
- Desarrollar la capacidad de representar e interpretar conceptos utilizando las herramientas básicas de la economía.



### III. Competencias que desarrolla

#### a. Generales

Las actividades desarrolladas a lo largo de la asignatura contribuyen al desarrollo de diversas competencias del egresado de la Universidad del Pacífico:

- Base académica sólida y actualizada en su carrera.
- Aplicación pertinente y oportuna de los conocimientos adquiridos.
- Toma de decisiones y resolución de problemas.
- Comunicación efectiva (escrita)
- Análisis y síntesis.
- Pensamiento inductivo y deductivo.
- Pensamiento causal.
- Capacidad para analizar y evaluar situaciones considerando causas, riesgos, oportunidades y consecuencias.
- Actitud crítica, cuestionadora y orientada a la excelencia.

#### b. Específicas

- Ser capaz de analizar problemas concretos de asignación de recursos, utilizando categorías y conceptos económicos.
- Ser capaz de representar e interpretar conceptos utilizando las herramientas básicas de la economía.

### IV. Contenidos

#### Sección 1

Introducción General (GM: Cap. 1 y 2, MP: Cap. 1)

- 1.1. Concepto de Economía. Definición y ámbito de la Economía.
- 1.2. Conceptos básicos: escasez y elección. El criterio de racionalidad
- 1.3. El análisis costo-beneficio. El costo de oportunidad.
- 1.4. El mercado y los agentes económicos.
- 1.5. Las dimensiones de la Economía: microeconomía y macroeconomía.
- 1.6. Economía positiva *versus* normativa.
- 1.7. ¿Cómo piensa un economista?

#### Sección 2

La oferta y la demanda

##### 2.1 La demanda (GM: Cap. 4 y MP: Cap. 3)

- 2.1.1 La demanda: definiciones de demanda y cantidad demandada.
- 2.1.2 La ley de la demanda.
- 2.1.3 Los factores que determinan la demanda: el precio de los bienes relacionados (sustitutos y complementarios), el nivel de ingreso o renta, la población, las preferencias, etc.
- 2.1.4 Movimiento a lo largo de la curva de demanda.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- 2.1.5 Desplazamientos de la curva de demanda.
- 2.1.6 La demanda individual versus la demanda de mercado.
- 2.2 La oferta (**GM: Cap. 4 y MP: Cap. 3**)
  - 2.2.1 La oferta: definiciones de oferta y cantidad ofertada.
  - 2.2.2 La ley de la oferta.
  - 2.2.3 Los factores que determinan la oferta: el precio del bien, el precio de los factores de producción, la tecnología, etc.
  - 2.2.4 Movimientos a lo largo de la curva de oferta.
  - 2.2.5 Desplazamiento de la curva de oferta.
  - 2.2.6 La oferta individual versus la oferta de mercado.
- 2.3 El equilibrio de mercado(**GM: Cap. 4 y MP: Cap. 3**)
  - 2.3.1 Cambios en precios y en cantidades.
- 2.4 Elasticidades (**GM: Cap. 5 y MP: Cap. 4**)
  - 2.4.1 Elasticidades de la demanda: precio, ingreso, cruzada. Medición de la elasticidad precio: arco y punto. Clasificación de los bienes según las elasticidades.
  - 2.4.2 Elasticidad de la oferta
- 2.5 Excedente del Consumidor, Excedente del producto y la Eficiencia del Mercado (**GM: Cap. 7 y MP: Cap. 5**)
- 2.6 Intervención del Estado: impuestos, precio máximo, precio mínimo, subsidios, aranceles. (**GM: Cap. 6 y 8 y MP: Cap. 6**)

### Sección 3

Teoría de la elección del consumidor (**GM: Cap. 21 y MP: Cap. 7 y 8**)

- 3.1 Supuestos relacionados con las preferencias del consumidor.
- 3.2 La utilidad.
  - 3.2.1 Utilidad cardinal y ordinal, utilidad marginal y total.
  - 3.2.2 La ley de la utilidad marginal decreciente.
  - 3.2.3 Las curvas de indiferencia: definición y características de las típicas.
  - 3.2.4 La Tasa Marginal de Sustitución (TMgS).
  - 3.2.5 Casos Atípicos. Los bienes sustitutos perfectos, los complementarios perfectos, etc.
- 3.3 La restricción presupuestaria.
- 3.4 La maximización de la utilidad. Casos típicos y atípicos.
- 3.5 Demanda individual. El ingreso nominal versus el ingreso real.
- 3.6 Variaciones de los precios: curva precio-consumo y obtención de la curva de demanda.

### Sección 4

La empresa y la teoría de la producción (**MP: Cap. 9 y cap. 10: primera parte**)

- 4.1 La función de producción: definición.
- 4.2 Producción con un solo factor variable: producto total, producto medio y producto marginal. Etapas de la Producción.
- 4.3 Producción con dos factores variables.
- 4.4 Las isocuantas e isocostos. Minimización de Costos. Isocuantas típicas y atípicas.
- 4.5 Los rendimientos a escala.



## Sección 5

Los costos de la empresa. (GM: Cap. 13 y MP: Cap. 10)

- 5.1 Los costos de producción: Definición.
- 5.2 La medición de costos. Beneficios contables versus beneficios económicos o extraordinarios.
- 5.3 Los costos a corto plazo: costo fijo, costo variable, costo total, costo medio, costo marginal, costo variable medio y costo fijo medio.
- 5.4 Los costos a largo plazo. La envolvente.
- 5.5 Relación entre los costos a largo plazo y los rendimientos a escala.

## Sección 6

Principales estructuras de mercado

- 6.1 La competencia perfecta (GM: Cap. 14 y MP: Cap. 11)
  - 6.1.1 Supuestos.
  - 6.1.2 Ingresos de la empresa y maximización de beneficios.
  - 6.1.3 Cierre de la empresa.
  - 6.1.4 La curva de oferta a corto plazo.
  - 6.1.5 La curva de oferta a largo plazo: entrada y salida de empresas, cambios en la demanda y en la oferta.
- 6.2 El monopolio (GM: Cap. 15 y MP: Cap. 12)
  - 6.2.1 Supuestos y características.
  - 6.2.2 El ingreso total, el ingreso medio y el ingreso marginal.
  - 6.2.3 Maximización de beneficios.
  - 6.2.4 Los beneficios del monopolista.
  - 6.2.5 El costo del monopolio desde el punto de vista del bienestar
- 6.3 Discriminación de precios (GM: 15)
  - 6.3.1 Definición. Las condiciones para que se produzca una discriminación de precios.
  - 6.3.2 Grados de discriminación de precios
- 6.4 Otras Estructuras de Mercado
  - 6.4.1 El Oligopolio. El Dilema del Prisionero. (GM: Cap. 17 y MP: Cap.13)
  - 6.4.2 La Competencia Monopolística. La Determinación del Precio. (GM: Cap. 16 y MP: Cap. 13)

## Sección 7: Fallas del Mercado

- 7.1 Externalidades. Soluciones Privadas y Políticas Públicas. (GM: cap. 10 y MP: Cap. 15)
- 7.2 Bienes Públicos. El problema del Free Rider. (GM: Cap. 11 y MP: Cap. 16)

**GM = Mankiw Gregory (2009), *Principios de Economía*, Quinta Edición, Thomson.**

**MP = Parkin Michael (2008), *Economía*, Octava Edición, Editorial Pearson.**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## V. Estrategia Didáctica

Tú estás aquí porque quieres una educación. La educación no se imparte simplemente, tú participas del proceso educativo y ganas conocimientos. Tendrás éxito en este curso si vienes a clase preparado para aprender y para involucrarte en el proceso de aprendizaje.

Ambos tenemos roles en el proceso de aprendizaje. Para facilitar esta relación profesional, ambos deberemos cumplir los compromisos que se anuncian a continuación:

### Mis compromisos como profesor

1. Preparar un ambiente de aprendizaje para cada clase.
2. Empezar y terminar las clases a tiempo y hacer una pausa cuando sea necesario.
3. Solicitar y alentar la participación activa en vez del aprendizaje pasivo.
4. Brindar oportunidades para aprender nuevas ideas, conceptos y prácticas.
5. Brindar oportunidades para aplicar los nuevos conocimientos.
6. Vincular el material del curso a los eventos actuales y a ejemplos reales.
7. Estar disponible para consultas y discusión fuera del área de clase.
8. Proveer instrucciones suficientes para el desarrollo de las tareas.
9. Proveer retroalimentación a tiempo en lo referido a la elaboración de los trabajos y exámenes.
10. Facilitar la conformación de grupos de trabajo.

### Tus compromisos como alumno

1. Ir a clases preparados para aprender y participar.
2. Atender la totalidad de la clase. Salidas antes de su finalización solamente se producirán en caso de emergencias y con previa notificación.
3. Participar constructivamente, presentando ideas y ejemplos, y criticando alturadamente las ideas y ejemplos de otros.
4. Buscar aprender todo lo posible, buscando clarificación y efectuando preguntas.
5. Pensar acerca de cómo aplicar los nuevos conocimientos a los ejemplos dados en clase.
6. Hacer un esfuerzo por estar al tanto de lo que está sucediendo en las áreas de tu interés vinculadas a tu profesión y compartir esta información en clase.
7. Buscar asistencia cuando esta sea necesaria, de manera cortes y honesta.
8. Seguir estas instrucciones.
9. Presentar las asignaciones a tiempo.
10. Reportar cualquier problema oportunamente, de tal manera que este pueda ser absuelto oportunamente.

## VI. Evaluación

Examen Parcial : 30%

Examen Final : 30%

Cuatro Prácticas Calificadas: 40%

1. Cualquier inasistencia al examen parcial deberá ser justificada por Servicios Académicos, mientras que la inasistencia a cualquier práctica calificada deberá ser aprobada por el profesor del curso. En ambos casos deberá presentar un certificado médico hasta tres días después de la evaluación como máximo. Cualquier otro motivo requerirá la autorización



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

del Decano de la Facultad. Solo en esos casos procederá lo siguiente: se tomará una evaluación el jueves 29 de noviembre (de 13:30 pm a 15:30 pm), que incluirá todo lo visto desde el inicio del curso. Aquellos que no tengan la aprobación de Servicios Académicos (examen parcial) o del profesor (prácticas calificadas) no podrán rendir la prueba y recibirán la nota de cero en la evaluación correspondiente.

2. Los alumnos deberán dividirse en grupos de 5 estudiantes, seleccionar un mercado de la vida real y realizar un trabajo grupal. Véase la Guía para el Trabajo.
3. El trabajo grupal deberá ser entregado el primer día de clases de la semana que comienza el 01 de octubre. Su evaluación equivaldrá a 5 puntos de la Práctica Calificada 2 (PC2) que será el jueves 4 de octubre. Como consecuencia, la PC2 será sobre 15 puntos.
4. El promedio de prácticas se obtiene de las cuatro prácticas calificadas. **NINGUNA PRÁCTICA CALIFICADA SE ANULA.**
5. Todos los feriados se recuperan. Este ciclo tenemos los siguientes: Jueves 30 de agosto, lunes 15 de octubre (no habrá clases por parciales del feriado del lunes 08 de octubre) y jueves 01 de noviembre. Las recuperaciones se coordinarán con el profesor del curso o con el Encargado de Prácticas según sea el caso.

## VII. Bibliografía

Obligatoria:

Mankiw, Gregory (2009). *Principios de economía*. Quinta Edición, Thomson,

Parkin, Michael (2008). *Economía*. Octava Edición, Pearson-Addison Wesley.

**NOTA:** Serán obligatorias las lecturas del libro de Mankiw indicadas en el cronograma detallado, salvo en la sección 4, en la que la lectura obligatoria será Parkin (cap. 9 y la primera parte del cap.10).

Complementaria:

Becker, Gary (1977). *Teoría económica*. México: Fondo de Cultura Económica. pp. 277.

Frank, Robert (2001). *Microeconomía y Conducta*. McGraw Hill.

Kafka, Folke (1981). *Teoría económica*. Lima: CIUP. pp. 800.

Maddala, G.S. y Ellen Millar (1991). *Microeconomía*. México: McGraw Hill. pp. 617.

Miller, Roger, Daniel Benjamin y Douglas North (1996). *The economics of public issues*. Nueva York: Harper Collins College Publishers. 10ma edición.

Mochón, Francisco (1990). *Economía. Teoría y práctica*. Madrid: McGraw Hill-Interamericana de España. pp. 418.

Nicholson, Walter (2001). *Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones*. Bogotá: McGraw Hill. pp. 615.



Pashigian, B. Peter (1996). *Teoría de los precios y aplicaciones*. Madrid: McGraw Hill. pp. 780.

Pindyck, Robert (2001). *Microeconomía*. Madrid: Pearson. pp.760.

Samuelson, Paul y William Nordhaus (1996). *Economía*. Madrid: McGraw Hill. pp. 808.

### VIII. Cronograma

<b>Semana</b>	<b>Fecha de inicio de semana</b>	<b>Actividades</b>	<b>Prácticas</b>	<b>Bibliografía</b>
1	20-08	Sección 1	Práctica dirigida	M: Capítulos 1 y 2 P: Capítulos 1
2	27-08	Sección 2	Práctica dirigida	M: Capítulo 4 P: Capítulos 3 y 4
3	03-09	Sección 2	Práctica dirigida	M: Capítulo 5 P: Capítulos 4 y 5
4	10-09	Sección 2	<b>Práctica calificada 1</b>	M: Capítulo 6,7 y 8 P: Capítulos 5 y 6
5	17-09	Sección 3	Práctica dirigida	M: Capítulo 21 P: Capítulo 7
6	24-09	Sección 3	Práctica dirigida	M: Capítulo 21 P: Capítulo 8
7	01-10	Sección 3.	<b>Práctica calificada 2</b>	M: Capítulo 21 P: Capítulo 8, 17
<b>8</b>	<b>09-10</b>	<b>Examen parcial</b>		
9	15-10	Sección 4	Práctica dirigida	Nicholson: Capítulo 5 Pindyck: Capítulo 6 P: Capítulo 9 y 10 (primera parte)
10	22-10	Sección 4	Práctica dirigida	Nicholson: Capítulo 5 Pindyck: Capítulo 6 P: Capítulo 9 y 10 (primera parte) M: Cap. 13
11	29-10	Sección 5		Pindyck: Capítulo 7 Nicholson: Capítulo 6 M: Capítulo 13 P: Capítulo 10
12	05-11	Sección 5	<b>Práctica calificada 3</b>	Pindyck: Capítulo 7 Nicholson: Capítulo 6 M: Capítulo 13 y 14 P: Capítulo 10



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

13	12-11	Sección 6	Práctica Dirigida	M: Capítulo 14 y 15 P: Capítulo 11
14	19-11	Sección 6	<b>Práctica calificada 4</b>	M: Capítulos 16 y 17 P: Capítulo 12, 13
15	26-11	Sección 7	Práctica dirigida	M: Capítulo 10, 11 P: Capítulo 15, 16.
<b>16</b>	<b>03-12</b>	<b>Examen final</b>		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Nombre del curso: Contabilidad Financiera I  
Código: 166097  
Departamento académico: Departamento Académico de Contabilidad  
Semestre académico: 2012-II  
Sección: A-B-D-F-G-I-K-M-N-O-P-Q-R  
Nombre del o los docente(s): Martha Chávez Passano (O)  
[Chavez\\_MA@up.edu.pe](mailto:Chavez_MA@up.edu.pe)  
Ricardo del Águila Traverso (N)  
[delaguila\\_ra@up.edu.pe](mailto:delaguila_ra@up.edu.pe)  
Norberto Hosaka Oshiro (A-F-Q)  
[Hosaka\\_NM@up.edu.pe](mailto:Hosaka_NM@up.edu.pe)  
Miguel Hatada Endo (I)  
[hatada\\_met@up.edu.pe](mailto:hatada_met@up.edu.pe)  
**María Isabel Quevedo Alejos (D-M-P)**  
[quevedo\\_mia@up.edu.pe](mailto:quevedo_mia@up.edu.pe)  
Horacio Quiñones (R )  
[quinones\\_h@up.edu.pe](mailto:quinones_h@up.edu.pe)  
Pedro Ruiz Hurtado (B-G)  
[ruiz\\_pc@up.edu.pe](mailto:ruiz_pc@up.edu.pe)  
César Ruiz Palomino (K)  
[ruiz\\_c@up.edu.pe](mailto:ruiz_c@up.edu.pe)

## I. Sumilla

Este curso permitirá al alumno elaborar Estados Financieros de una empresa comercial, industrial y de servicios proporcionando los conocimientos básicos como el lenguaje contable, los Estados Financieros, el ciclo contable, los Sistemas contables Mecanizados, Plan de Cuentas así como los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, las Normas de Contabilidad (NICs) y las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS)

## II. Objetivo del Curso

A partir del marco teórico contable del curso, los participantes estarán en la capacidad de poder identificar y analizar la información contable financiera relevante para la planificación, control y toma de decisiones de las organizaciones. Asimismo, podrá enfrentar mediante un manejo integral y analítico situaciones complejas en el área financiera.

## III. Competencias que desarrolla

Trabajo en equipo: mediante la ejecución de la estrategia didáctica propuesta, los participantes deben ser capaz de comunicarse en forma efectiva y asertiva, administrar los recursos disponibles para lograr los resultados esperados mediante una actitud cooperadora y propositiva, abierta al diálogo y respetuosa de la diversidad de pensamiento.



Visión Integral: el participante debe ser capaz de tener un pensamiento sistémico, de análisis y síntesis con una actitud crítica y cuestionadora.

#### IV. Contenidos

##### **1. Unidad didáctica: El lenguaje contable como lenguaje de los negocios.**

*Contenidos Conceptuales:*

- Contabilidad: concepto y rol dentro de una empresa.
- Estados Financieros: concepto.

##### **2. Unidad didáctica: Los Estados Financieros.**

*Contenidos Conceptuales:*

- El Ciclo Contable.
- Efectos de las transacciones comerciales sobre la ecuación contable y los Estados Financieros.

*Contenidos Procedimentales:*

- Elaborar el Estado de Situación Financiera (Balance General) y definir su contenido.
- Elaborar el Estado de Resultados Integrales (Estado de Ganancias y Pérdidas) y definir su contenido.
- Elaborar el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto y definir su contenido.
- Elaborar el Estado de Flujo de Efectivo y definir su contenido.

##### **3. Unidad didáctica: El Ciclo Contable.**

*Contenidos Conceptuales:*

- Definir y utilizar los principales términos contables: la cuenta, el mayor, el cargo y abono.
- Diferencia entre el sistema periódico y permanente.

*Contenidos Procedimentales:*

- Aplicar la Partida doble.
- Registrar las operaciones en el diario.
- Mayorizar las transacciones registradas en el Libro Diario.
- Elaborar el Balance de Comprobación.
- Identificar y realizar asientos de ajuste.
- Elaborar el Balance Constructivo.
- Efectuar el cierre de libros contables.
- Presentar Estados Financieros.

##### **4. Unidad didáctica: La empresa de servicios y empresa industrial.**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

*Contenidos Conceptuales:*

- Conceptos fundamentales de la Contabilidad de Costos.
- Estado de Costos de Productos Terminados y Vendidos

*Contenidos Procedimentales:*

- Registrar operaciones de una empresa de servicios.
- Registrar operaciones de una empresa industrial.

**5. Unidad didáctica: Sistemas Contables Mecanizados y Plan de Cuentas.**

*Contenidos Conceptuales:*

- Variabilidad de los asientos contables en las organizaciones.
- Análisis de los componentes de un sistema contable.
- Análisis de los módulos del sistema.

*Contenidos Procedimentales:*

- Describir una base de datos.

**6. Unidad didáctica: Principios de Contabilidad generalmente aceptados y las Normas Internacionales de Contabilidad.**

*Contenidos Conceptuales:*

- Los Principios Contables Generalmente Aceptados.
- El marco contable internacional (NIC's y NIIF's).

*Contenidos Actitudinales que se desarrollaran a lo largo del curso:*

- La importancia de la Contabilidad Financiera y las Finanzas en la toma de decisiones.
- Utilidad que obtienen personas de otras profesiones con la Contabilidad.

**V. Estrategia Didáctica**

- Introducción y motivación al tema mediante la presentación de ejercicios y la exploración de los conocimientos previos de los alumnos.
- Exposición teórica del tema de la sesión.
- Resolución de ejercicios por parte del profesor y de los alumnos.
- Cierre y recapitulación de la sesión.

**VI. Actividades de Aprendizaje**

- Elaboración de informes sobre temas asignados y exposición de los mismos.
- Resolución de ejercicios prácticos de manera grupal e individual.
- Análisis y discusión de casos.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Lectura de temas seleccionados.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

VII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
Examen escrito con asignación de puntaje de 0 a 20.	Examen Parcial	30%
Examen escrito con asignación de puntaje de 0 a 20.	Examen Final	30%
Prácticas y controles de lectura escritos con asignación de puntaje de 0 a 20.	Prácticas Calificadas (80%) Controles (20%)	40%

Los casos de inasistencias a evaluaciones consideradas como parte de la Nota de Trabajo (prácticas calificadas, controles y/o evaluaciones teórico-prácticas), serán resueltos directamente por cada docente. Al final del ciclo, se tomará una evaluación integral, que permitirá cubrir extemporáneamente la evaluación perdida por la inasistencia. La única fecha establecida de dicha evaluación será el sábado 24 de noviembre que incluirá todo lo visto desde el inicio del curso. Aquellos que no cuenten con la aprobación del docente para rendir dicha evaluación recibirán la nota de cero (0) en la evaluación correspondiente.

VIII. Bibliografía

- CHONG, Esteban; CHAVEZ, Martha; QUEVEDO, María Isabel; BRAVO, Miguel. Contabilidad financiera intermedia: estados financieros y análisis de las cuentas del activo. Universidad del Pacífico. Lima, 2011.
- GUAJARDO CANTÚ, Gerardo. Contabilidad Financiera. McGraw Hill Interamericana Editores. México, Quinta Edición, 2008.
- HORNGREN, HARRISON, OLIVER Contabilidad Edición Prentice – Hall Hispanoamericana. México, Octava Edición, 2010.
- HORNGREN / DATAR / FOSTER Contabilidad de Costos. Pearson. Décimo Segunda Edición , 2007.
- IASB. International Financial Reporting Standards. International Accounting Standards Board. Londres. 2011.
- MEIGS, Robert; WILLIAMS, Jan; HAKA, Susan; BETTNER, Mark. Contabilidad: La base para decisiones gerenciales. McGraw Hill Interamericana. Colombia, Undécima Edición, 2000.
- WARREN, Carl S.; REEVE, James M. Y FESS, Philip E. Contabilidad Financiera. Thomson. Novena edición, 2005.
- ALVA, Edgar. Fundamentos de Contabilidad. Un enfoque de diálogo con un lenguaje claro. Universidad del Pacífico. Lima, 2012



## Contabilidad Financiera I

**Profesores:** Norberto Hosaka Oshiro (A-F)  
Pedro Ruiz Hurtado (B-G)  
María Isabel Quevedo Alejos (D)  
Horacio Quiñones (R )

**Teoría:** Martes 09:30 a 12:30 hrs  
Martes 15:30 a 18.30 hrs  
Martes 07: 30 a 10.30 hrs

**Práctica:** Viernes 18:30 a 20.30 hrs

SEMANA	DÍA	FECHA	ACTIVIDAD	ACTIVIDADES
<b>SEMANA 1</b>	<b>Martes</b>	21-Aug	Introducción a la contabilidad / Balance General	
	<b>Viernes</b>	24-Aug	<i>PD1 Ecuación contable</i>	
<b>SEMANA 2</b>	<b>Martes</b>	28-Aug	Balance General	
	<b>Viernes</b>	31-Aug	<i>PD2 Balance General</i>	Control 1:Texto 1-Capítulo 1
<b>SEMANA 3</b>	<b>Martes</b>	4-Sep	Balance General	
	<b>Viernes</b>	7-Sep	<i>PC1 Balance General</i>	
<b>SEMANA 4</b>	<b>Martes</b>	11-Sep	Estado de Pérdidas y Ganancias/Estado de Cambios en el Patrimonio Neto	
			<i>PD3 Estados Financieros</i>	Control 2: Texto 2- Capítulo 2 y Texto 3- Capítulo 2 págs 39-59
<b>SEMANA 5</b>	<b>Martes</b>	18-Sep	Estados Financieros	
	<b>Viernes</b>	21-Sep	<i>PC2 Estados Financieros</i>	
<b>SEMANA 6</b>	<b>Martes</b>	25-Sep	Estados financieros	
	<b>Viernes</b>	28-Sep	<i>PC3 Estados Financieros</i>	
<b>SEMANA 7</b>	<b>Martes</b>	2-Oct	Asientos de operación/Mayorización/Balance de Comprobación	
			<i>PD4 Asientos / Balance de comprobación</i>	Control 3: Texto 1- Capítulo 2 y Texto 3- Capítulo 3



				págs 83-97
<b>SEMANA 8</b>	<b>09/10 al 15/10</b>		<b>EXAMEN PARCIAL</b>	
<b>SEMANA 9</b>	<b>Martes</b>	16-Oct	Ajustes	
			<i>PD5 Ajustes</i>	Control 4: Texto 1- Capítulo 3 y 4 y Texto 3- Capítulo 3 págs 97-112
	<b>Viernes</b>	19-Oct		
<b>SEMANA 10</b>	<b>Martes</b>	23-Oct	Ajustes / Balance Constructivo	
	<b>Viernes</b>	26-Oct	<i>PC4 Asientos-Balance de comprobación-Ajustes</i>	
<b>SEMANA 11</b>	<b>Martes</b>	30-Oct	Balance Constructivo	
	<b>Viernes</b>	2-Nov	<i>FERIADO</i>	
<b>SEMANA 12</b>	<b>Martes</b>	6-Nov	Balance Constructivo/ Cierre de libros	
	<b>Viernes</b>	9-Nov	<i>PC5 Ajustes/Balance constructivo - Ejercicio Integral</i>	
<b>SEMANA 13</b>	<b>Martes</b>	13-Nov	Contabilidad de costos	
	<b>Viernes</b>	16-Nov	<i>PD6 Contabilidad de Costos</i>	Control 5: Texto 3- Capítulo 1 y 2
<b>SEMANA 14</b>	<b>Martes</b>	20-Nov	Estado de Flujo de Efectivo / Plan Contable General Empresarial	
	<b>Viernes</b>	23-Nov	<i>PC6 Contabilidad de Costos</i>	
<b>SEMANA 15</b>	<b>Martes</b>	27-Nov	PCGA	
	<b>Viernes</b>	30-Nov	<i>PD7 PCGA</i>	
<b>SEMANA 16</b>	<b>03/12 al 10/12</b>		<b>EXAMEN FINAL</b>	

**Sábado                    24-Nov                    EVALUACIÓN REZAGADOS**

**Texto 1** HORNGREN, HARRISON, OLIVER Contabilidad Ed. Prentice – Hall Hispanoamericana. México, Octava Edición, 2010.

**Texto 2** MEIGS, Robert; WILLIAMS, Jan; HAKA, Susan; BETTNER, Mark. Contabilidad: La base para decisiones gerenciales. McGraw Hill Interamericana. Colombia, Undécima Edición, 2000

**Texto 3** CHONG, CHÁVEZ, QUEVEDO, BRAVO Contabilidad Financiera Intermedia: Estados financieros y Análisis de las cuentas del activo. Universidad del Pacífico, Lima, 2011.



HORNGREN / DATAR / FOSTER Contabilidad de Costos. Pearson.

**Texto 4** Décimo Segunda Edición , 2007



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=



Nombre del curso: Matemáticas II.

Código: 31650

Departamento académico: Economía.

Semestre académico: 2013-0.

Nombre de los docentes: John Cotrina, José Flores, Yboon García, Daniel Proleon.

Mails: [cotrina\\_je@up.edu.pe](mailto:cotrina_je@up.edu.pe), [flores\\_jl@up.edu.pe](mailto:flores_jl@up.edu.pe), [garcia\\_yv@up.edu.pe](mailto:garcia_yv@up.edu.pe),

[proleon\\_dg@up.edu.pe](mailto:proleon_dg@up.edu.pe).

## I. Sumilla

El curso de Matemáticas II está orientado a proveer y complementar las herramientas básicas necesarias de matemáticas utilizadas en las carreras de Administración, Contabilidad, Ingeniería Empresarial y Economía. El aprendizaje de las herramientas de cálculo desarrolladas a partir de la noción de límite, servirán para modelar y solucionar algunos problemas de aplicación que surgen en estas carreras, además de servir de base para cursos posteriores de matemáticas. Se buscará afianzar en los alumnos los conceptos de manera rigurosa, formal, complementando este aprendizaje con el análisis gráfico e intuitivo de las situaciones que se presentan, de manera tal que sean capaces de afrontar ciertos tipos de problemas tales como los de análisis marginal de funciones ligadas a la economía.

## II. Objetivo del Curso

El objetivo principal del curso es el aprendizaje, análisis, y manejo de las herramientas propias del cálculo de una y varias variables y su interpretación/aplicación al entorno económico.

Asimismo, se busca desarrollar la aplicación del razonamiento matemático en situaciones reales del mundo económico, y la capacidad de análisis y resolución de problemas de forma individual y en equipo.

## III. Competencias que desarrolla

Generales (*Del Perfil General del Egresado UP*)

Flexibilidad y apertura al cambio.

Responsabilidad.

Visión integral.

Trabajo en equipo.

## IV. Contenidos

### 1. SUCESIONES Y LÍMITES DE UNA FUNCIÓN DE UNA VARIABLE (1 semana).

- 1.1. Sucesiones. Sucesiones acotadas
- 1.2. Convergencia y divergencia de sucesiones.
- 1.3. Límite de una función. Algebra de límites.
- 1.4. Límites laterales
- 1.5. Límites infinitos, límites al infinito, límites de formas indeterminadas.





# UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

- 1.6. Algunos límites importantes.
- 1.7. Asintotas horizontales, oblicuas y verticales de una función.
- 1.8. Continuidad de funciones. Criterio de sucesiones y límites.
- 1.9. Propiedades de las funciones continuas.
- 1.10 El teorema del valor intermedio.

## 2. DERIVADAS DE FUNCIONES DE UNA VARIABLE (2 semanas)

- 2.1 Definición de derivada.
- 2.2 Interpretación geométrica de la derivada. Recta secante y recta tangente.
- 2.2 Reglas de derivación.
- 2.3 Construcción de una tabla de derivadas.
- 2.4 Derivadas de funciones compuestas: regla de la cadena.
- 2.5 Derivación logarítmica. Derivadas de orden superior.
- 2.6 Formas indeterminadas (Reglas de L'Hôpital).
- 2.6 Derivación implícita.
- 2.7 Razón de cambio media e instantánea. Razón de cambio relativa y porcentual.
- 2.8 Diferencial y valor aproximado de una función.
- 2.9 Aplicaciones a la economía: costo marginal, ingreso marginal, elasticidad.
- 2.10 Crecimiento y decrecimiento de función.
- 2.11 Mínimos y máximos de funciones. Puntos críticos.
- 2.12 Concavidad de funciones. Puntos de inflexión de funciones.
- 2.13 Trazado de curvas planas.

## 3. INTEGRALES (2 semanas)

- 3.1 Integral indefinida.
- 3.2 Tabla de integrales.
- 3.3 Métodos de integración, sustitución o cambio de variable, por partes, fracciones parciales.
- 3.4 Aplicaciones de la integral indefinida: ecuaciones diferenciales.
- 3.5 Integrales definidas. Idea geométrica y los teoremas fundamentales del cálculo.
- 3.6 Propiedades de las integrales definidas.
- 3.7 Calculo de áreas entre dos curvas.
- 3.8 Aplicaciones: Excedente del productor y excedente del consumidor.
- 3.9 Integrales impropias.

## 4. FUNCIONES DE VARIAS VARIABLES (2 semanas)

- 4.1 Definición.
- 4.2 Representación geométrica de funciones de dos variables.
- 4.3 Derivadas parciales.
- 4.4 Propiedades algebraicas de las derivadas y regla de la cadena.
- 4.5 Funciones homogéneas.
- 4.6 Diferencial total.
- 4.7 Aplicaciones de las derivadas parciales a la teoría económica.
- 4.8 Mínimos y máximos de funciones de varias variables.
- 4.9 Optimización sin restricciones : Criterios de la primera y segunda derivada.
- 4.10 Optimización con restricciones.
- 4.11 Multiplicadores de Lagrange.
- 4.12 Aplicaciones de los multiplicadores de Lagrange.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0-



## V. Estrategia Didáctica

Lección magistral para presentar los contenidos teóricos esenciales y la resolución de ejemplos básicos.

Enfatizar el reconocimiento y modelamiento de problemas, análisis de la situación y de las distintas alternativas de solución, así como de los criterios para elegir soluciones.

Desarrollo de ejercicios durante las prácticas dirigidas por parte del profesor, así como la supervisión del trabajo autónomo de los alumnos.

Desarrollo de ejemplos significativos con el apoyo de herramientas de tecnologías de información.

## VI. Actividades de Aprendizaje

Participación activa y discusión en clase.

Resolución de ejercicios y problemas de manera individual y grupal, empleando más de una alternativa de solución.

## VII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>- Manejo conceptual (claridad en los conceptos, relación entre ellos).</li><li>-Procedimiento empleado en la resolución de problemas.</li><li>-Orden y presentación en el desarrollo de los ejercicios.</li><li><b>- Se evalúa, de manera integral, los temas desarrollados las 4 primeras semanas.</b></li></ul>	Examen Parcial	30,00%
<ul style="list-style-type: none"><li>- Manejo conceptual (claridad en los conceptos, relación entre ellos y aplicación a situaciones concretas).</li><li>-Procedimiento empleado en la resolución de problemas.</li><li>-Orden y presentación en el desarrollo de los ejercicios. <b>- Se evalúa, de manera integral, los temas desarrollados las últimas 4 semanas (una semana se repite en el parcial y el final).</b></li></ul>	Examen Final	30,00%
<ul style="list-style-type: none"><li>-Procedimiento empleado en la resolución de problemas.</li><li>- Orden y presentación en el desarrollo de los ejercicios.</li></ul>	Promedio simple de 4 prácticas calificadas.	40,00%



\* Se tomarán 5 prácticas calificadas y se eliminará la de menor nota.

***No se permitirá el uso de calculadoras, celulares y cartucheras durante las evaluaciones (controles, prácticas calificadas, examen parcial y examen final).***

***En caso de ausencia justificada a alguna de las prácticas calificadas del curso, previo trámite administrativo en SS.AA., se rendirá una única práctica de rezagados que abarca todo el curso y se llevará a cabo antes del examen final. En el caso de los controles esta nota se dividirá proporcionalmente a los controles faltantes.***

### VIII. Bibliografía

#### Obligatoria:

1. Antonia Quiroga Ramiro, Introducción al cálculo I. DELTA publicaciones, primera edición, 2007.
2. Antonia Quiroga Ramiro, Introducción al cálculo II. DELTA publicaciones, primera edición, 2007.
3. Arya Jagdish / Lardner Robin, Matemáticas aplicadas a la Administración y a la Economía. PEARSON, Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. Cuarta edición. 2002.
4. Haussler Ernest / Paul Richard/ Wood Richard, Matemáticas para Administración y Economía. PEARSON, Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. Decimosegunda edición. 2008.
5. Lawrence D. Hoffmann / Gerald L. Bradley, Cálculo aplicado a Administración, Economía, Contaduría y Ciencias Sociales. McGraw-Hill, Inc. Séptima edición. 2001.
6. N. Piskunov, Cálculo diferencial e integral. Limusa, 2004.

#### Complementaria:

Sydsaeter K. y P. Hammond. *Matemáticas para el Análisis Económico*. Prentice Hall. 1996.



Calendario Verano						
Enero						
D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		
Febrero						
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28		
Marzo						
					1	2
3	4	5	6	7	8	9

-  Dirigidas 1-9 Miércoles 8:30am-10:30am  
y Viernes 10:30am-12:30am (1 y 22 de febrero)
-  Calificadas Viernes 10:30am-12:30am
-  Clases 1-28
-  Parcial, Final, Devolución



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SÍLABO

<b>Nombre del curso:</b>	<b>Economía General II</b>
Código:	30642
Departamento académico:	Economía
Semestre académico:	2013-I
Secciones:	A,B,C,D,E, F, G, H, I y J
Nombres de los docentes:	(A) GONZÁLEZ IZQUIERDO, Jorge Domingo (B) YAMADA FUKUSAKI, Gustavo (C) VASQUEZ HUAMÁN, Enrique (D) TORRES GÓMEZ, Javier Antonio (E) VÁSQUEZ BAOS, Tessy Grace (F) y (G) MONTESINOS CÓRDOVA, Jorge Luis (H) OSORIO LLANOS, Carmen Rosa (I) DÍAZ GAZANI, Guillermo (J) HUANQUI VALCÁRCEL, Silvana
E-mails:	(A) <a href="mailto:Gonzalez_jd@up.edu.pe">Gonzalez_jd@up.edu.pe</a> (B) <a href="mailto:Yamada_ga@up.edu.pe">Yamada_ga@up.edu.pe</a> (C) <a href="mailto:vasquez_ee@up.edu.pe">vasquez_ee@up.edu.pe</a> (D) <a href="mailto:j.torresgomez@up.edu.pe">j.torresgomez@up.edu.pe</a> (E) <a href="mailto:tessyvasquez@gmail.com">tessyvasquez@gmail.com</a> (F) y (G) <a href="mailto:montesinos_jl@up.edu.pe">montesinos_jl@up.edu.pe</a> (H) <a href="mailto:carmenosorio@gmail.com">carmenosorio@gmail.com</a> (I) <a href="mailto:gdiaz@caf.com">gdiaz@caf.com</a> (I) <a href="mailto:silvanahv@gmail.com">silvanahv@gmail.com</a>

### I. Sumilla

El curso de Economía General II es una oportunidad para aprender los principales agregados macroeconómicos y variables microeconómicas que los sustentan, así como comprender el análisis de sus interrelaciones. Las actividades de aprendizaje permitirán al alumno desarrollar competencias de flexibilidad y apertura al cambio, gestión y productividad, así como de visión integral. De esta forma, se sentarán los cimientos para comprender la heterogénea y multidimensional realidad, peruana y mundial, a partir del dominio básico de herramientas micro y macroeconómicas.

El objetivo del curso de Economía General II es familiarizar a los estudiantes con los conocimientos y herramientas básicas para la construcción de los principales agregados macroeconómicos y la relación entre estos.

### II. Resultado de aprendizaje

El alumno será capaz de manejar no solo las principales relaciones económicas que le permita cuantificar variables agregadas como el producto, la inflación y la oferta de dinero, sino también que entienda los comportamientos básicos que explican su interrelación tanto en el largo como en el corto plazo. De tal manera, aprehendiendo la teoría y desarrollando actividades de aprendizaje, el alumno podrá vincular la teoría con la realidad tanto peruana e internacional en un contexto cambiante de la economía mundial.



### **III. Competencias que desarrolla**

#### **a. Generales (*Del Perfil General del Egresado UP*)**

En términos generales, el curso de Economía General II es un espacio de aprendizaje donde el alumno desarrollará su competencia de flexibilidad y apertura al cambio al adquirir determinados conocimientos (en torno a la realidad socioeconómica nacional y mundial así como a la metodología de investigación), habilidades (en relación a la capacidad de analizar y evaluar situaciones considerando causas, riesgos, oportunidades y consecuencias) y actitudes (fundamentalmente crítica, cuestionadora y a la vez tolerante y respetuosa).

En términos específicos se pueden visualizar dos competencias adicionales. En primer lugar, aprehender las herramientas micro y macroeconómicas del curso de Economía General II permite a los alumnos desarrollar la capacidad de observar una situación desde diversas perspectivas así como de analizarla comprendiendo su multidimensionalidad y heterogeneidad. De esta forma, se brindará la oportunidad de desarrollar un pensamiento flexible y abierto, valorando las diferencias y alimentando el espíritu crítico frente a las diversas interpretaciones de la realidad económica, política y social. Así se contribuirá a que el alumno desarrolle una visión integral.

En segundo lugar, la concepción y producción del *micropaper* en el curso de Economía General II estimulará al alumno a organizarse, coordinar y ejecutar eficazmente los recursos y tareas encargadas para alcanzar la meta de realizar un diagnóstico y propuesta de solución de problemas concretos de la realidad nacional e internacional. De esta forma, el trabajo en equipo encargado ayudará a los alumnos a transformar los conocimientos, habilidades y recursos en elementos útiles para generar soluciones prácticas. Así se contribuirá a que el alumno desarrolle su competencia en gestión y productividad.

El curso contribuirá a la formación integral y a alcanzar un nivel académico de excelencia desde la etapa inicial del estudiante. Para ello el curso brindará dos líneas complementarias de trabajo. Por un lado, se proveerá a los alumnos de las herramientas micro y macroeconómicas para el análisis riguroso de la eficiencia, eficacia y equidad del uso de los recursos disponibles en una economía cambiante. Por otro lado, se ofrecerán oportunidades de aproximación a la realidad mediante prácticas y desarrollo de *micropaper* en grupo. La idea es generar interés por el análisis de problemas de la realidad y planteamiento de soluciones técnicas e integrales. De esta forma se fertiliza una actitud cuestionadora en los alumnos para la construcción y comprensión de diversos fenómenos bajo escenarios posibles con el fin de proponer opciones de optimización en el uso de los recursos disponibles de una economía.

#### **b. Específico (Del Pefil del egresado de la carrera)**

El curso de Economía General II será una oportunidad para iniciarse en el desarrollo de la capacidad analítica en temas macroeconómicos dado que deberá analizar y evaluar problemas económicos de la realidad local e internacional. En esta línea, las lecturas y las actividades de aprendizaje alimentarán un uso intenso y extenso de herramientas específicas de análisis de los grandes agregados macroeconómicos.



## IV. Contenidos

### **UNIDAD DIDÁCTICA I: Introducción**

Semana 1

- (i) ¿Cómo se relaciona este curso con el anterior?
- (ii) Micro y macroeconomía: ¿Qué es la macroeconomía y qué variables estudia?
- (iii) Hechos que marcaron el origen de la disciplina y corrientes del pensamiento económico

**Lecturas:**

- ▶ (L2) Parkin & Loría - Capítulo 3: Oferta y demanda; Capítulo 4: Un primer vistazo a la macroeconomía
- ▶ “Revolution and Evolution in Twentieth-Century Macroeconomics”, Michael Woodford Princeton University, Junio 1999.

### **UNIDAD DIDÁCTICA II: Nuestra transición desde la microeconomía hacia la macroeconomía**

Semanas 1 y 2

#### **2.1 El mercado de trabajo**

- (i) Demanda por trabajo: la función de producción, el producto marginal del trabajo y la condición de maximización de beneficios
- (ii) Oferta de trabajo: las preferencias entre consumo y ocio, la recta presupuestaria y la condición de maximización de utilidad
- (iii) Equilibrio en el mercado de trabajo
- (iv) Los mercados para los demás factores de la producción

#### **2.2 Los ingresos y su distribución**

- (i) Determinantes de los salarios de equilibrio y la discriminación
- (ii) Pobreza, desigualdad y medidas para combatirlas
- (iii) La situación de Perú y Latinoamérica en perspectiva comparativa

**Lecturas:**

- ▶ (L1) Mankiw – Capítulo 18: Los mercados de factores de la producción; Capítulo 19: Los ingresos y la discriminación; Capítulo 20: La desigualdad en el ingreso y la pobreza

### **UNIDAD DIDÁCTICA III: Medición del producto e inflación**

Semanas 3 y 4

#### **3.1 Medición del producto**

- (i) Algunas definiciones básicas: sistema de cuentas nacionales, Producto Bruto Interno (PBI), Producto Nacional Bruto (PNB)
- (ii) El flujo circular de gastos e ingresos
- (iii) Medición del PBI desde el punto de vista del gasto, estadísticas sobre oferta y demanda global
- (iv) Medición del PBI desde el punto de vista del ingreso
  - Relación entre el PBI y la Renta Nacional
  - Relación entre la Renta Nacional y el Ingreso Personal

#### **3.2 Medición de la inflación**

- (i) Definición de inflación
- (ii) Índices de precios: *Laspeyres* vs. *Paasche*, estadísticas sobre el Índice de



Precios al Consumidor

- (iii) PBI nominal, PBI real y el deflactor; estadísticas sobre crecimiento nominal y real del producto

### 3.3 Medición del producto e inflación en el Perú

- (i) Análisis de la base de datos del Instituto Nacional de Estadística (INEI).
- (ii) Conceptos y estadísticas del Banco Central de Reserva del Perú

**Lecturas:**

- ▶ (L1) Mankiw – Capítulo 23: La medición de la renta de un país; Capítulo 24: La medición del coste de la vida
- ▶ (L2) Parkin & Loría – Capítulo 4: Medición del PBI, crecimiento económico e inflación

## UNIDAD DIDÁCTICA IV: La economía en el largo plazo

### 4.1 El crecimiento económico y sus determinantes

Semana 5

- (i) ¿Cómo se mide el crecimiento económico de largo plazo?
- (ii) El rol de la productividad de los factores
- (iii) El rol de la política económica

**Lecturas:**

- ▶ (L1) Mankiw – Capítulo 25: La producción y el crecimiento

### 4.2 Ahorro, inversión y sistema financiero

Semanas 6 y 7

- (i) Ahorro, inversión y mercado de fondos prestables en una economía cerrada
- (ii) Ahorro, inversión y mercado de fondos prestables en una economía abierta
- (iii) Sistema cambiario: fijo, flexible y flotación sucia

**Lecturas**

- ▶ (L1) Mankiw – Capítulo 26: El ahorro, la inversión y el sistema financiero; Capítulo 31: Análisis macroeconómico de las economías abiertas: conceptos básicos.

Semana 8, miércoles 22 de mayo de 2013, 3pm : Examen Parcial

### 4.3 El desempleo y el subempleo

Semana 9

- (i) ¿Cómo se mide el desempleo?
- (ii) ¿Cómo se explica la tasa natural de desempleo?
- (iii) El subempleo en Perú y Latinoamérica desde una perspectiva comparada

**Lecturas**

- ▶ (L1) Mankiw – Capítulo 28: El desempleo
- ▶ (L2) Parkin & Loría – Capítulo 5: Seguimiento de empleos (Pág 107-115)

### 4.4 Dinero y precios



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Semanas 10 y 11

- (i) Definición y funciones del dinero... ¿qué respalda al dinero fiduciario?
- (ii) La oferta de dinero: (a) el Banco Central de Reserva y la emisión primaria de dinero, principales cuentas del balance de Banco Central y mecanismos de control de la base monetaria; (b) los bancos comerciales y la creación secundaria de dinero, cálculo e interpretación del multiplicador bancario.
- (iii) La demanda por dinero como medio de pago y como activo
- (iv) Equilibrio en el mercado de dinero
- (v) La inflación y sus costos

### Lecturas

- (L1) Mankiw – Capítulo 29: El sistema monetario; Capítulo 30: El crecimiento del dinero y la inflación.
- (L4) Fernández-Baca - Capítulo 1: Introducción al estudio del dinero (definición, reseña histórica, funciones del dinero, agregados monetarios); Capítulo 6: La oferta de dinero (cuentas del banco central, creación secundaria de dinero, multiplicador bancario, instrumentos de política monetaria); Capítulo 5: La demanda de dinero (demanda como medio de pago -teoría cuantitativa, enfoque de inventarios-, demanda como activo -Keynes y la demanda de dinero como una decisión de portafolio-).

## UNIDAD DIDÁCTICA V: La economía en el corto plazo

### 5.1 Las fluctuaciones económicas: conceptos básicos

Semana 12

### 5.2 Pensando en la demanda agregada

Semana 12

- (i) ¿Una demanda sin precios relativos?
- (ii) ¿Cómo explicar la pendiente negativa?: (a) el efecto de saldos monetarios reales;
- (b) el efecto sustitución intertemporal (tasa de interés nominal y real); y (c) el efecto sustitución internacional (tipo de cambio nominal y real).

### 5.3 Pensando en la oferta agregada y el equilibrio general

Semana 13

- (i) Del mercado de trabajo a la oferta agregada
- (ii) Oferta agregada de largo plazo vs. oferta agregada de corto plazo, rol de las rigidicenes nominales y otras teorías para explicar la pendiente positiva de la oferta agregada
- (iii) Equilibrio general y fluctuaciones

### Lecturas

- (L1) Mankiw - Capítulo 33: La demanda y la oferta agregada
- (L2) Parkin & Loría - Capítulo 10: Oferta agregada y demanda agregada; Capítulo 8: La economía en pleno empleo: el modelo clásico.

### 5.4 La política fiscal y monetaria y su efecto en el equilibrio general

Semanas 14 y 15

- (i) Conceptos básicos sobre la influencia de la política monetaria y fiscal sobre la demanda agregada



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- (ii) ¿*Trade-off* entre inflación y desempleo?: la curva de Phillips en el corto y largo plazo
- (iii) Un primer modelo para formalizar los efectos de la política fiscal: el sistema de gasto
- (iv) Un modelo final para formalizar el rol del mercado financiero: introducción al modelo IS-LM

### Lecturas

- ▶ (L1) Mankiw - Capítulo 34: La influencia de la política monetaria y de la política fiscal en la demanda agregada; Capítulo 35: La disyuntiva a corto plazo entre la inflación y el desempleo.
- ▶ (L2) Parkin & Loría - Capítulo 11: Multiplicadores del gasto: el modelo keynesiano, Capítulo 13: Política fiscal.
- ▶ (L3) Abel & Bernanke - Capítulo 9: El modelo IS-LM / DA-OA: un marco general para el análisis macroeconómico (y su Apéndice 9.A: Versiones algebraicas de los modelos IS-LM y DA-OA).

Semana 16, miércoles 17 de julio de 2013, 3pm : Examen Final

### V. Estrategia Didáctica

El resultado esperado del curso de Economía General II es motivar al alumno a revisar y discutir la naturaleza de los principales agregados macroeconómicos y el diseño de diversos mecanismos de su utilización para una comprensión acuciosa de la situación real peruana y mundial. Para ello, la estrategia es sumergir a los alumnos en un quehacer dentro y fuera de aulas que les permita desarrollar una concepción del entorno más integrada y holística, vinculando los aspectos microeconómicos con los macroeconómicos, las miradas desde la tecnología, el ambiente y la sociedad. Así la discusión del acontecer macroeconómico nacional e internacional, la presentación de diversas construcciones y aplicaciones de la teoría macro, en la práctica, estimulará a los alumnos a que aprendan más y mejor sobre diferencias, desequilibrios y shocks presentes en diversos países y economías. De esa manera, el alumno podrá ser capaz de contrastar el diseño conceptual con el mundo de las restricciones y posibilidades que el mercado y las instituciones presentan, permitiéndole así un análisis crítico y una visión global a través de un pensamiento sistémico de su entorno local e internacional.

El curso se realizará sobre la base de las actividades siguientes:

- ▶ **Dictado de clases:** El profesor del curso realizará la exposición y análisis de los aspectos fundamentales de cada uno de los temas del curso. Para poder contribuir al desarrollo de un mejor estudiante el cual sea constantemente proactivo y abierto al cambio, el profesor incentivará la participación en clase. Para ello, los alumnos, una vez repasadas las lecturas que les fueron encargadas, podrán ser capaces de mejorar su capacidad de exposición y sustentación de puntos de vista frente al profesor y de tener una actitud de perseverancia en el proceso de adquisición de conocimientos.
- ▶ **Macroeconomía en Acción:** El profesor generará espacios de análisis e



interacción que aborde la realidad. Para tal fin, se desarrollarán dos iniciativas. En primer lugar, al inicio de cada clase el profesor motivará la discusión de la coyuntura económica nacional e internacional a través del análisis de información periodística accesible por medios virtuales. En segundo lugar, los alumnos participarán de un diálogo con *policymakers* que destacan por su labor profesional y su impacto en el quehacer macroeconómico.

- ▶ **Desarrollo de ejercicios en clase de prácticas:** El profesor, en estrecha coordinación con el jefe de prácticas, buscará desarrollar ejercicios que permitan aplicar las herramientas macroeconómicas aprendidas. Mediante la aplicación de modelos teóricos a la realidad peruana y mundial, así como con la realización de ejercicios con datos reales, el alumno será capaz de generar una producción de resultados más eficiente y con rigurosidad de análisis. Se incentivará la lectura acuciosa de los textos y materiales de información.
- ▶ **Lecturas:** Con el objetivo de reforzar los conocimientos adquiridos y discutidos en clase, se encargarán lecturas específicas y complementarias de manera que los alumnos puedan ver la fundamentación de la teoría así como la aplicación de los temas estudiados. En toda práctica calificada se incorporará 4 (cuatro) puntos de evaluación de las lecturas.
- ▶ **Micropaper:** el curso tiene una orientación teórica práctica y por ende el desarrollo de un documento pulcramente escrito permitirá al estudiante establecer vínculos entre las ideas y el mundo real. El desarrollo de esta tarea se justifica por las siguientes razones: Primero, porque al aplicar la teoría al mundo real se puede ejercitar y desarrollar el pensamiento analítico. Segundo, porque dicha tarea crea una conexión natural entre el contenido matemático y el contenido teórico/analítico del curso.

Para esto, los alumnos, organizados en **grupos de 2 á 3 personas**, deberán escoger uno de los siguientes temas de investigación:

- (i) Inflación y crecimiento;
- (ii) Empleo y crecimiento;
- (iii) Pobreza, desigualdad y crecimiento
- (iv) Política monetaria y ciclo económico
- (v) Política fiscal y crecimiento y
- (vi) Ahorro e inversión.

Dentro de cada sección debe haber una distribución de temas más o menos equitativa con la finalidad que ningún tema sea tratado por exceso o por defecto.

El proceso asociado a la preparación del *Micropaper* puede resumirse de la siguiente manera:

- En la **2da. semana** cada grupo debe proponer, por escrito, al profesor el problema de investigación, mediante una pregunta a desarrollar. El texto escrito en Word contendrá no más de **500 palabras** incluido el título.
- Entre la **3ra. y 4ta. semana** los grupos podrían producir avances del desarrollo de la primera parte del *micropaper* que serían revisados por el profesor de la sección. Estos avances no tienen calificación y son opcionales a criterio del profesor de la sección.
- En la **5ta.semana**, cada grupo entregará un avance parcial cubriendo



hasta la sección 4 (Aspectos centrales del diagnóstico) del *Micropaper*. Este avance, de no más de **2,500 palabras**, será calificado y constituye el 25% de la nota final del trabajo. Luego de la calificación, el profesor dedicará parte de la clase a discutir los avances así como la calidad de los mismos.

- Sobre la base de esta discusión, los grupos de trabajo procederán a elaborar su informe final a entregar en la semana 13.

El documento contará con no más de **3,500 palabras** de texto (sin incluir notas bibliográficas y anexos) pulcramente redactado y presentado de acuerdo con la siguiente estructura:

1. **Título:** debe ser lo suficientemente claro y específico como para dar una idea clara de los alcances del trabajo (que, hay que recordar, no es una tesis doctoral).
2. **Resumen Ejecutivo:** debe ser concreto, destacar los aspectos centrales de reforma, sus relaciones causales, las implicancias de éstas y las recomendaciones de política que se desprenden de estas implicancias. No debe tener más de 200 palabras.
3. **Identificación del problema y planteamiento de hipótesis:** Identificación del problema o fenómeno económico a ser estudiado, planteamiento de una hipótesis (respuesta tentativa al problema identificado). No debe tener más de 300 palabras.
4. **Marco analítico:** presentación de las relaciones causales entre las variables involucradas con el fenómeno económico bajo análisis, evidencia estadística sobre la evolución de estas variables.
5. **Conclusiones y recomendaciones:** qué se concluye respecto de las relaciones planteadas en la sección anterior, y qué se recomienda hacer a la luz de lo analizado en la sección 4.
6. **Bibliografía:** se espera que el grupo consulte una lista de publicaciones de investigación y coyuntura de fuentes especializadas.
7. **Anexos:** deberán colocarse únicamente cuadros y gráficos que respalden los argumentos desarrollados en el texto. Por lo mismo, los anexos deberán ser citados a lo largo del mismo.

Toda referencia debe ser citada de acuerdo con las pautas desarrolladas en el Taller de Inducción de la Vida Universitaria (TIVU) respetando la Guía de Estilo del Fondo Editorial de la Universidad del Pacífico (descargar versión virtual). Contravenir a estas normas devendrá en la aplicación de las sanciones contempladas en el Reglamento de Buena Conducta estipulado por la Universidad del Pacífico.

Un especial énfasis es el respeto de los derechos de autoría de la producción intelectual. Para ello, la Universidad del Pacífico cuenta con el software SafeAssign® para reforzar la política contra el plagio. Por ello, las entregas de los avances y la versión final se hará vía Blackboard y a través del SafeAssign®. Se espera que todo alumno esté en contra de la práctica de copiar sin citar adecuadamente la fuente.



## VI. Evaluación

Instrumento	Criterio de evaluación	Ponderación
Examen Parcial	(i) Fundamentación conceptual (ii) Consistencia y coherencia en la argumentación (iii) Representación gráfica e interpretación de resultados (iv) Cálculos y análisis de mediciones	30%
Examen Final	(i) Fundamentación conceptual (ii) Consistencia y coherencia en la argumentación (iii) Representación gráfica e interpretación de resultados (iv) Cálculos y análisis de mediciones	30%
Prácticas y Micropaper	(i) Capacidad de aplicar los conceptos a problemas (ii) Habilidad de producir documento de análisis económico	40%

**Total Promedio de Prácticas y *Micropaper*.....40%**

La distribución de este 40% es como sigue:

- Promedio de prácticas sin redondear..... 60%
- Nota final del *Micropaper* sin redondear.... 40%

A su vez la calificación del *micropaper* se obtiene luego de evaluar lo siguiente:

- Informe parcial..... 25%
- Sustentación del grupo (nota individual)....25%
- Informe final.....50%

La evaluación del *micropaper* es de responsabilidad únicamente del profesor de la sección correspondiente.

Cualquier inasistencia a una evaluación (práctica calificada o examen parcial) deberá ser justificada por Servicios Académicos y el mismo deberá emitir el *memorandum* correspondiente. Solo en ese caso procederá lo siguiente: se tomará una **evaluación el lunes 8 de julio de 2013**, que incluirá todo lo visto desde el inicio del curso. Aquellos que no tengan la aprobación de Servicios Académicos recibirán la nota de cero en la evaluación correspondiente.



## VII. Bibliografía Obligatoria

**L1:** MANKIW, N. GREGORY, PRINCIPIOS DE ECONOMÍA. QUINTA EDICIÓN, ESPAÑA. CENGAGE LEARNING, 2009

**L2:** PARKIN, MICHAEL Y LORÍA, EDUARDO, MACROECONOMÍA VERSIÓN PARA LATINOAMÉRICA, NOVENA EDICIÓN, MÉXICO. ED. ADDISON WESLEY, 2010

**L3:** ABEL, ANDREW Y BEN BERNANKE: MACROECONOMÍA, CUARTA EDICIÓN, MADRID. PEARSON EDUCACIÓN, 2009.

**L4:** FERNÁNDEZ-BACA, JORGE: TEORÍA Y POLÍTICA MONETARIA, PRIMERA EDICIÓN, CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO, 2008.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### VIII. Cronograma

SEMANA	FECHAS	UNIDADES DIDÁCTICAS Y CONTENIDOS	ACTIVIDADES A REALIZAR	MATERIALES (Lecturas, audiovisuales, casos...)	ENTREGABLES EN CLASE
01	01-05 ABRIL	<b>Unidad didáctica I :</b> Introducción <b>Unidad didáctica II:</b> Nuestra transición desde la micro hacia la macroeconomía	Práctica Dirigida Nª 1	(L2) Cap.3 y 4 (L1) Cap. 18	
02	08-12 ABRIL	<b>Unidad didáctica II:</b> Nuestra transición desde la micro hacia la macroeconomía	Práctica Dirigida Nª 2	(L1) Cap. 19 y 20	Entrega de Propuesta de Tema de investigación de <i>micropaper</i>
03	15-19 ABRIL	<b>Unidad didáctica III :</b> Medición del producto e inflación.	<b>Practica Calificada 1</b>	(L1) Cap. 23	
04	22-26 ABRIL	<b>Unidad didáctica III :</b> Medición del producto e inflación.	Charla Macro en Acción: Martes 16 de abril a cargo de Dr. <i>Miguel Palomino</i> , Gerente del IPE de 1:30 a 3pm, Auditorio J.J.Wicht  Práctica Dirigida N°3	(L1) Cap. 24	
05	29 ABRIL – 3 MAYO	<b>Unidad didáctica IV :</b> La economía en el largo plazo	Práctica Dirigida Nª 4	(L1) Cap. 25	Entrega de Informe Parcial de Micropaper
06	6-10 MAYO	<b>Unidad didáctica IV :</b> La economía en el largo plazo	<b>Práctica Calificada Nª 2</b>	(L1) Cap. 26	
07	13 – 17 MAYO	<b>Unidad didáctica IV :</b> La economía en el largo plazo	Práctica Dirigida Nª 5	(L1) Cap. 31	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

<b>08</b>	<b>22 MAYO</b>		<b>Examen Parcial</b>		
09	27 – 31 MAYO	<b>Unidad didáctica IV : La economía en el largo plazo</b>	Práctica Dirigida Nª 6	(L1) Cap. 28	
10	3– 7 JUNIO	<b>Unidad didáctica IV : La economía en el largo plazo</b>	Práctica Dirigida Nª 7	(L1) Cap.29 y 30	
11	10 – 14 JUNIO	<b>Unidad didáctica IV : La economía en el largo plazo</b>	<b>Práctica Calificada Nª 3</b>	(L4) Cap. 1, 5 y 6	
12	17 -21 JUNIO	<b>Unidad didáctica V: La economía en el corto plazo</b>	Práctica Dirigida Nª 8	(L1) Cap. 33	
13	24 – 28 JUNIO	<b>Unidad didáctica V: La economía en el corto plazo</b>	Sustentación de Informe final de Micropaper / Práctica Dirigida Nª 9	(L1) Cap. 33 (L2) Cap. 5 y 10	Entrega del Informe Final de <i>Micropaper</i>
14	1 -5 JULIO	<b>Unidad didáctica V: La economía en el corto plazo</b>	<b>Práctica Calificada Nª 4</b>	(L1) Cap. 34 y 35 (L2) Cap. 11 y 13	
15	8 – 12 JULIO	<b>Unidad didáctica V: La economía en el corto plazo</b>	Práctica Dirigida Nª 10  Evaluación Sustitutoria de <b>todo</b> el curso para casos aprobados por SSAA Lunes 8 de julio de 2013	(L3) Cap.9 + Apéndice 9.A	
16	<b>17 JULIO</b>		<b>Examen Final</b>		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO  
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMÍA

**Nivelación en Informática**  
**Programa del curso**  
**Ciclo 2013 – 1**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

**Nombre del Curso: Nivelación en Informática**

**Código: 136653**

**Departamento Académico: Economía**

**Semestre Académico: 2013 - I**

**Secciones: Todas**

**Profesores:**

**Carlos Manuel DIAZ D.** ([diaz\\_cm@up.edu.pe](mailto:diaz_cm@up.edu.pe))  
**Eiffel ESPINOZA V.** ([eiffel.ev@gmail.com](mailto:eiffel.ev@gmail.com))  
**Daniel FERNANDEZ P.** ([fernandez\\_dls@up.edu.pe](mailto:fernandez_dls@up.edu.pe))  
**Alejandro SAVA F.D.** ([sava\\_aa@up.edu.pe](mailto:sava_aa@up.edu.pe))  
**Jaime SEGURA P. (coord)** ([segura\\_ji@up.edu.pe](mailto:segura_ji@up.edu.pe))  
**Doris Adriana ZALDIVAR P.** ([zaldivar\\_da@up.edu.pe](mailto:zaldivar_da@up.edu.pe))

## **PROGRAMA DEL CURSO**

### **I. SUMILLA**

El curso busca que los alumnos adquieran desde los conocimientos iniciales necesarios hasta un nivel intermedio sobre el uso adecuado de Software de Productividad con las herramientas informáticas del entorno Microsoft Windows y Microsoft Office profesional que les permitan desempeñarse de forma efectiva en sus labores estudiantiles. Los alumnos estarán preparados adecuadamente para responder a las demandas que les puede plantear su entorno centrándose en desarrollar su capacidad de resolución de problemas y situaciones vinculadas con el quehacer universitario y profesional.

### **II. COMPETENCIAS**

- Los alumnos resuelvan problemas de su campo mediante la utilización pertinente de las herramientas informáticas de Microsoft Office, integrando este saber técnico con los conocimientos y capacidades relacionadas con su especialidad.



### III. CAPACIDADES

- ❑ Discriminar y tomar decisiones sobre el uso adecuado de las herramientas informáticas de productividad de la suite MS Office apropiadas para su utilización en resolver tareas.
- ❑ Aplicar las secuencias y procedimientos necesarios en el manejo del software MS Windows y Office para obtener los resultados requeridos.
- ❑ Analizar datos y resultados provenientes de las aplicaciones de las herramientas informáticas.
- ❑ Representar e interpretar datos relacionándolos con sus conocimientos sobre los temas.

### IV. CONTENIDOS

Los contenidos del curso se desarrollarán bajo los siguientes ejes temáticos:

- 1. Algunos de los problemas más comunes con la computadora y cómo resolverlos exitosamente**
  - 1.1. El sistema operativo.
  - 1.2. Archivos: ¿cómo preservar la integridad de la información?
  - 1.3. Compresión de datos, técnicas más recomendadas para preservar la información.
  - 1.4. Técnicas para el envío adecuado de archivos a través de Blackboard y de correo electrónico.
- 2. Tópicos de Microsoft Power Point**
  - 2.1. Conceptos Generales.
  - 2.2. Creación y manejo de diapositivas.
  - 2.3. Control de efectos y transiciones.
  - 2.4. Uso de botones de control para crear interactividad en las presentaciones.
  - 2.5. Impresión de Diapositivas.
- 3. Tópicos de Microsoft Word**
  - 3.1. Configuración de página.
  - 3.2. Control y administración del documento mediante estilos.
  - 3.3. Creación y uso de Tablas de contenido, de tablas e imágenes



- 3.4. Estrategias para la inclusión y manipulación de imágenes.
- 3.5. Numeración y viñetas.
- 3.6. Creación, y edición de tablas.
- 3.7. Encabezados y pies de página.
- 3.8. Notas a pie de página.

#### **4. Microsoft Excel: Fundamentos y temas intermedios**

- 4.1. Fundamentos de Excel
  - 4.1.1. Entorno de trabajo, crear y modificar libros.
  - 4.1.2. Manejo de los comandos contenidos en la cinta principal.
  - 4.1.3. Desplazamientos en una hoja.
  - 4.1.4. Disposición de la información en celdas, rangos, hojas, libros y áreas de trabajo, edición de la información.
  - 4.1.5. Uso del Botón de relleno, rellenos automáticos, series, fórmulas.
- 4.2. Formatos de celdas y Rangos.
  - 4.2.1. Insertar y Eliminar Celdas y rangos.
  - 4.2.2. Formatos automáticos, manuales y personalizados.
  - 4.2.3. Copia de formatos
  - 4.2.4. Hipervínculos, edición total
  - 4.2.5. Formatos condicionales.
- 4.3. Formato de Hoja de Cálculo.
  - 4.3.1. Trabajo con Filas y Columnas.
  - 4.3.2. Insertar, Eliminar, Renombrar Hojas.
  - 4.3.3. Uso de Temas.
  - 4.3.4. Preparación del documento para Imprimir.
- 4.4. Trabajo con Hojas.
  - 4.4.1. Organizar, Copiar, Ocultar, Mostrar.
  - 4.4.2. Búsquedas y Reemplazos.
  - 4.4.3. Estrategias para la organización de datos en la hoja de cálculo.
- 4.5. Creación y formateo de gráficos a partir de Tablas.
- 4.6. Trabajo con Fórmulas.
  - 4.6.1. Fórmulas matemáticas, técnicas básicas de creación y uso utilizando operadores aritméticos y agrupando operaciones.



- 4.6.2. Datos relativos y absolutos, su interpretación en la creación de fórmulas.
- 4.6.3. Uso de rangos en funciones.
- 4.6.4. Uso de funciones preestablecidas básicas.
- 4.6.5. Funciones matemáticas: **ALEATORIO, ALEATORIO.ENTRE, SUMA, PRODUCTO, SUMAPRODUCTO, RESTO, ENTERO, RCUAD, POTENCIA, REDONDEAR, REDONDEAR.MAS, REDONDEAR.MENOS.**
- 4.6.6. Funciones estadísticas: **MAX, MIN, PROMEDIO, CONTAR, CONTARA, MODA.UNO, K.ESIMO.MENOR, K.ESIMO.MAYOR.**
- 4.6.7. Fórmulas lógicas básicas usando operadores: **=, >, <, >=, <=, <>.**
- 4.6.8. Funciones lógicas básicas: **Y, O, ES.PAR, ES.IMPAR, SI, ELEGIR.**
- 4.6.9. Anidamiento de funciones para controlar situaciones complejas
- 4.6.10. Funciones para resúmenes condicionales:  
**SUMAR.SI, SUMAR.SI.CONJUNTO, CONTAR.SI, CONTAR.SI.CONJUNTO, PROMEDIO.SI, PROMEDIO.SI.CONJUNTO**
- 4.6.11. Control de errores en las fórmulas: **ESERROR, NO, SIERROR.**
- 4.7. Fórmulas y funciones con fechas: **HOY, AHORA, HORA, MINUTO, SEGUNDO, DIA, MES, AÑO, FECHA, SIFECHA, FIN.MES, DIASEM.**
- 4.8. Fórmulas y Funciones con datos de tipo texto, conversión de datos: **LARGO, IZQUIERDA, DERECHA, MED, RECORTAR, MAYUSC, MINUSC, NOMPROPIO, HALLAR, ENCONTRAR, REEMPLAZAR, SUSTITUIR, CONCATENAR, &, CAR, CODIGO, TEXTO.**
- 4.9. Trabajos con hojas múltiples y archivos.
- 4.10. Funciones de Búsqueda y referencia: **CONSULTAV (BUSCARV), CONSULTAH (BUSCARH).**
- 4.11. Gestión de Bases de Datos
  - 4.11.1. Definición y condiciones imprescindibles para una correcta gestión en Excel.
  - 4.11.2. Uso de Funciones BD: **BDSUMA, BDMIN, BDPROMEDIO, BDCONTAR, BDCONTARA.**
  - 4.11.3. Uso de Auto Filtros y Filtros Avanzados.



## V. CONTENIDOS PROCEDIMENTALES:

- Análisis de las situaciones presentadas en los casos y problemas propuestos.
- Uso de razonamiento lógico para enfocar correctamente la solución de un problema.

## VI. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Los alumnos desarrollarán ejercicios propuestos de acuerdo al avance del programa del curso.
- Asesoría y orientación por parte del docente.

## VII. ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Exposición de datos teóricos por parte del profesor y explicación de los casos de estudio para la creación de distintas soluciones.

Cada tema se irá mostrando visualmente a los alumnos a través del apoyo de herramientas audiovisuales de manera que puedan seguir las secuencias de trabajo.

## VIII. EVALUACIÓN

Los criterios que serán tomados en cuenta en la evaluación de los alumnos son:

- Uso de las herramientas informáticas
- Representación gráfica e interpretación de resultados de sus trabajos
- Justificación y argumentación de las decisiones tomadas en el uso de las herramientas.
- Presentación y exposición de trabajos.
- Autonomía en el desarrollo de los trabajos y ejercicios.



## IX. CÁLCULO DE LA NOTA DE PRÁCTICAS O NOTAS DE TRABAJO:

Las prácticas calificadas tienen la siguiente ponderación:

Práctica Calificada 1 (**PC\_01**):..... 10%

Práctica Calificada 2 (**PC\_02**):..... 20%

Práctica Calificada 3 (**PC\_03**):..... 35%

Práctica Calificada 4 (**PC\_04**):..... 35%

La fórmula final para el cálculo de la Nota de Trabajo es:

$$\text{Nota de Trabajo} = 10\% \times PC\_01 + 20\% \times PC\_02 + 35\% \times PC\_03 + 35\% \times PC\_04$$

## Cálculo del PROMEDIO FINAL del curso

La ponderación de los Exámenes y la Nota de Trabajo será:

Examen parcial (EP) .....: 25%

Promedio de prácticas o Nota de Trabajo (NT) ..: 45%

Examen final (EF) .....: 30%

$$\boxed{\text{Promedio Curso}=0.25\times EP+0.45\times NT+0.3\times EF}$$

## VIII. Bibliografía y material de apoyo al curso

- <http://office.microsoft.com/es-es/support/introduccion-de-microsoft-office-2010-FX100996114.aspx>
- Material de consulta que se pone a disposición de los alumnos
- Battner, Microsoft Excel 2010, Prentice Hall.



## Datos Adicionales respecto a las evaluaciones:

- No se realizará la eliminación de ninguna nota de práctica calificada.
- Los alumnos que no asistan a una evaluación en la fecha y hora fijadas, no podrán recuperar dicha práctica sin autorización oficial emitida por la oficina de Servicios Académicos.
- Los alumnos que hayan recibido la autorización de recuperación de una práctica no rendida, lo harán en una sola fecha al finalizar el ciclo donde se incluirán todos los temas que en el curso se hayan desarrollado.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SÍLABO

Nombre del curso: **Gerencia**

Código: 49047

Departamento académico: Administración

Prerrequisito(s): Introducción a los Negocios

Semestre académico: 2013 -2

Nombre de los docentes:

Sección A: Prof. Alejandro Flores Castro	<a href="mailto:Flores_ja@up.edu.pe">Flores_ja@up.edu.pe</a>
Sección B: Prof. Alejandro Flores Castro	<a href="mailto:Flores_ja@up.edu.pe">Flores_ja@up.edu.pe</a>
Sección C: Prof. Antonio Vallarino Vinatea	<a href="mailto:Vallarino_JA@up.edu.pe">Vallarino_JA@up.edu.pe</a>
Sección D: Prof. Migle Maya Flores	<a href="mailto:Maya_RM@up.edu.pe">Maya_RM@up.edu.pe</a>
Sección E: Prof. Mario Escribens Olaechea	<a href="mailto:Escribens_me@up.edu.pe">Escribens_me@up.edu.pe</a>
Sección F: Prof. Mario Escribens Olaechea	<a href="mailto:Escribens_me@up.edu.pe">Escribens_me@up.edu.pe</a>
Sección G: Prof. Migle Maya Flores	<a href="mailto:Maya_RM@up.edu.pe">Maya_RM@up.edu.pe</a>
Sección H: Prof. Manzur Fegale	<a href="mailto:Manzurfegale@gmail.com">Manzurfegale@gmail.com</a>

### I. Sumilla:

El curso corresponde al Plan de Estudios de la Facultad de Ciencias Empresariales. Es de carácter obligatorio y exige del alumno un alto nivel de reflexión y crítica de los conceptos y modelos a estudiar. El curso brinda la oportunidad al alumno de reconocer los elementos del diseño de la estructura en las organizaciones y relacionarlos con los factores del entorno. Así mismo, plantea propuestas para la solución de problemas gerenciales a partir del análisis del diseño de la estructura y de los enfoques estratégicos.

### II. Competencias del Perfil general del egresado:

El curso contribuye a desarrollar las siguientes competencias:

- Visión integral:

- Desarrollar una visión holística del mundo empresarial.
- Estructurar un pensamiento sistemático para la toma de decisiones.
- Articular e integrar elementos y partes generando un efecto sinérgico.
- Diseñar modelos de negocios con capacidad de generar valor.
- Planear estrategias para las organizaciones.

- Gestión y productividad:

- Diseñar modelos de gestión eficaces
- Organizar eficaz y eficientemente procesos de producción, de gestión y de apoyo.

- Flexibilidad y apertura al cambio:

- Promover el cambio en las organizaciones.
- Desarrollar comportamientos proactivos hacia la innovación.
- Proponer ideas y procesos de mejora continua en las organizaciones.



### **III. Metas y objetivos de aprendizaje**

- Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.
  - Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales
  - Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un ensayo escrito
- Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global
  - Nuestros estudiantes demostrarán su capacidad de trabajar en equipos multidisciplinarios.

### **IV. Resultados de aprendizaje**

Al finalizar el curso el alumno identifica las interrelacionar que se generan entre los elementos que intervienen y actúan en el diseño de las organizaciones, distingue y compara nuevas y cambiantes situaciones del entorno para tomar decisiones frente a ellas, explica y justifica puntos de vistas convergentes y divergentes respecto a situaciones y planteamientos que se producen en las organizaciones y planea soluciones para los problemas y oportunidades de las organizaciones.

### **V. Contenidos**

#### **Unidad didáctica 1: Empresa, sociedad y generación de valor**

- Introducción
- Modelos de gestión vs modelo de negocios
- Generación de valor y conflicto de intereses
- La empresa como sistema
- Análisis de stakeholders
- Procesos y sistema de flujos de materiales, de actividades, de órdenes, de información y de efectivo.

#### **Unidad didáctica 2: Diseño de Estructuras Organizativas**

- La sociedad de organizaciones, el entorno, las mega tendencias.
- Los tipos de configuraciones estructurales: burocráticas y orgánicas.
- Diseño: Ciclos de vida de la organización y aporte de valor.
- Diseño organizativo: requerimientos e implicancias
- Diseño de la estructura base: las partes, los mecanismos, los flujos.
- Diseño de la estructura de gestión: elementos e interacción.
- Diseño de la estructura de situaciones: las contingencias.
- Los parámetros de diseño
- Las fuerzas que actúan en las organizaciones.
- Modelos genéricos de estructuras organizativas.



### Unidad didáctica 3: Estrategia empresarial

- Relación entre estrategia y estructura. Principales escuelas.
- Revisión del proceso de planeamiento estratégico y sus elementos: misión, visión, objetivos y estrategias y del análisis del externo e interno de la empresa.
- Cadena de Valor. Orquestación estratégica
- Análisis de la ventaja competitiva. Análisis de los recursos y capacidades. Naturaleza y fuentes de la ventaja competitiva
- Tipología de estrategias
  - estrategias competitivas genéricas
  - estrategias de integración
  - estrategias intensivas
  - estrategias de diversificación
  - estrategias defensivas
- Innovación y cambio
- Mapas estratégicos e indicadores de control

#### VI. Estrategias didácticas:

El curso será desarrollado de manera modular sobre la base de las dos áreas temáticas centrales que le permitirán al alumno tener una visión sobre lo que implica la gerencia de las organizaciones.

La estrategia que se utilizará para el desarrollo de las sesiones será la siguiente:

1. Recordar conceptos claves en relación al tema de la sesión.
2. Plantear las ideas centrales a través de su exposición, del diálogo grupal y de la discusión de los temas tratados en las lecturas asignadas.
3. Presentar y analizar casos y ejemplos extraídos de la realidad.
4. Asesorar a los alumnos en el proceso de análisis y solución de los casos.

Para lo cual el alumno tendrá como responsabilidad:

- Leer y esquematizar el material de lectura seleccionado para cada semana
- Interactuar activamente en clase a través de debates, diálogos y exposiciones.
- Resolver los casos empresariales planteados.
- Elaborar una red conceptual sobre los contenidos del curso.

#### VII. Criterios de evaluación:

Instrumento	Criterio de evaluación	Ponderación
<ul style="list-style-type: none"><li>• Revisión de lectura</li><li>• Solución de casos</li><li>• Ejercicios en clase</li><li>• Intervención oral</li></ul>	Capacidad para analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos.	40%
<ul style="list-style-type: none"><li>• Examen parcial</li></ul>	Dominio conceptual y práctico de los temas centrales estudiados hasta el parcial.	30%
<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajo final</li></ul>	Dominio conceptual y práctico de los temas centrales estudiados durante el curso.	30%



### VIII. Bibliografía:

#### DISEÑO DE ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS:

##### Obligatoria:

**MINTZBERG, Henry (1991). *Mintzberg y la Dirección*. Madrid: Diaz de Santos. LIBRO TEXTO**

**MINTZBERG, Henry (2009). *Managing*. San Francisco: Berret-Koehler Publishers**

**HAMEL, Gary y BREEN, Bill (2008). *El futuro de la administración*. Bogotá: Editorial Norma.**

**MINTZBERG, Henry (1995). *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona: Ariel, 4ta. reimpresión.**

**DAFT, Richard (2005). *Teoría y diseño organizacional*. México: Thomson Editores. 8<sup>a</sup>. Edición**

**NADLER, David y TUSHMAN, Michael (1999). *El diseño de la organización como arma competitiva: el poder de la arquitectura organizacional*. México: Oxford University Press.**

**OSTROFF, Frank (1999). *La organización horizontal*. México: Oxford University Press.**

**PETERS, Tom (1993). *Reinventando la Excelencia: el management liberador*. Barcelona: Ediciones B.**

##### Complementaria:

**BARTLETT Christopher y GHOSHAL, Sumantra (1991). "La estructura matricial, más que un modo de organizar, es una manera de pensar y dirigir". *Harvard Deusto Business Review*, nº 45, I/91, págs. 107-116.**

**CHILD, John (1990). *Organización: guía práctica para problemas y práctica*. México: CECSA. 2da impresión.**

**GHOSHAL, Sumantra y MINTZBERG, Henry (1994). "Diversificación: de la teoría a la realidad". *Harvard Deusto Business Review*, nº 64, 6/94, págs. 4-18.**

**GUILLÉN, Mauro. "Tendencias organizativas y métodos de gestión: hacia la era de la confluencia". *Harvard Deusto Business Review*, nº 66, págs. 13-24.**

**RODENES, M.; PEYDRO, J. y DEL CAMPO, J.M. (1997). "Redes de empresas, la organización del futuro". *Alta Dirección*, núm. 193, may-jun, págs. 213-227.**

#### ESTRATEGIA:

##### Obligatoria

**FRANCES, Antonio (2010) *Estrategia y planes para la empresa*. México: Pearson Educación – LIBRO TEXTO**

**DAVID, Fred. (2008) *Conceptos de Administración Estratégica*. 11a. Edición. Pearson Educación, México.**

**GRANT, Robert. (2006) *Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones*. 5ta. Edición, Editorial Civitas S.A., Madrid.**

**HAX, A.; MAJLUF, N. (2004) *Estrategias para el liderazgo competitivo-De la visión a los resultados*. GRANICA. Buenos Aires.**



HAMEL, G; BREEN, B. (2008) *El futuro de la administración*. Editorial Norma, Bogotá.

PORTER, Michael. (2009) *Ser competitivo*. Editorial Deusto.

KAPLAN, R. y NORTON, D. (2005) *Mapas Estratégicos*. HBR Press, U.S.A.

KIM, Ch. y MAUBORGNE, R. (2005) *Estrategia de Océano Azul*, HBR Press, USA

### **Complementaria**

MINTZBERG, H; AHLSTRAND, B. & LAMPEL, J. (2003). *Safari a la estrategia: una visita guiada por la jungla del management estratégico*. Granica, Buenos Aires.

MINTZBERG, Henry. (1994). *The rise and fall of Strategic Planning*. Free Press, NY.

MINTZBERG, H.; BRIAN QUINN, J. (1991) *El proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos*. Prentice Hall, México.

PRAHALAD, C.K. (2005) *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide*. Editorial Norma. Bogotá.

MONTGOMERY, C. (1991) *Seeking and Securing Competitive Advantage*. Harvard Business Review Press, U.S.A.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## IX. Cronograma

<u>Semana</u>	<u>Fechas</u>	<u>Unidades Didácticas, Contenidos y Temas</u>	<u>Actividades</u>	<u>Lecturas sugeridas</u>	<u>Entregable en clase</u>
<u>1<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>Introducción general</b> ✓ Modelos de gestión vs modelo de negocios ✓ Generación de valor y conflicto de intereses ✓ La empresa como sistema Análisis de stakeholders			
<u>1<sup>a</sup></u>	2° fecha	✓ Procesos y sistema de flujos de materiales, de actividades, de órdenes, de información y de efectivo. ✓ Tendencias mundiales: RSE ✓ Tendencias mundiales: BOP La condicionante del cambio ✓ El mundo de las organizaciones ✓ Evolución de las organizaciones		<b>“Reinventando La Excelencia. El Management Liberador”</b> <b>Tom Peters</b> ▪ “Las organizaciones despegadas”	
<u>2<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>Estructura de las organizaciones</b> ✓ Introducción ✓ Diseñar organizaciones ✓ Modelar organizaciones ✓ Consideraciones clásicas	Video “Paradigmas”	<b>La organización horizontal”</b> <b>Frank Ostroff</b> ▪ ¿Quién necesita a la organización horizontal?	
<u>2<sup>a</sup></u>	2° fecha	<b>Diseño de la Base</b> ▪ Las partes básicas ▪ Los mecanismos de coordinación		<b>“La estructuración de las organizaciones”.</b> <b>Henry Mintzberg</b> ▪ Cap. # 1: Paginas 25 - 40 ▪ Cap. # 2: Paginas 43 - 60 ▪ Cap. # 3: Paginas 61 - 93	
<u>3<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>Diseño de la Base</b> ▪ Los sistemas de los flujos	CASO DE APLICACIÓN		
<u>3<sup>a</sup></u>	2° fecha	<b>Diseño de la Gestión:</b> ▪ Los parámetros de gestión		<b>“El diseño como arma competitiva”</b> <b>Nadler y Tushmann</b> Como trazar un mapa de terreno organizacional	



<b><u>4<sup>a</sup></u></b>	1° fecha	<b>Diseño de la Gestión:</b> ▪ Los parámetros de gestión			
<b><u>4<sup>a</sup></u></b>	2° fecha	<b>Diseño de Situaciones</b> Las fuerzas en las organizaciones	CASO DE APLICACIÓN	<b>“La estructuración de las Organizaciones”.</b> Mintzberg, H. (págs. 95 – 150)	
<b><u>5<sup>a</sup></u></b>	1° fecha	<b>Las estructuras prototípicas:</b> ▪ Configuración Maquinal		<b>“Mintzberg y la Dirección”.</b> Mintzberg, H. (págs. 153-178)	
<b><u>5<sup>a</sup></u></b>	2° fecha	<b>Las estructuras prototípicas:</b> ▪ Configuración Divisional		<b>“Mintzberg y la Dirección”.</b> Mintzberg, H. (págs. 179-202)	
<b><u>6<sup>a</sup></u></b>	1° fecha	<b>Las estructuras prototípicas:</b> ▪ Configuración Profesional		<b>“Mintzberg y la Dirección”.</b> Mintzberg, H. (págs. 203-228)	
<b><u>6<sup>a</sup></u></b>	2° fecha	<b>Las estructuras prototípicas:</b> ▪ Configuración Empresarial ▪ Configuración Innovadora	CASO DE APLICACIÓN	<b>“Mintzberg y la Dirección”.</b> Mintzberg, H. (págs. 135-151 / 203-228)	
<b><u>7<sup>a</sup></u></b>	1° fecha	<b>Las estructuras prototípicas:</b> ▪ Configuración Política ▪ Configuración Misionera		<b>“Mintzberg y la Dirección”.</b> Mintzberg, H. (págs. 229-257)	
<b><u>7<sup>a</sup></u></b>	2° fecha	<b>Otras estructuras prototípicas</b> ▪ Configuración en red ▪ Configuración virtual		<b>“El futuro de la administración”</b> Hamel, G.	
<b><u>8<sup>a</sup></u></b>	1° y 2° fecha	<b>EXAMEN PARCIAL</b>	Comprende todo lo visto en clase y trabajos realizados		



<u>9<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>Introducción general.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Enlace entre Estructura y Estrategia</li> <li>✓ Competitividad-Estrategia</li> <li>✓ Visión-misión-objetivos</li> <li>✓ Modelo de plan estratégico</li> </ul>		<b>“Ser competitivo”</b> M. Porter Capítulo 1 y 2 <b>“Estrategia y planes para la empresa”</b> A. Francés Capítulo 1	
<u>9<sup>a</sup></u>	2° fecha	<b>Competitividad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Competitividad de naciones</li> <li>✓ Competitividad del Perú</li> <li>✓ Reporte del WEF 2010</li> </ul>	CASO DE APPLICACIÓN	<b>“Ser competitivo”</b> M. Porter Capítulo 5 y 6 <b>“Reporte del W.E.F 2010” El caso del Perú</b>	
<u>10<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>Análisis externo de la empresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análisis del medio externo.</li> <li>✓ Análisis estructural del sector</li> <li>✓ Cadena de valor del sector</li> <li>✓ Matriz de análisis</li> </ul>		<b>“Estrategia y planes para la empresa”</b> A. Francés Capítulo 2	
<u>10<sup>a</sup></u>	2° fecha	<b>Análisis interno de la empresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Orquestación estratégica</li> <li>✓ Cadena de valor de la empresa</li> <li>✓ Factores de éxito. F. O. D. A.</li> </ul>	CASO DE APPLICACIÓN	<b>“Estrategia y planes para la empresa”</b> A. Francés Capítulo 4	
<u>11<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>Análisis estratégico</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Niveles de estrategia.</li> <li>✓ Estrategias competitivas genéricas:           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Liderazgo en Costos</li> </ul> </li> </ul>		<b>“Estrategia y planes para la empresa”</b> A. Francés Capítulo 3	
<u>11<sup>a</sup></u>	2° fecha	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Diferenciación</li> <li>➢ Enfoque</li> </ul>	CASO DE APPLICACIÓN		
<u>12<sup>a</sup></u>	1° fecha	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrategias por unidades de negocio.</li> <li>✓ Estrategias funcionales.</li> <li>✓ Estrategias de crecimiento y Ciclo de vida de las empresas:           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Penetración</li> <li>➢ Desarrollo de producto</li> <li>➢ Desarrollo de mercado</li> </ul> </li> </ul>		<b>“Estrategia y planes para la empresa”</b> A. Francés Capítulo 5	
<u>12<sup>a</sup></u>	2° fecha	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrategias de crecimiento:           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Diversificación:               <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Integración vertical</li> <li>▪ Diversificación horizontal</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	CASO DE APPLICACIÓN	<b>“Conceptos de Adminstr. Estratégica”</b> David, Fred. Capítulo 5	
<u>13<sup>a</sup></u>	1° fecha	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diversificación concéntrica</li> <li>▪ Por conglomerados</li> </ul>		<b>“Conceptos de Adminstr. Estratégica”</b> David, Fred. Capítulo 6	
<u>13<sup>a</sup></u>	2° fecha	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Matrices estratégicas:           <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Matriz A-PM / BCG / ADL</li> </ul> </li> </ul>		<b>“Conceptos de Adminstr. Estratégica”</b> David, Fred. Capítulo 6	
<u>14<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>La estrategia de Océano Azul</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contexto y alcance</li> <li>✓ La empresa en un contexto de innovación y cambio.</li> <li>✓ Casos de éxito</li> </ul>		<b>“Estrategia de Océano Azul”</b> Kim, Chan Cap. 1 y 2	



<u>14<sup>a</sup></u>	2° fecha	<b>La estrategia de Océano Azul</b> ✓ La innovación como cambio organizativo. ✓ La capacidad innovadora empresarial.	CASO DE APLICACIÓN		
<u>15<sup>a</sup></u>	1° fecha	<b>La estrategia y los procesos</b> ✓ Integración de actividades ✓ El <i>Balance Scorecard BSC</i>		<b>Mapas estratégicos</b> Kaplan, R.S. y Norton, D.P. Cap. 1 y 2 <b>“Estrategia y planes para la empresa”</b> A. Francés Cap. 6	
<u>15<sup>a</sup></u>	2° fecha	✓ El mapa estratégico ✓ Tabla de objetivos, medidas, metas e iniciativas. ✓ Alineamiento estratégico	CASO DE APLICACIÓN	<b>Mapas estratégicos</b> Kaplan, R.S. y Norton, D.P. Cap. 3 <b>“Estrategia y planes para la empresa”</b> A. Francés Cap. 6	
<u>16<sup>a</sup></u>	1° y 2° fecha	<b>EXAMEN FINAL</b>	Comprende todo lo visto en clase y trabajos realizados		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SÍLABO

Nombre del curso : Sociología  
Código : 58109  
Departamento académico : Ciencias Sociales Y Políticas  
Semestre académico : 2013-1  
Secciones : A, B, C, D, E, F, G, H, I y J  
Docente : Prof. Ana María T. Becerra Marsano (Sección A)  
(Coordinadora)  
[becerra\\_amt@up.edu.pe](mailto:becerra_amt@up.edu.pe)  
Oficina E 105. Primer piso

Rodrigo Alejandro Zevallos Huaytán (Secciones B, H e I)  
[zevallos\\_ra@up.edu.pe](mailto:zevallos_ra@up.edu.pe)

Guadalupe Pérez Recalde (Sección C y J)  
[g.perezrecalde@up.edu.pe](mailto:g.perezrecalde@up.edu.pe)

José Raúl Haya de la Torre Guablocche (Secciones D y G)  
[hayadelatorre\\_jr@up.edu.pe](mailto:hayadelatorre_jr@up.edu.pe)

César A. Guadalupe Mendizábal (Sección E)  
[ca.quadalupem@up.edu.pe](mailto:ca.quadalupem@up.edu.pe)

Juan Alberto Rocha Ávila (Sección F)  
[j.rochaaguila@up.edu.pe](mailto:j.rochaaguila@up.edu.pe)

### I. Sumilla

El curso contribuye a la formación integral, humanista y multidisciplinaria de los estudiantes de la Universidad del Pacífico y pretende desarrollar y/o fortalecer la actitud crítica y comprometida con la equidad y el desarrollo social en nuestro país.

Aborda temas centrales de las ciencias sociales a partir de la identificación, análisis y explicación de las principales fuerzas sociales que dan forma a los procesos socio-culturales contemporáneos.

Ayudará a los estudiantes de la UP a aplicar las lógicas propias de cada una de sus carreras de manera contextualizada, favoreciendo la mirada integral necesaria para un desempeño más eficiente a lo largo de su formación y de su práctica profesional.

Dentro del plan de estudios vigente es el segundo curso obligatorio que ofrece este departamento académico siendo de segundo o tercer ciclo según la carrera. Tiene como antecedente psicología, y precede a Ciencia Política, Pensamiento Social Contemporáneo y Proyección Social hacia el final de las carreras.



## II. Resultado de aprendizaje

Incorporar un marco contextual con las principales variables sociológicas en sus respectivas profesiones. Aportar conocimientos básicos de la teoría y enfoques metodológicos de la Sociología, con la finalidad de sensibilizar y generar una actitud crítica en los estudiantes en torno a los principales procesos sociales de la sociedad peruana de las últimas décadas, en el marco de la globalización y de la sociedad de la información.

Realizar de modo creativo y en grupos pequeños, un trabajo de investigación social que integre y profundice algunos contenidos de las unidades didácticas del curso.

## III. Competencias que desarrolla

- Visión integral
- Flexibilidad y apertura al cambio
- Trabajo en equipo

## IV. Contenidos

### Introducción

#### UNIDAD N°1

**¿De qué trata la sociología? ¿Por qué se dice que es una disciplina impertinente?**

- 1.1 Las preguntas de la Sociología.
- 1.2 La Sociología y las Ciencias Sociales.
- 1.3 La investigación social: diseños y metodologías.

#### UNIDAD N° 2

**Sociedad, cultura e identidad.**

- 2.1 **El proceso de socialización.** ¿Cómo funciona y por qué es efectivo?
- 2.2 **Las relaciones entre géneros, sexo y cuerpo.** Diversidad y complejidad.
- 2.3 **Características de la cultura.** ¿Por qué es difícil la ciudadanía intercultural?

#### UNIDAD N° 3

**Instituciones sociales.**

- 3.1 **Importancia de las instituciones en la sociedad.** Las transformaciones de las instituciones y sus consecuencias.
- 3.2 **Instituciones sociales:** la familia y la religión. ¿Cuánto están cambiando y como nos afectan esos cambios?

#### UNIDAD N° 4

**La Globalización y algunos retos contemporáneos**

- 4.1 El fenómeno de la globalización
- 4.2 La sociedad peruana actual frente a los dilemas de la globalización.
- 4.3 Desarrollo y medio ambiente.
- 4.4 Conflictos y movimientos sociales.
- 4.5 Migraciones.



## **UNIDAD Nº 5**

### **Diferenciación social**

- 5.1 Estratificación social y clases sociales.
- 5.2 Discriminación y exclusión social en el Perú.

## **V. Estrategias didácticas**

Las estrategias didácticas que se emplearán para el desarrollo del curso son exposiciones dialogantes, espacios de discusión y debate a partir de la lectura de textos pertinentes y/o de acontecimientos cotidianos de nuestro entorno social entre otros. Otra estrategia es el acompañamiento y asesoría a los trabajos en grupo e individuales.

Estas estrategias tienen la finalidad de motivar a los estudiantes para que realicen un proceso de aprendizaje sistémico, ejercitando su flexibilidad de pensamiento, su capacidad de analizar y evaluar situaciones desde diversas posiciones, su actitud crítica y cuestionadora, así como la curiosidad y capacidad de investigación, desarrollando o fortaleciendo un comportamiento intercultural y de respeto al otro.

Las actividades de aprendizaje que se espera que el estudiante realice son:

- Leer y analizar el material bibliográfico solicitado oportunamente para la respectiva unidad de aprendizaje.
- Elaborar mapas conceptuales o esquemas y cuadros sinópticos del material leído.
- Participar activamente en la discusión y debate en clase de las actividades que se organicen en el curso.
- Participar en los conversatorios u eventos que se organicen en el curso.
- Coordinar los avances y bibliografía del trabajo de investigación con el profesor fuera del horario de clases.
- Realizar búsqueda de información en la Web para el trabajo de investigación
- Elaborar un trabajo de investigación grupal y exponerlo ante los demás grupos en el aula.

## **VI. Evaluación**

La evaluación es un proceso permanente y por ello los procedimientos y pesos asignados a la calificación serán del modo siguiente:

• <b>Examen parcial:</b>	<b>20%</b>
• <b>Examen final :</b>	<b>20%</b>
• <b>Nota de trabajos (evaluación del proceso):</b>	<b>60%</b>
- Un trabajo grupal escrito	15%
- Un trabajo grupal audiovisual	10%
- Dos controles de lecturas (uno escrito y uno oral)	20%
- Avance de trabajo grupal 1	5%
- Avance de Trabajo grupal 2	5%
- Participación individual, cumplimiento a cabalidad de los trabajos, asistencia y puntualidad	5%

**Los controles de lectura se detallan en el cronograma y a manera de referencia son:**



**Primer control de lecturas (sexta semana de clases)**

- Callirgos, Juan Carlos. **Sobre Héroes y batallas. Los caminos de la identidad masculina.**
- Beck-Gernsheim, E. **La nueva complejidad de la familia (Cap. 1)** EN: *La reinvencción de la familia: en busca de nuevas formas de convivencia*.
- Kymlicka, Will. **Estados multiculturales y ciudadanos interculturales.**

**Segundo Control de lecturas (12º semana de clases)**

- Bauman, Zygmunt. **Daños colaterales del consumismo (Cap. 4)** EN: *Vida de consumo*.
- Patel, Raj. **Como nuestras elecciones nos eligen a nosotros (Cap. 9)** EN: *Obesos y famélicos. Globalización, hambre y negocios en el nuevo sistema alimentario mundial*.
- Stiglitz, J. **“Prefacio” y “1984 está al caer” (Cap. 6)**. EN: *El precio de la desigualdad*.

**VII. Referencias**

**Obligatoria:**

1. BAUMAN, ZIGMUNT. **Vida de consumo**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A., 2007.
2. CALLIRGOS, JUAN CARLOS. **Sobre héroes y batallas. Los caminos de la identidad masculina**. Lima. Escuela para el desarrollo, 1998.
3. CASTELLS, Manuel y M. SUBIRATS. **Mujeres y hombres ¿un amor imposible?** Madrid, Alianza Editorial, 2007.
4. DEGREGORI, CARLOS IVAN. **Desigualdades persistentes y construcción de un país de ciudadanos**. En Revista Cuestión de Estado. Lima, Instituto Diálogo y Pospuesta – (IDS), Marzo 2004.
5. FLORES GALINDO, ALBERTO. Buscando un inca. Identidad y utopía en los Andes. Editorial Horizonte 1994
6. GIDDENS, ANTHONY. **Sociología**. Madrid, Alianza Editorial S.A., Sexta edición, 2010.
7. GIDDENS, ANTHONY. **Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas**. Madrid, Taurus. 2000.
8. KYMLICKA WILL. **Estados multiculturales y ciudadanos interculturales**. Ponencia presentada en el V Congreso Latinoamericano de Educación Bilingüe. Lima, agosto del 2002.
9. LÓPEZ MAGUIÑA, SANTIAGO Y OTROS. **Industrias culturales. Máquina de deseos en el mundo contemporáneo**. Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú, primera edición, diciembre de 2007.
10. MACIONIS JHON J y PLUMMER KEN. **Sociología**. Madrid, Pearson Educación S.A., 1999.
11. MANRIQUE, NELSON. **La piel y la pluma**. [http://www.andes.missouri.edu/andes/especiales/nmpielpluma/nm\\_piel\\_ypluma1.html](http://www.andes.missouri.edu/andes/especiales/nmpielpluma/nm_piel_ypluma1.html).
12. MANRIQUE, NELSON. **Estudios culturales, discursos, poderes y pulsiones**. PUCP-UP-IEP, 2003.
13. PATEL, RAJ. **Obesos y famélicos: globalización, hambre y negocios en el nuevo sistema alimentario mundial**. Buenos Aires, MAREA, primera edición, 2008.
14. PLAZA, ORLANDO. (Editor). **Clases sociales en el Perú: ¿qué nos dice la evidencia disponible sobre el Perú reciente?** Lima, PUCP: 2007.



15. POPULATION REFERENCE BUREAU - Measure Communication. **Informe de Mujeres sobre la Violencia contra su sexo.** Correo electrónico: measure@prb.org.
16. RUSSEL HOCHSCHILD, ARLIE. **La mercantilización de la vida íntima. Apuntes de la casa y del trabajo.** Buenos Aires, Katz editores, 2008.
17. SANTOS, MARTIN. Diario de un pandillero. Algunas reflexiones sociológicas. EN **Ciudad de jóvenes, imágenes y cultura.** Lima, PUCP. 2005.
18. SEN, A. **Identidad y violencia. La ilusión del destino.** Buenos Aires, Katz Ed., 2007.
19. STIGLITZ, J. **El precio de la desigualdad.** México D.F., TAURUS, 2012.

**Complementaria:**

1. ARELLANO CUEVA, ROLANDO. **Los estilos de vida en el Perú. Como somos y pensamos los peruanos en el siglo XXI.** Lima editado por Consumidores & Mercados (Perú) S.A., febrero de 2000.
2. ARELLANO CUEVA, ROLANDO y DAVID BURGOS ABUGATTAS."Ciudad de los Reyes, de los Chávez, los Quispe...". Lima, Arellano Investigación de Marketing S.A., febrero de 2004.
3. ARELLANO CUEVA, ROLANDO. **Al medio hay sitio. El crecimiento social según los estilos de vida.** Lima, Editorial Planeta Perú S.A. 2010.
4. APOYO Opinión y Mercado: **Informe gerencial de Marketing. Niveles socioeconómicos de la Gran Lima 2011.**, Lima, julio de 2011.
5. BAUMAN ZYGMUNT. **Mundo – Consumo. Ética del individuo en la aldea global.** Barcelona, ediciones Paidós Ibérica, primera edición, febrero de 2010.
6. BECK-GERSHEIM, E. **La reinvencción de la familia: en busca de nuevas formas de convivencia.** Barcelona, editorial PAIDOS, 2003
7. BECK, ULRICH. **¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización.** Barcelona, Editorial PAIDOS, 1998.
8. BERGER, PETER y THOMAS LUCKMAN. **La construcción social de la realidad.** Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1968.
9. CALLIRGOS, JUAN CARLOS. **El racismo. La cuestión del otro (y de uno).** Lima, DESCO, 1993.
10. CASTELLS, MANUEL. **La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad.** Barcelona, Plaza Janés & Editores, 2001.
11. CASTELLS, MANUEL. **El capitalismo de la información y la exclusión social.:** <http://www.unrisd.org/espindex/publ/news/19esp/castnews.htm>
12. COMISIÓN DE LA VERDAD Y LA RECONCILIACIÓN. Informe final <http://www.cverdad.org.pe/ifinal/index.php>
13. DIAZ, Roger, Eduardo MORON y Janice SEINFELD (Editores). **Gasto en la mira: evaluando el gasto público.** Lima: Universidad del Pacífico, 2012.
14. DEGREGORI, CARLOS IVAN. **Perú: identidad, nación y diversidad cultural.** EN Heise, María. **Interculturalidad creación de un concepto y desarrollo de una actitud.** Perú, Programa Forte-PE, 2001.
15. DURAND, FRANCISCO. **El poder incierto. Trayectoria económica y política del empresariado peruano.** Fondo editorial del Congreso del Perú. Lima, 2004.
16. DURKHEIM, EMILE. **Las reglas del método sociológico.** Madrid, Alianza Editorial, 1988.
17. FULLER NORMA. (Editora) **Jerarquías en jaque. Estudios de género en el área andina.** Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, CLACSO, 2004.
18. GIDDENS, ANTHONY. **La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas.** Madrid, Ediciones Cátedra, 1992.
19. GOFFMAN, ERVING. **Estigma. La identidad deteriorada.** Buenos Aires,



- Amorrtor Editores, 1963.
20. GOFFMAN, ERVING. **La presentación de la persona en la vida cotidiana.** Buenos Aires, Amorrtor Editores, 1994 (2da. reimpresión).
21. HUBER, Ludwig. **Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado. Estudios de caso en los Andes.** Lima, IEP, 2002.
22. KOGAN, LIUBA. "La construcción social de los cuerpos o los cuerpos del capitalismo tardío" En: **Persona**, Revista de la Facultad de Psicología, Universidad de Lima), No. 6, 2003.
23. KOGAN, LIUBA. "El lugar de las cosas salvajes: paradigmas teóricos, diseños de investigación y herramientas" pp. 39-50 EN **Espacio abierto/Cuaderno venezolano de Sociología**. Vol. 13, N° 1, enero – marzo, 2004.
24. KOGAN LIUBA. "Performar para seguir performando: la cultura fitness" EN **Antropológica**/ Pontificia Universidad Católica del Perú. N° 23 (2004) pp. 151-164
25. PANFICHI, ALDO y VALCARCEL MARCEL (editores). **Juventud: sociedad y cultura.** Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 1999.
26. PNUD. **Informe sobre el desarrollo humano 2012.** Dirección electrónica: [http://www.pnud.org.pe/idh\\_2012.esp](http://www.pnud.org.pe/idh_2012.esp)
27. PORTOCARRERO, FELIPE, ENRIQUE VÁSQUZ Y GUSTAVO YAMADA (editores). **Políticas sociales en el Perú: Nuevos desafíos.** Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú: Universidad del Pacífico; Instituto de Estudios Peruanos; Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2010
28. PNUD. **Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2009. Por una densidad del estado al servicio de la gente.** Lima, abril de 2010.  
<http://www.pnud.org.pe/frmPubDetail.aspx?id=156>
29. SISTEMA DE NACIONES UNIDAS EN EL PERÚ. **Hacia el cumplimiento de los Objetivos de desarrollo del Milenio en el Perú.** Dirección electrónica: <http://www.onu.org.pe/odm/homex.htm>.
30. PORTOCARRERO, GONZALO. **Racismo y mestizaje.** Lima, Casa de Estudios del Socialismo, SUR, 1993.
31. RAMONET, IGNACIO (editor). **La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica.** Barcelona, Icaria Editorial. 2002.
32. RIFKIN, J. **La economía del Hidrógeno.** La creación de la red energética mundial y la redistribución del poder en la tierra". Buenos Aires, Paidós, 2002.
33. SANTOS ANAYA, MARTÍN CHRISTIAN. **La vergüenza de los pandilleros. Masculinidad, emociones y conflictos en esquineros del cercado de Lima.** Lima, CEAPAZ, 2002.
34. SARTORI, GIOVANNI. **Homo Videns. La sociedad teledirigida.** Buenos Aires, TAURUS, 1999.
35. SEN, AMARTYA. **Nuevo examen de la desigualdad.** Madrid, Alianza Editorial, 2000.
36. STERN, STEVE J. (editor). **Los senderos insólitos del Perú: guerra y sociedad, 1980-1995.** Lima, Instituto de Estudios Peruanos y Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, 1999.
37. OXFAM. **Informe Perú 2009-2010. Pobreza, desigualdad y desarrollo en el Perú.** Lima, Julio de 2010. <http://www.oxfam.org/es/pressroom/pressrelease/2010-07-22/oxfam-lanza-su-informe-anual-sobre-peru-pobreza>
38. MUJICA, JARIS. **El mercado negro (y las estrategias de acceso a la telefonía móvil).**Perú, Instituto de Estudios Peruanos, 2008.
39. TANAKA, MARTÍN. **¿Cómo enfrentar el problema de la exclusión social?** En Revista Cuestión de Estado. Lima, Instituto Diálogo y Propuesta -IDS-, marzo 2004.
40. WERNER, KLAUS y HANS WEISS. **El libro negro de las marcas. El lado oscuro de las empresas globales.** Primera edición, Buenos Aires, editorial Sudamericana, 2003.



## VIII. Referencias

Número de la semana de clases de sociología	Fechas	Contenido por unidad de aprendizaje del sílabo	Materiales resúmenes, mapas sobre lecturas, ejercicios audiovisuales, etc.)	Actividades	Lecturas que los estudiantes deben leer por semanas y fechas (*)
Primera semana	Lunes, 1, miércoles 3, jueves 4 y viernes 5 de abril	<b>Introducción</b> <b>Unidad N° 1 ¿De qué trata la sociología? ¿Por qué se dice que es una disciplina impertinente?</b> 1.1 Las preguntas de la sociología	Sílabo 2013-I	Presentación del curso, del profesor y de los alumnos. Establecer reglas de juego	
Segunda semana	Lunes 8, miércoles 10, jueves 11 y viernes 12 de abril	<b>Unidad N° 1 ¿De qué trata la sociología?</b> 1.2 La sociología y las ciencias sociales 1.3 La investigación social: diseños y metodologías de investigación			Giddens, Anthony. <b>¿Qué es la sociología?</b> (Cap. 1). EN: Sociología. Quinta Edición. 2009.
Tercera semana	Lunes 15, miércoles 17, jueves 18 y viernes 19 de abril	<b>Unidad N° 1 ¿De qué trata la sociología?</b> La investigación social: diseños y metodologías de investigación	Instrumentos de recolección de información	.	
Cuarta semana	Lunes 22, miércoles 24, jueves 25 y viernes 26 de abril	<b>Unidad N° 2 : Sociedad, Cultura e identidad</b> 2.1 Relación entre individuo , cultura y sociedad			Kymlicka, Will. <b>Estados multiculturales y ciudadanos interculturales.</b> Ponencia presentada en el V Congreso Latinoamericano de Educación Bilingüe. Lima: 2002.
Quinta semana	Lunes 29 abril, jueves 2 y viernes 3 de mayo	<b>Unidad N° 2 Sociedad, Cultura e identidad</b> 2.1 Relación entre individuo , cultura y sociedad	MIÉRCOLES 1 MAYO: FERIADO	Entrega Avance 1	Callirgos, Juan Carlos. Sobre Héroes y batallas. <b>Los caminos de la identidad masculina.</b> Escuela para el desarrollo. 1998.
Sexta semana	Lunes 6, miércoles 8, jueves 9 y viernes 10 de mayo	<b>Unidad N°3 Instituciones Sociales</b> 3.1 Importancia de las instituciones en la sociedad. Las transformaciones de las instituciones y sus consecuencias. Trasgresión y anomia.	Control 1: Escrito. Comprende todas las lecturas revisadas hasta la fecha semanalmente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Callirgos, Juan Carlos. <b>Sobre Héroes y batallas. Los caminos de la identidad masculina.</b></li> <li>• Beck-Gernsheim E. <b>La nueva complejidad de la familia.</b></li> <li>• Kymlicka, Will. <b>Estados multiculturales y ciudadanos interculturales.</b></li> </ul>	CONTROL 1	Gracia, M., & Contreras, J. <b>Cuerpo, dieta y cultura.</b> (Cap.7) EN: Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas. Barcelona: Ariel. 2005.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Número de la semana de clases de sociología	Fechas	Contenido por unidad de aprendizaje del sílabo	Materiales resúmenes, mapas sobre lecturas, ejercicios audiovisuales, etc.)	Actividades	Lecturas que los estudiantes deben leer por semanas y fechas (*)
Séptima semana	Lunes 13, miércoles 15, jueves 16 y viernes 18 de mayo	<b>Unidad N° 3 Instituciones sociales</b> 3.2 Algunas instituciones sociales: la familia y la escuela			Beck-Gernsheim, E. <b>La nueva complejidad de la familia (Cap. 1)</b> EN: La reinvenCIÓN de la familia: en busca de nuevas formas de convivencia.
Octava semana	De lunes 20 al sábado 25 de mayo inclusive				<b>PARCIALES</b>
Novena semana	Lunes 27, miércoles 29, jueves 30 y viernes 31 de mayo	<b>Unidad N° 4 La globalización y algunos retos contemporáneos</b> 4.1 El fenómeno de la globalización.		Corrección del examen.  Autoevaluación con alumnos y replanteamiento de contenidos	Stiglitz, J. <b>"Prefacio" y "1984 está al caer"</b> (Cap. 6). EN: El precio de la desigualdad.
Décima semana	Lunes 3, miércoles 5, jueves 6 y viernes 7 de junio	<b>Unidad N° 4 La globalización y algunos retos contemporáneos</b> 4.2 La sociedad peruana actual frente a los dilemas de la globalización. 4.3 Conflictos y movimientos sociales			Patel, Raj. <b>Cómo nuestras elecciones nos eligen a nosotros mismos (Cap. 9)</b> EN: Obesos y famélicos. Globalización, hambre y negocios en el nuevo sistema alimentario mundial.
Décimo primera semana	Lunes 10, miércoles 12, jueves 13 y viernes 14 de junio	<b>Unidad N° 4 La globalización y algunos retos contemporáneos</b> 4.4 Desarrollo y medio ambiente. 4.5 Migraciones.		Entrega Avance 2	Bauman, Zygmunt. <b>Daños colaterales del consumismo (Cap. 4)</b> EN: Vida de consumo.
Décimo segunda semana	Lunes 17, miércoles 19, jueves 20 y viernes 21 de junio		Control 2: Oral. Comprende todas las lecturas revisadas hasta la fecha semanalmente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauman, Zygmunt. <b>Daños colaterales del consumismo</b>.</li> <li>• Patel, Raj. <b>Cómo nuestras elecciones nos eligen a nosotros</b>.</li> <li>• Stiglitz, J. <b>Prefacio y "1984 está al caer"</b>.</li> </ul>	CONTROL 2	



Número de la semana de clases de sociología	Fechas	Contenido por unidad de aprendizaje del sílabo	Materiales resúmenes, mapas sobre lecturas, ejercicios audiovisuales, etc.)	Actividades	Lecturas que los estudiantes deben leer por semanas y fechas (*)
Décimo tercera semana	Lunes 24, miércoles 26, jueves 27 y viernes 28 de junio				<b>VIDEOS Y TRABAJOS ESCRITOS</b>
Décimo cuarta semana	Lunes 1, miércoles 3, jueves 4 y viernes 5 de julio	<b>Unidad N° 5 Diferenciación social</b> 5.1 Estratificación social y clases sociales. 5.2 Discriminación, racismo, exclusión y pobreza en el Perú.			Benavides, Martín. “ <b>Estructura ocupacional y formación de clases en el Perú. ¿Qué nos dice la evidencia disponible sobre el Perú reciente?</b> ”. EN: Plaza, Orlando (coordinador). <i>Clases Sociales en el Perú: Visiones y Trayectorias</i> . Lima: CISEPA – PUCP, 2007, pp. 121 – 137.
Décimo quinta semana	Lunes 8, miércoles 10, jueves 11 y viernes 12 de julio	<b>Unidad N° 5 Diferenciación social</b> 5.2 Discriminación, racismo, exclusión y pobreza en el Perú.	<b>CIERRE DE NOTA DE TRABAJO (60%)</b>		Vásquez, Enrique. <i>El Perú de los pobres no visibles para el Estado: La inclusión social pendiente a julio del 2012</i> . Documento de Discusión. CIUP: 2012. Pp. 1-27.
Décimo sexta semana	De lunes 15 al sábado 20 de julio inclusive				<b>FINALES</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



Departamento Académico:

**Contabilidad**

Curso:

**Contabilidad Financiera II (D-G-J)**

Código:

**169137**

Semestre Académico:

**2013-I**

Profesor:

**Gregorio Leong Chávez**

e-mail:

**leong\_gth@up.edu.pe**

## **PROGRAMA**

### **I. Competencia:**

Aplicar el tratamiento contable adecuado a las principales cuentas y operaciones de los Estados Financieros.

### **II. Capacidades:**

- . Aplicar métodos de valuación de cuentas.
- Seleccionar principios de contabilidad aplicables a una situación determinada.
  - . Manejar sistemas de registro.
  - . Aplicar normas tributarias.
  - . Aplicar procesos de control interno adecuados.
  - . Conocer contenidos de las cuentas en función de las operaciones de la firma.

### **III. Contenidos:**

Se desarrollarán a través de los siguientes temáticos:

#### **1. Marco conceptual y El Control Interno: Administrativo y Contable.**

##### *Contenidos Conceptuales*

- . Marco Conceptual: Características de los elementos de estados financieros y principios de contabilidad generalmente aceptados.
- . Control Interno: definición, características del sistema de control interno.

#### 2. Análisis de las Cuentas del Activo.

##### *Contenidos Conceptuales:*

- Arqueo de caja chica.
- Conciliación bancaria.
- Provisión y castigo de cuentas de clientes.
- Registro de transacciones con letra de cambio.
- Reglamentos de comprobantes de pago.
- Métodos de valuación de inventarios.
- Consignaciones en mercadería.
- Valuación de cuentas de inversiones en valores y registro.
- Valuación y registro del activo fijo.
- Métodos de depreciación.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

*Contenidos Procedimentales:*

- Analizar las cuentas del Activo Disponible: Caja y Bancos.
- Analizar las cuentas del Activo Exigible: Clientes.
- Analizar las cuentas del Activo Realizable: Mercaderías y otras Existencias.
- Analizar las cuentas que representan las inversiones en valores.
- Analizar las cuentas del Activo Fijo.
- Analizar otras cuentas del activo.

**3. Análisis de las Cuentas del Pasivo y Patrimonio Neto y el marco legal empresarial relacionado con la Contabilidad.**

*Contenidos Conceptuales:*

- Tributos.
- Impuestos: Impuesto General a las Ventas (IGV), Impuesto a la Renta (IR).
- Regímenes especiales.
- Compensación por Tiempo de Servicios (CTS).
- Conceptos relacionados con planillas.
- Provisiones y contingencias.
- Deuda a largo plazo: Emisión de Bonos.
- Tratamiento contable de operaciones en moneda extranjera.
- Principales cuentas del patrimonio.
- La participación líquida de los trabajadores.
- Normatividad tributaria vigente.

*Contenidos Procedimentales:*

- Analizar la cuenta Tributos: Liquidación del Impuesto General a las Ventas y del Impuesto a la Renta.
- Analizar la cuenta Remuneraciones por Pagar y todo lo relacionado con la elaboración de planillas.
- Analizar el tratamiento contable de las provisiones.
- Analizar el tratamiento contable de las deudas a largo plazo.
- Analizar el tratamiento contable de las operaciones en moneda extranjera.
- Analizar las cuentas del Patrimonio Neto.
- Analizar y aplicar la normatividad tributaria vigente para el registro de las transacciones.

**Contenidos Actitudinales que se desarrollarán a lo largo del curso:**

- La importancia de la aplicación del Control Interno en las empresas.
- La importancia de la dinámica de cuentas para el registro de las transacciones.

**IV. Actividades:**

- Solución de ejercicios prácticos de manera grupal e individual.
- Análisis y discusión de casos.
- Lectura de temas seleccionados.
- Solución de una simulación de negocios con la aplicación de la contabilidad en las principales funciones –planeación, ejecución, control y evaluación- de una empresa industrial, para la mejor toma de decisiones.

**V. Estrategia didáctica:**

1. Introducción y motivación al tema mediante la presentación de casos y la exploración de los conocimientos previos de los alumnos.



2. Exposición teórica del tema de la sesión.
3. Resolución de ejercicios y casos prácticos por parte del profesor y de los alumnos.
4. Cierre y recapitulación de la sesión.

## **VI. Criterios de Evaluación:**

- Desempeño en el desarrollo de la simulación de negocios.
- Aplicación de conceptos y manejo de procedimientos.
- Orden y claridad en la eficacia de la resolución de casos y ejercicios.
- Calidad de los reportes:
  - Aspectos formales (ortografía, sintaxis, secuencia lógica y estructuración del tema).
  - Aspectos conceptuales (coherencia y consistencia en los planteamientos y capacidad de análisis y síntesis).

## **VII. Procedimiento de Evaluación:**

- Examen Parcial	30%
- Examen Final	30%
- Prácticas	40%

## **VIII. Bibliografía:**

1. Leong Chávez, Gregorio. Apuntes de clase. Universidad del Pacífico.
2. GUAJARDO CANTÚ, Gerardo. Contabilidad Financiera. McGraw Hill Interamericana Editores. México, Cuarta Edición, 2003.
3. MEIGS, Robert; WILLIAMS, Jan; HAKA, Susan; BETTNER, Mark. Contabilidad: La base para decisiones gerenciales. Mc Graw Hill Interamericana. Colombia, Undécima Edición, 2000.
4. HORNGREN, SUDEN, ELLIOTT Introducción a la Contabilidad Financiera. Ed. Prentice – Hall Hispanoamericana. México, Séptima Edición, 2000.
5. CHONG, Esteban. Contabilidad Intermedia – Tomo I: Estados Financieros y Cuentas del Activo. Universidad del Pacífico. Lima, 1992.
6. IASB. International Financial Reporting Standards. International Accounting Standards Board. Londres. 2004.
7. Leong Chávez, Gregorio. Simulación de Negocios, Universidad del Pacífico.





## Nombre del Curso: Procesos históricos y económicos del Perú y el mundo contemporáneo

Código: 126194

Departamento Académico: Humanidades

Semestre Académico: 2013-II

Docentes: Norberto Barreto (D-H), Jesús Cosamalón (F-L), Javier Flores (A-I), Martín Monsalve (J), Jimena Pizarro (E), José Ragas (G), Luis Torrejón (C-K) y Jorge Valdez (B)

### **SUMILLA Y OBJETIVOS**

Este curso brinda un análisis de los principales procesos económicos que han influido en la transformación del Perú y el mundo contemporáneo entre los años de 1880 y 2010. El curso se plantea tres objetivos fundamentales: en primer lugar, busca desarrollar en el alumno una visión histórica panorámica y comparativa de la evolución económica contemporánea. En segundo lugar, se enfatizarán los escenarios geográficos en los que se inscriben los temas con el fin de que los alumnos analicen la interacción entre los procesos históricos y los geopolíticos. Por último, el curso introduce a los estudiantes en el uso y discusión de conceptos y herramientas teóricas elementales para las Ciencias Sociales y los análisis económicos.

### **COMPETENCIAS**

Este es un curso de **lectura y escritura intensiva**, que busca abrir los horizontes analíticos de los estudiantes hacia diferentes perspectivas teóricas y metodológicas que les serán útiles en su desempeño profesional y les permitirán **tener una visión integral** de la realidad socio-económica del Perú y el mundo contemporáneo.

### **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

El curso estará organizado en **clases expositivas** (en las que el profesor explicará los principales procesos históricos e introducirá los conceptos fundamentales correspondientes al tema) y **clases de discusión** (en las que se debatirán las ideas y propuestas de las lecturas asignadas y se las analizará comparativamente) a manera de preparación para la redacción de ensayos de opinión.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN**

Trabajo académico	40%
Ensayo parcial	30%
Ensayo final	30%

#### **a) Trabajo académico**

La calificación del trabajo académico consiste en la evaluación constante del alumno a través de **controles de lectura semanales**. Estos controles tienen dos objetivos. El primero consiste en evaluar la capacidad del estudiante para mantener el ritmo de lectura requerido por el curso, y el segundo en medir la capacidad de los estudiantes para entender los argumentos centrales, así como los conceptos teóricos y metodológicos empleados por el autor leído.

Para obtener la calificación del trabajo académico se promedian únicamente **los siete (7) controles con las calificaciones más altas**. Los controles de lectura **no son recuperables por ninguna razón si el alumno está ausente el día de la evaluación**.

#### **b) Ensayos**

Los exámenes consistirán en la elaboración de **un ensayo argumentativo** sobre la base de los textos leídos a lo largo del semestre tanto para los controles como durante las discusiones dirigidas y debates de clase. El estudiante tendrá que redactar una respuesta extendida de un máximo de tres carillas. Los criterios de calificación serán la originalidad y solidez de los argumentos presentados, la capacidad de establecer un diálogo crítico con los autores estudiados, y la selección de la información necesaria para probar el argumento que se pretende demostrar, entre otros.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## CONTENIDOS

### Introducción al siglo XX

Del mercantilismo al libre comercio  
De la plata al patrón oro  
El comercio global británico y el nacimiento de las nuevas potencias (EE.UU. y Japón)

### 1. Crecimiento económico y comercio global, 1896-1914

La reafirmación del patrón oro  
Especialización comercial y crecimiento económico  
Migración de capital (inversión extranjera) y de población (europeos y asiáticos)  
Nuevas tecnologías y nuevas industrias  
Los problemas de la economía global: colonialismo y movimientos sociales

### 2. Perú: la República conservadora, 1896-1914

El sistema bancario peruano, sistemas de crédito y el patrón oro: el predominio limeño  
Economías regionales y diversidad de las exportaciones  
La inversión extranjera en el Perú: Grace, IPC y Cerro de Pasco Corporation  
La industrialización temprana  
Calidad del desarrollo económico: población, mano de obra, educación, etc.  
Viejos y nuevos movimientos sociales: campesinos y obreros

### 3. Crisis y experimentación en la economía mundial, 1914-1945

La Primera Guerra Mundial y sus consecuencias económicas  
Supremacía y aislacionismo de los Estados Unidos  
Las nuevas industrias  
El fortalecimiento de las corporaciones empresariales y las empresas multinacionales  
El colapso del patrón oro y de la economía mundial: la Crisis de 1929  
Las reacciones proteccionistas frente a la crisis:

- El socialismo en un solo país: la Unión Soviética
- Fascismos europeos y asiáticos
- Variedades del Estado de bienestar: Suecia y los Estados Unidos
- Los populismos y el desarrollo hacia adentro: Latinoamérica

La Segunda Guerra Mundial y su impacto en la economía

### 4. Perú: crecimiento del Estado y centralismo limeño, 1914-1948

Línea de tiempo sobre los gobiernos del período  
Reacciones frente a las tres grandes crisis externas: Primer Guerra Mundial, Crisis de 1929 y Segunda Guerra Mundial  
La reforma del sistema tributario y bancario: Caja de Consignaciones, BCR, Banca de Fomento (Banco Agrícola y Banco Industrial)  
El Estado central frente a las élites regionales y al desafío del Partido Aprista  
El Estado y la infraestructura: políticas viales (la Panamericana y la Carretera Central)  
Estado y población: censos, salud, educación y regulación de la mano de obra

### 5. Reorganizando la economía mundial, 1945-1973

El liderazgo de los Estados Unidos  
La formación del bloque soviético  
La reconstrucción de Europa y Japón  
El orden monetario de Bretton Woods  
Descolonización y desarrollo: industrialización por sustitución de importaciones en Asia y América Latina  
Variedades del socialismo: China  
La crisis del petróleo de 1973 y el fin de un período

### 6. El Perú en el nuevo orden económico: de un nuevo boom exportador al desarrollo hacia adentro, 1948-1973



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Evolución de los sistemas de regulación financiera y tributaria  
Comercio internacional y cambios en la economía peruana  
Crecimiento poblacional: migraciones internas, crecimiento urbano, salud y educación  
Evolución de la mano de obra rural, la propiedad de la tierra y los ingresos  
Industrialización, empleo y el sueño del desarrollo hacia adentro  
Crisis internacional, políticas de industrialización y “manejo macroeconómico”

**7. Un nuevo proceso de globalización, 1973-2000**

De la crisis del petróleo a la crisis de la deuda externa  
El fin del socialismo soviético  
Crisis de los Estados de bienestar europeos  
Nuevas tecnologías, nuevas empresas y nuevos mercados  
El desarrollo del Asia  
De la crisis de la deuda externa a las privatizaciones en América Latina  
Los problemas económicos del África subsahariana  
Los problemas de la globalización

**8. Perú: del desarrollo dirigido por el Estado a la liberalización económica, 1973-2000**

Las políticas de ajuste y la posterior crisis económica de los 80  
Los nuevos grupos económicos  
Entre dos crisis: hiperinflación y violencia política  
La liberalización de la economía como reacción al fracaso previo: ¿el péndulo peruano?  
Crecimiento, liberalización económica y desigualdades: el Perú y Latinoamérica, una visión comparada.

**BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA**

**Nota: En cada clase el profesor presentará la bibliografía recomendada para cada tema**

BULMER-THOMAS, Víctor. *La historia económica de América Latina desde la independencia*. México: Fondo de Cultura Económica, 2010.

RODRÍK, Dani. *La paradoja de la globalización. Democracia y el futuro de la economía mundial*. Barcelona: Antoni Bosch editor, 2011.

SHEAHAN, John. *La economía peruana desde 1950. Buscando una sociedad mejor*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 2001.

THORP, Rosemary y Geoffrey BERTRAM. *Perú: 1890-1977: crecimiento y políticas en una economía abierta*. Lima: Mosca Azul Editores, Fundación Friedrich Ebert y Universidad del Pacífico, 1988.

**Bibliografía complementaria sugerida**

ACEMOGLU, Daron y James A. ROBINSON. *Por qué fracasan los países*. Barcelona: Deusto/Planeta, 2012.

FRIEDEN, Jeffry. *Capitalismo Global, el trasfondo económico de la historia del siglo XX*. Barcelona: Editorial Crítica, 2007.

MARICHAL, Carlos. *Nueva Historia de las Grandes Crisis Financieras. Una Perspectiva Global*. Barcelona: Editorial Debate, 2010.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



NOMBRE DEL CURSO: ESTADÍSTICA APLICADA I  
CÓDIGO: 139643  
DEPARTAMENTO ACADÉMICO: ECONOMÍA  
CREDITOS HORAS SEMANALES: TEORÍA 4 PRÁCTICAS 1  
SEMESTRE ACADÉMICO: 2013-02  
SECCIÓN: A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-K  
NOMBRE DE LOS DOCENTE(S): J. Toma – J. Rubio – J. Angeles – I. Soto – E. Lindo – L. Ormeño  
E-MAIL: [jtoma@up.edu.pe](mailto:jtoma@up.edu.pe), [jrubio@up.edu.pe](mailto:jrubio@up.edu.pe),  
[angeles\\_jh@up.edu.pe](mailto:angeles_jh@up.edu.pe),  
[soto\\_id@up.edu.pe](mailto:soto_id@up.edu.pe),  
[lindo\\_em@up.edu.pe](mailto:lindo_em@up.edu.pe), [luz\\_ormeno@yahoo.es](mailto:luz_ormeno@yahoo.es)

## I. SUMILLA

El curso tiene como objetivo enseñar a los estudiantes las técnicas estadísticas elementales para la selección, organización y análisis de información de actividades económicas o administrativas, así como los conceptos básicos de probabilidades, asociación entre variables, y de números índices.

## II OBJETIVOS

Al finalizar el curso el alumno estará capacitado para:

- Resumir la información contenida en un conjunto de datos, analizándolas adecuadamente.
- Comprender y analizar toda información presentada en términos estadísticos.
- Emplear la computadora como herramienta para el análisis de datos.
- Presentar y exponer adecuadamente los resultados de un análisis.
- Comprender y aplicar el concepto de probabilidad.
- Entender el comportamiento una variable aleatoria discreta.
- Comprender, aplicar e interpretar los números índices.
- Utilizar programas de computación para elaborar reportes estadísticos.

## III. COMPETENCIAS QUE DESARROLLA

Los egresados estarán capacitados para una gestión eficiente de información mediante procedimientos dirigidos a resumir y analizar información haciendo uso de tablas, gráficos, y de medidas es estadísticas, haciendo que su productividad laboral sea más eficiente, a través de un pensamiento sistemático, analítico, y reflexivo de las realidades socioeconómicas nacionales y mundiales.

## IV. CONTENIDOS

### 1. CONCEPTOS BÁSICOS

- 1.1 Población. Clases de poblaciones. Marco muestral. Muestra. Clases de muestras. Concepto de muestra representativa.
- 1.2 Variables. Clases de variables. Medidas Estadísticas. Parámetro y Estadístico.
- 1.3 Etapas de un trabajo estadístico.
- 1.4 Definición de Estadística. Estadística Descriptiva. Estadística Inferencial.



**2. ORGANIZACIÓN DE DATOS ESTADÍSTICOS**

- 2.1 Datos cualitativos. Organización. Representaciones gráficas. Aplicaciones.
- 2.2 Datos cuantitativos discretos. Organización. Tablas de frecuencia. Representaciones gráficas. Aplicaciones.
- 2.3 Datos cuantitativos continuos. Organización con la técnica clásica. Tablas de frecuencia. Conceptos de marca de clase y límites de clase. Organización por la técnica tallo-hoja. Representaciones gráficas: histograma, polígono de frecuencia, ojiva. Aplicaciones.

**3. MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL**

- 3.1 Definición de medida de tendencia.
- 3.2 Medidas de tendencia central. Media aritmética simple: definición, propiedades. Mediana: definición, propiedades. Moda; definición, propiedades. Cálculo de la media aritmética simple, mediana y moda para datos cuantitativos discretos y continuos, agrupados en tablas de frecuencia. Interpretaciones. Media aritmética ponderada. Comparación entre media aritmética, mediana y moda.
- 3.3 Cuantiles o Fractiles. Principales cuantiles: cuartiles, deciles y percentiles. Rangos Intercuantílicos. Principales rangos intercuantílicos: Rango Intercuartílico, Rango Interdecílico y Rango Interpercentílico.
- 3.4 Media geométrica. Cálculo e interpretación. Aplicaciones.
- 3.5 Media armónica. Cálculo e interpretación. Aplicaciones.

**4. MEDIDAS DE VARIABILIDAD**

- 4.1 Definición de dispersión o variabilidad. Definición de medida de variabilidad. Clases de medidas de variabilidad.
- 4.2 Rango: definición, propiedades. Variancia: definición, propiedades. Desviación Estándar: definición y propiedades. Coeficiente de variabilidad: definición, propiedades. Cálculo de las medidas de variabilidad para datos agrupados en cuadros de frecuencias. Interpretaciones.
- 4.3 Variancia ponderada. Variancia del total.

**5. MEDIDAS DE ASIMETRÍA Y CURTOSIS**

- 5.1. Definición de simetría de una distribución de datos. Distribuciones asimétricas. Coeficiente de asimetría de Pearson: definición, propiedades, cálculo e interpretación. Coeficiente de asimetría del tercer momento: definición, propiedades, cálculo e interpretación.
- 5.2. Definición de curtosis. Coeficiente de curtosis : definición, propiedades, cálculo e interpretación. Coeficiente de curtosis del cuarto momento: definición, propiedades, cálculo e interpretación.
- 5.3. Formación de nuevas distribuciones de datos sumando, restando, multiplicando o dividiendo por una constante.
- 5.4. Gráfico de cajas: construcción, características, análisis y uso.

**6. MEDIDAS DE ASOCIACIÓN**

- 6.1 Diagramas de dispersión.
- 6.2 Medidas de asociación.
- 6.3 Covariancia: Definición, propiedades, cálculo e interpretación.
- 6.4 Correlación: Definición, propiedades, cálculo e interpretación.

**7. NÚMEROS ÍNDICES**

- 7.1 Definición de número índice. Tipos de números índices.
- 7.2 Índices Simples. Aplicaciones.
- 7.3 Índices Compuestos: Índices de precios y de cantidades agregados no ponderados. Índices de precios y de cantidades agregados ponderados.



Aplicaciones.

- 7.4 Índices Especiales: Índices de valor. Índices de productividad. Aplicaciones.
- 7.5 Cambio de base de números índices. Aplicaciones.
- 7.6 Números índices en cadena. Desencadenamiento. Aplicaciones
- 7.7 Empalme de grupos de números índices con diferente periodo base. Aplicaciones.
- 7.8 Índice de Precios al Consumidor. Deflactación. Aplicaciones

8. PROBABILIDADES

- 8.1. Técnicas de conteo: Principio de adición y multiplicación. Concepto de permutaciones y combinaciones. Aplicaciones.
- 8.2. Estadística y Probabilidades.
- 8.3. Experimento aleatorio. Espacio muestral. Punto muestral. Eventos.
- 8.4. Definición clásica de probabilidad. Axiomas probabilísticos.
- 8.5. Teoría probabilística de la frecuencia relativa.
- 8.6. Teoría subjetiva de la probabilidad.
- 8.7. Eventos mutuamente excluyentes. Eventos complementarios. Eventos conjuntamente exhaustivos. Concepto de partición de un espacio muestral.
- 8.8. Probabilidad condicional. Regla de multiplicación de probabilidades. Teorema de probabilidad total. Teorema de Bayes.
- 8.9. Independencia de eventos. Pruebas independientes.
- 8.10. Probabilidad para eventos definidos en espacios muestrales infinitos numerables. Probabilidad para eventos definidos en espacios muestrales infinitos no numerables.

9. VARIABLES ALEATORIAS DISCRETAS - PRINCIPALES DISTRIBUCIONES

- 9.1 Definición de variable aleatoria. Clases de variables aleatorias
- 9.2 Funciones de probabilidades discretas. Funciones de probabilidades acumuladas discretas.
- 9.3 Esperanza matemática de una variable aleatoria discreta. Variancia de una variable aleatoria discreta. Esperanza matemática de una variable aleatoria Y que está en función de otra variable aleatoria discreta X. Propiedades de valores esperados.
- 9.4 Principales distribuciones discretas: Bernoulli, Binomial, Poisson e Hipergeométrica. Aplicaciones.

V. ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Se utilizarán como estrategias didácticas:

- Exposiciones en clase, de los temas a desarrollar en el curso.
- Solución de casos prácticos a fin de que los estudiantes vean la manera lógica y sistemática que se sigue en el análisis de información.
- Explicar que los casos no siguen los mismos patrones de solución, y que es necesario ser flexibles en los métodos de análisis a aplicar.
- Se hará uso de presentaciones en Power Point, como una ayuda didáctica en la explicación de los contenidos.
- Se hará uso de un apunte de estudio como bibliografía principal para el curso.
- Se hará uso de BlackBoard como un medio de comunicación asincrónica con los alumnos, para hacerles llegar las asesorías, para realizar simulacros de pruebas teóricas, resolver consultas de los alumnos.
- Se hará uso de Excel, Minitab, y otros programas estadísticos para aplicar y comprender el uso de las herramientas estadísticas.
- Evaluaciones permanentes en clase mediante preguntas y pruebas cortas.
- Evaluaciones periódicas sobre teoría.



- Evaluaciones periódicas sobre la aplicación práctica de los procedimientos estadísticos.
- Se realizarán clases expositivas dialogantes para resolver las asesorías proporcionadas a los estudiantes.

## VI. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El estudiante deberá realizar las siguientes actividades.

- Leer los apuntes de clase y las lecturas recomendadas por el profesor.
- Desarrollar las asesorías proporcionadas por el profesor.
- Consultar con el profesor sobre las soluciones que obtiene a las asesorías y casos.
- Intervenir en clase para aclarar las dudas que se generen durante la exposición del profesor.

## VII. EVALUACIÓN

Las evaluaciones comprenderán: cuatro prácticas calificadas, cuatro controles, las participaciones, el examen parcial y el examen final.

Para la obtención del promedio de prácticas se considerarán 6 notas; cuatro, corresponden a las prácticas rendidas en aula; una, al promedio de cuatro controles; y una, a la nota de participación. Las 6 notas tendrán la misma ponderación.

Para que los alumnos se preparen adecuadamente para las prácticas calificadas, se les entregará una relación de problemas y casos con los temas involucrados en la evaluación correspondiente. Algunos de los casos serán tratados en la clase con la activa participación de los estudiantes.

Los controles serán pruebas objetivas, de 10 preguntas con cuatro alternativas de respuesta. En lo referente a la nota de participación, se evaluarán 10 intervenciones; algunas de ellas serán orales y otras escritas, y tomadas en cualquier momento por el profesor.

El examen parcial será escrito. En él se evaluarán los temas desarrollados en las siete primeras semanas de clases. El examen final también será escrito y comprenderá todo el curso.

Las ponderaciones para obtener la nota final serán las siguientes:

Tipo de evaluación	Ponderación
Promedio de prácticas	5.0 (50%)
Práctica calificada N°1	8.33%
Práctica calificada N°2	8.33%
Práctica calificada N°3	8.33%
Práctica calificada N°4	8.33%
Promedio de controles	8.33%
Nota de intervenciones	8.33%
Examen parcial	2.5 (25%)
Examen final	2.5 (25%)



El calendario de las evaluaciones es el siguiente:

Evaluación	Fecha
Control N°1. Práctica calificada N°1	14 de setiembre
Control N°2. Práctica calificada N°2	05 de octubre
Examen parcial	12 de octubre 10:00 am
Control N°3. Práctica calificada N°3	09 de noviembre
Control N°4. Práctica calificada N°4	23 de noviembre
Práctica de rezagados	30 de noviembre 11:30 am
Examen final	07 de diciembre 10:00 am

## VIII. BIBLIOGRAFÍA

### Obligatoria:

1. TOMA J., RUBIO J. L. Estadística Aplicada, primera parte. Apuntes de Estudio 64. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. 2012.
2. ANDERSON D., SWEENEY D., WILLIAMS T.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Thomson. 2005.

### Complementaria:

1. LEVINE D., KREHBIEL T., BERENSON M. . Estadística para Administración. México. Editorial Prentice Hall. 2006.
2. CHAO L., Estadística para las Ciencias Administrativas. Colombia. Editorial Mc Graw Hill. 1993.
3. KAZMIER L., DIAZ A. Estadística Aplicada a Administración y Economía. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda edición. 1991.
4. LEVIN R.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Prentice Hall. 2004.
5. LIND D.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Alfaomega. 2004.
6. LIND D., MARCHAL W., MASON R.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Alfaomega. México. 2004
7. MENDENHALL W. Estadística para Administradores. México. Grupo Editorial Iberoamérica. 1990.
10. WEBSTER A. Estadística aplicada a los negocios y la economía. Edit. Mc Graw Hill. 2000.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX. CRONOGRAMA

Semana	Fecha	Unidades didácticas y contenidos	Actividades a realizar	Materiales	Entregables
Semana 1	Agosto 19-24	Población, muestra. Marco muestral. Variables. Clases de variables. Parámetro y estadístico. Etapas de un trabajo estadístico. Definición de Estadística. Estadística Descriptiva Estadística Inferencial.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 2	Agosto 26-31	Datos cualitativos: Organización y representaciones gráficas. Datos discretos: organización, y representaciones gráficas.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 3	Setiembre 02-07	Datos continuos: organización por la forma clásica, tablas de frecuencia, marcas de clase y límites de clase. Representaciones Gráficas.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 4	Setiembre 09-14	Datos continuos: organización mediante la técnica tallo-hoja. Casos especiales de representaciones gráficas: gráfico Pareto, gráfico para datos en series del tiempo.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase. Uso de paquetes de cómputo.	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 5	Setiembre 16-21	Medidas de tendencia: Media aritmética simple. Media aritmética ponderada. Mediana. Moda.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase.	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 6	Setiembre 23-28	Media geométrica. Media armónica. Cuantiles: Percentiles, deciles y cuartiles. Medidas de variabilidad: Rango, Variancia, Desviación Estándar. Coeficiente de variabilidad.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 7	Setiembre 30 Octubre 01-05	Variancia Ponderada. Variancia del total. Medidas de asimetría: Coeficiente de asimetría de Pearson. Curtosis: Coeficiente de curtosis. Gráfico de cajas. Formación de nuevas distribuciones de datos.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase Uso de paquetes de cómputo	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 8	Octubre 12	<b>Examen Parcial (Sábado 12 de octubre. 10 a.m.)</b>			



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Semana 9	Octubre 14-19	Medidas de asociación: Covariancia, correlación. Definición de número índice. Tipos de número índice. Índices simples o relativos. Índices agregados no ponderados	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 10	Octubre 21-26	Índices agregados ponderados. Índices de valor. Índices de productividad. Números índices en cadena. Empalme y cambio de base de los números índices. Deflactación de precios. Salarios reales. Datos en soles constantes	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase Uso de paquetes de cómputo	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 11	Octubre 28-31  Noviembre 02	Técnicas de Conteo. Principio de adición. Principio de multiplicación. Permutaciones. Combinaciones. Permutaciones con repeticiones. Probabilidad y estadística. Experimento aleatorio. Espacio Muestral. Evento. Punto muestral. Definición clásica de probabilidad.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 12	Noviembre 04-09	Definición Axiomática de probabilidad. Eventos mutuamente excluyentes. Definición de probabilidad utilizando la frecuencia relativa. Teorema de la unión de eventos. Eventos conjuntamente exhaustivos. Partición. Eventos complementarios. Probabilidad condicional.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 13	Noviembre 11-16	Teorema de multiplicación de probabilidades. Teorema de probabilidad Total. Teorema de Bayes. Independencia de eventos. Pruebas independientes. Probabilidad de eventos de espacios muestrales infinitos numerables y de espacios muestrales infinitos no numerables.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 14	Noviembre 18-23	Definición de variable aleatoria. Variable aleatoria discreta. Funciones de probabilidades discretas. Distribuciones discretas. Funciones de distribuciones acumulativas.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 15	Noviembre 25-30	Esperanza matemática. Media y variancia de una variable aleatoria. Desviación estándar y coeficiente de variabilidad. Distribuciones discretas: Bernoulli, Binomial, Poisson e Hipergeométrica. Aplicaciones.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 16	Diciembre 07	<b>Examen Final (Sábado 07 de diciembre. 10 a.m.)</b>			



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### **Normas sobre las evaluaciones.**

1. En aplicación del artículo 24 del Reglamento de Estudios de Pregrado, los alumnos que no asistan a una práctica calificada y/o control escrito deberán entregar la justificación documentada de su inasistencia (certificado médico) acompañada del comprobante de pago correspondiente. Los documentos antes mencionados deberán entregarse al profesor del curso dentro de las setenta y dos (72) horas posteriores a la fecha original programada para la evaluación. Posteriormente, el profesor del curso entregará toda la documentación recibida al Coordinador del curso, quien finalmente dará la autorización para la rendir la prueba en forma extemporánea. En el caso de inasistencia a un examen parcial o final, los alumnos deberán realizar su trámite de autorización, para rendir la prueba en forma extemporánea, ante la Dirección de Servicios Académicos y Registro.
2. Para los alumnos que no rinden el control 1, control 2 o control 3, la nota del control respectivo será igual a la nota que obtengan en el siguiente control.
3. Para los alumnos que no rinden el control 4, la nota del control respectivo será igual a la nota que obtengan en la prueba de rezagados, o el control de rezagados.
4. Los alumnos que no rinden la práctica 1 o la práctica 2 deberán rendir el examen parcial de rezagados. Los alumnos que no rinden las prácticas 3 o 4 deberán rendir la práctica de rezagados. La práctica de rezagados contendrá preguntas de los temas evaluados en las prácticas calificadas 3 y 4.
5. El alumno que no rinda la práctica de rezagados en la fecha establecida, por razones debidamente justificadas, tendrá como nota de la práctica no rendida a la nota del examen final de rezagados.
6. El alumno que tenga dos reclamos improcedentes en las evaluaciones (se incluyen las prácticas calificadas y el examen parcial), quedará impedido de presentar reclamo en las evaluaciones posteriores, excepto cuando se trate de un error de suma.
7. No hay derecho a reclamo sobre las notas de las intervenciones orales o escritas.
8. El alumno que no esté presente en una clase en la que sea llamado para una intervención oral o en una clase donde se realice una intervención escrita, tendrá CERO como calificativo para dicha intervención.
9. Las pruebas calificadas deben ser resueltas con lapicero. El alumno que utilice lápiz no tendrá derecho a reclamo. Está prohibido el uso de corrector de lapicero (liquid paper).
10. Durante las evaluaciones, los equipos de telefonía móvil, Smartphone, y similares, deben estar apagados y guardados. El incumplimiento de esta norma conllevará a la anulación inmediata de la prueba.





**Nombre del curso:** Marketing  
**Código:** 44660  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito:** Introducción a los Negocios  
**Semestre académico:** 2013-2  
**Sección:** A  
**Nombre de docente:** Gina Pipoli  
**e-mail:** "Pipoli, Gina" [Pipoli\\_GM@up.edu.pe](mailto:Pipoli_GM@up.edu.pe)

## SÍLABO

### I. Sumilla

El curso Marketing es el curso inicial del área de Marketing en el plan de estudios. En el curso se explica cómo funcionan los mercados de los consumidores y de las organizaciones, y se aplican los conceptos básicos del Marketing a situaciones empresariales. Se desarrollan las estrategias de marketing de segmentación, posicionamiento y dinámica competitiva.

### II. Competencias del Perfil General del Egresado

- Flexibilidad y apertura al cambio. En el curso de Marketing, el alumno se enfrenta a situaciones que representan el entorno cambiante en el que vivimos y debe ser capaz de adaptar sus pensamientos y comportamientos para responder a las exigencias del mercado.
- Trabajo en equipo. Los alumnos participaran activamente en el desarrollo de casos y trabajos de aplicación en equipos de trabajo. Reconocen que las habilidades de las personas son complementarias y confían en el diálogo, la flexibilidad y el respeto como pilares del éxito en el trabajo realizado.

### III. Metas y objetivos de aprendizaje

Meta de aprendizaje:

Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico

Objetivo de aprendizaje: Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones)

### IV. Resultado de aprendizaje

El estudiante plantea propuestas de solución a problemas de marketing con una visión integral que contribuya al logro de los objetivos organizacionales.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## V. Contenidos

### **Unidad I: El Contexto**

- Planeación estratégica
- Entorno
- Investigación de mercados

### **Unidad II: Análisis de mercados**

- Mercado del consumidor
- Mercado organizacional

### **Unidad III: Estrategias de Marketing**

- Segmentación
- Posicionamiento
- Posturas Competitivas
- Marketing Responsable

## VI. Estrategias Didácticas

En el curso se busca fomentar la motivación y la focalización de la atención de los alumnos en los temas tratados en clase, a través de las siguientes estrategias:

- Complementar exposición teórica con ejemplos prácticos.
- Realizar análisis y discusión de casos de aplicación.
- Exposiciones, arribar a conclusiones generales y resumen de ideas principales.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## VII. Evaluación

Instrumentos	Criterios de evaluación	Ponderación
Trabajos	<p><b>Trabajos de aplicación práctica: 70%</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Casos Prácticos (15%)</li><li>b) Ejercicios de aplicación (25%)</li><li>c) Noticias (15%)</li><li>d) Participación en clase (15%)</li></ul> <p><b>Trabajo Final: 30%</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Avance de Medio Término: 10%</li><li>b) Presentación del trabajo final: 20%</li></ul> <p>Las sustentaciones del avance se realizarán en las fechas señaladas por el profesor. Cabe mencionar que la asistencia a todas las exposiciones es obligatoria y la falta a cualquiera de ellas será amonestada con reducción en la calificación del trabajo. Por las características del curso, el desempeño en clase se considera como un aspecto muy importante en el proceso de evaluación del alumno. Por ello, <b>la nota final de Trabajos de cada alumno se verá afectada, positiva o negativamente, en razón de su actitud y de su activa participación y asistencia a clases.</b></p>	50%
Examen parcial	Incluye todo lo tratado hasta la semana anterior al examen parcial	25%
Examen final	Incluye todo lo tratado en el curso, inclusive las exposiciones, presentaciones temáticas, casos prácticos y lecturas asignadas	25%



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## VIII. **Bibliografía**

### **Obligatoria:**

*Dirección de Marketing*  
*Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane*  
*Edición 14.*  
*Pearson-Prentice Hall*

*Las mejores prácticas del Marketing*  
*Casos Ganadores de los Premios Effie Perú 2012*  
*Mayorga, David (Editor)*  
*Universidad del Pacífico*

### **Complementaria:**

*El marketing y sus aplicaciones a la realidad peruana*  
*Pipoli, Gina.*  
*Universidad del Pacífico*

*El Plan de Marketing*  
*Mayorga, David y Patricia Araujo (2007)*  
*Lima: CIUP.*

*Marketing Estratégico en la Empresa Peruana*  
*Mayorga, David y Patricia Araujo (2005)*

*Posicionamiento*  
*2da. Edición, Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.*  
*Ries, Al y Jack Trout (2002)*  
*México D.F.: Mc Graw Hill.*

*Marketing*  
*Lamb, Charles W.(2006)*  
*International Thomson Publishing*

*Marketing*  
*Grewal, Dhruv y Levy, Michael(2008)*  
*McGraw-Hill,*

*Marketing de los servicios*  
*Grande, Idelfonso (2005)*  
*ESIC,*

*Una aproximación al retail moderno*  
*Emilio García (2011) Primera Edición*  
*Universidad del Pacífico*

*Al medio hay sitio*  
*Rolando Arellano (2010) primera Edición*  
*Editorial Planeta*



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX. Cronograma de Trabajos

	<b>Tema</b>	<b>Lectura</b>	<b>Actividad</b>
<b>19/08 al 25/08</b>	<i>Fundamentos de Marketing</i>	Cap. 1	<b>Dinámica No. 1:</b> Discusión de Vídeo  <b>Entrega de Ficha de Inscripción de la empresa y producto elegido para el Trabajo Final.</b>
<b>26/08 al 02/09</b>	<i>Planeación de Marketing</i>	Cap. 2	. Caso práctico No. 1: <i>Pavita San Fernando para los Barraza que comen bajo en grasa</i> Casos Ganadores de los Premios Effie Perú 2012
<b>02/09 al 08/09</b>	<i>Ambiente de Marketing</i>	Cap. 3	. Caso práctico No. 2: <i>Marca Perú</i> Casos Ganadores de los Premios Effie Perú 2012
<b>09/09 al 15/09</b>	<i>Investigación de Mercados</i>	Cap. 4	<b>Caso práctico No. 3:</b> <i>Lanzamiento de la crema Huancaína AlaCena</i> Casos Ganadores de los Premios Effie Perú 2012
<b>16/09 al 22/09</b>	<i>Mercado del consumidor y Análisis del comportamiento de compra del consumidor</i>	Cap. 6	<b>Ejercicio de aplicación No. 1:</b> Realizar un análisis detallado del macro y microambiente externo, así como del ambiente interno para una empresa del sector financiero (Bancos, financieras y compañías de seguros)
<b>23/09 al 29/09</b>	<i>Mercado Organizacional</i>	Cap. 7	<b>Ejercicio de aplicación No. 2:</b> Presentación y análisis del informe de investigación de mercados que incluya la propuesta, ficha técnica, metodología e informe con los resultados de una investigación de mercados cualicuantitativa real. (Cualitativa) – I) Focus Groups o II) Sondeo de De Opinión no probabilístico (Cuantitativa) – Estudio de Mercado probabilístico con encuestas.
<b>30/09 al 06/10</b>	<b>Caso práctico No. 3:</b> <i>Interbank: Campaña “Somos impacientes”</i>		<b>Dinámica 2:</b> Entrega y exposición del Avance del Trabajo Final
<b>07/10 al 13/10</b>	<b>Examen Parcial</b>		
<b>14/10 al 20/10</b>	<b>Dinámica 3:</b> Expositor invitado		<b>Ejercicio de aplicación No. 3:</b> Análisis completo de TODAS las empresas de Retail en Lima: a) Autoservicios (Hipermercados, supermercados, minimarkets y tiendas de conveniencia), bodegas y puestos de mercado. b) Tiendas de departamentos c) Ferreterías y tiendas de decoración del hogar.



			d) Cadenas de farmacias. e) Centros comerciales
<b>21/10 al 27/10</b>	Segmentación de Mercados	Cap. 8	<b>Caso práctico No. 4: Supermercados Peruanos – Campaña “Vivanda recomienda”</b> Casos Ganadores de los Premios Effie Perú 2012
<b>28/10 al 03/11</b>	Posicionamiento	Cap. 10	<b>Caso práctico No. 5: Sublime – Campaña “La semana más feliz de tu vida”</b> Casos Ganadores de los Premios Effie Perú 2012
<b>04/11 al 10/11</b>	Posturas Competitivas	Cap. 11	<b>Ejercicio de aplicación No. 4:</b> Análisis de Segmentación del mercado para una empresa perteneciente al sector de entretenimiento en Lima. (Considerar la incidencia de c/u de las variables estudiadas en el sector: Restaurantes, cines, bares, discotecas, teatros dirigidos a los NSE A y B).
<b>11/11 al 17/11</b>	Marketing Responsable		<b>Ejercicio de aplicación No. 5:</b> Análisis del posicionamiento de los países de América del Norte, Centro y Sur.  <b>Entrega del Trabajo Final</b>
<b>18/11 al 24/11</b>	Exposición de Trabajos finales		Exposiciones trabajos finales
<b>25/11 al 01/12</b>	Exposición de Trabajos finales		<b>Dinámica No. 5: Estrategias de Marketing</b>
<b>02/12 al 08/12</b>			<b>Examen Final</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### Pautas para la Presentación de los Ejercicios de Aplicación

Para la elaboración de los ejercicios de aplicación, los alumnos se deberán reunir en los grupos establecidos para realizar los ejercicios de aplicación. El trabajo deberá contener los siguientes aspectos:

- Resumen Ejecutivo
- Presentación de la empresa en estudio
- Presentación y análisis de la Estrategia de Marketing llevada a cabo por la empresa, en el tema asignado.
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Anexos
- Referencias Bibliográficas (Indicar los libros, revistas, entrevistas realizadas y fuentes online consultadas para la realización del presente trabajo).

### **Consideraciones particulares**

- Los alumnos deberán entregar y exponer su trabajo en las fechas señaladas para entregar los Ejercicios de aplicación. Los Ejercicios de aplicación se desarrollarán por los grupos ya conformados.
- La exposición de cada grupo tendrá una **duración máxima de 20 minutos** luego de lo cual se pasará a una sesión de preguntas y respuestas sobre el tema expuesto. Se calificará el manejo del tiempo del grupo.
- Los Ejercicios de aplicación se presentarán impresos en Power Point. La exposición se realizará en Power point. Adicionalmente, los alumnos deberán traer su trabajo en un USB para cargarlo en el BB al momento de exponer. No se aceptará que se baje la presentación del correo electrónico.
- Los grupos deberán demostrar su sentido de creatividad y profesionalismo en la exposición del trabajo, por lo cual se les recomienda prepararse debidamente y utilizar como complemento de su exposición elementos audiovisuales, material gráfico y cualquier otro elemento que consideren conveniente para poder realizar una buena presentación dado que también se evaluará la calidad de la presentación y la creatividad de cada grupo al momento de realizar la calificación.
- Cada grupo expondrá sólo un Ejercicio de aplicación en el ciclo por lo que se espera que en la realización de este trabajo muestren todo lo investigado y aprendido hasta ese momento en el curso. Las demás evaluaciones que obtendrán los grupos serán de acuerdo a su participación en la discusión de los Ejercicios de aplicación presentados por los demás grupos, en calidad de panelistas. La exposición de cada grupo tendrá una **duración máxima de 30 minutos**, luego de lo cual se pasará a una sesión de preguntas y respuestas y al debate respectivo. Se calificará el manejo del tiempo del grupo.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### Pautas para la Presentación de las Noticias de Marketing

Para la presentación de la noticia de Marketing los alumnos se deberán reunir en los grupos establecidos.  
El trabajo deberá contener los siguientes aspectos:

- **Introducción**
- **Presentación de la/s Noticia/s de Marketing seleccionada/s.**
- **Vinculación de la Noticia con el tema de Marketing elegido.**
- **Conclusiones.**
- **Anexos** (Incluir fotocopia de la noticia seleccionada así como cualquier otra información vinculada al tema que sea relevante).
- **Referencias Bibliográficas** (Indicar los libros, revistas, entrevistas realizadas y fuentes online consultadas para la realización del presente trabajo).

### **Consideraciones particulares**

- Los alumnos deberán entregar y exponer su trabajo en la primera sesión de la semana correspondiente al tema elegido.
- Las Noticias se presentarán por escrito en Word (Arial 12 a espacio simple) a la profesora al inicio de la sesión. La exposición se realizará en Power point debiendo incluir cualquier ayuda audiovisual que se considere conveniente para enriquecer la presentación. Los alumnos deberán traer su trabajo y su presentación en Ppt, en un USB, para cargarlo en el BB al momento de exponer. No se aceptará que se baje la presentación del correo electrónico.
- La exposición de cada grupo tendrá una **duración máxima de 15 minutos** luego de lo cual se pasará a una sesión de preguntas y respuestas sobre el tema expuesto. Se calificará el manejo del tiempo del grupo.
- Los grupos deberán demostrar su sentido de creatividad y profesionalismo en la exposición del trabajo, por lo cual se les recomienda prepararse debidamente y utilizar como complemento de su exposición elementos audiovisuales, material gráfico y cualquier otro elemento que consideren conveniente para poder realizar una buena presentación dado que también se evaluará la calidad de la presentación y la creatividad de cada grupo al momento de realizar la calificación.
- La evaluación estará compuesta por dos notas: Una nota grupal correspondiente al trabajo escrito y una nota individual correspondiente a la exposición y respuestas a las preguntas de cada uno de los miembros del grupo.
- Es de suma importancia que incluyan citas en el trabajo indicando TODAS las fuentes de donde han obtenido la información (tanto las fuentes secundarias como las obtenidas en la entrevista que han realizado con la empresa para obtener la información primaria).
- Cada grupo expondrá sólo una Noticia en el ciclo por lo que se espera que en la realización de este trabajo muestren todo lo investigado y aprendido en el curso. Las demás evaluaciones que obtendrán los grupos serán de acuerdo a su participación en la discusión de los Ejercicios de aplicación presentados por los demás grupos.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### Pautas para la Presentación de la solución de los Casos Effie

Para la elaboración de los casos, los alumnos se deberán reunir en los grupos establecidos y analizar y discutir el caso asignado. El trabajo deberá contener los siguientes puntos:

#### **Parte I:**

- Antecedentes del sector y de la empresa.
- Análisis de la Estrategia ganadora del premio Effie, realizada por la empresa.
- Actualización del caso a la fecha.
- Análisis de la situación actual del sector y de la empresa destacando los problemas y oportunidades que se presentan.
- Diagnóstico Situacional con la identificación del problema principal.

#### **Parte II:**

- Objetivos de Marketing que se pretenden alcanzar (2014-2017), diferenciando CP, MP y LP e indicadores de medición.
- Propuesta del grupo de las Estrategias de Marketing a seguir en el periodo 2014 – 2017 diferenciando CP, MP y LP.
- Anexos.
- Referencias Bibliográficas (Indicar los libros, revistas, entrevistas realizadas y fuentes online consultadas para la realización del presente trabajo).

#### **Consideraciones particulares**

- Los alumnos deberán entregar y exponer su trabajo en las fechas señaladas para entregar los Casos Prácticos. Los Casos Prácticos se desarrollarán en los grupos conformados. Los Casos Prácticos se presentarán por escrito en Ppt a la profesora al inicio de la sesión. La exposición se realizará en Power point debiendo incluir cualquier ayuda audiovisual que se considere conveniente para enriquecer la presentación. **Los alumnos deberán traer su trabajo impreso en Ppt y además en un USB para cargarlo en el BB al momento de exponer. No se aceptará que se baje la presentación del correo electrónico.**
- La exposición de cada grupo tendrá una duración máxima de 30 minutos, luego de lo cual se pasará a una sesión de preguntas y respuestas y al debate respectivo.
- Los grupos deberán demostrar su sentido de creatividad y profesionalismo en la exposición del trabajo, por lo cual se les recomienda prepararse debidamente y utilizar como complemento de su exposición elementos audiovisuales, material gráfico y cualquier otro elemento que consideren conveniente para poder realizar una buena presentación dado que también se evaluará la calidad de la presentación y la creatividad de cada grupo al momento de realizar la calificación.
- Es de suma importancia que incluyan citas en el trabajo indicando TODAS las fuentes de donde han obtenido la información (tanto las fuentes secundarias como las obtenidas en la entrevista que han realizado con la empresa para obtener la información primaria).



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### Pautas para la Presentación de los Trabajos Finales

El trabajo final consistirá en la elaboración de un *paper* que deberá ser elaborado por el grupo, aplicando los temas estudiados en el curso (Revisar las bases de datos: EBSCO, JSTOR y Proquest de la Biblioteca virtual de la UP). Para la elaboración de los trabajos, los alumnos deberán reunirse en los grupos establecidos. El trabajo final tendrá dos partes:

1. **Marco teórico:** Revisión de la literatura y presentación del marco conceptual completo sobre el tema asignado incluyendo citas y referencias bibliográficas (**Avance del Trabajo Final**).
2. **Parte empírica:** Aplicación práctica sobre el tema asignado con un enfoque de cuidado del medio ambiente. (**Trabajo Final**)

#### **Parte I: Marco teórico**

El avance del Trabajo Final consiste en la Revisión de la literatura y presentación del marco conceptual completo sobre el tema asignado incluyendo citas y referencias bibliográficas. Contenido:

- Resumen Ejecutivo
- Marco teórico
- Conclusiones
- Anexos<sup>1</sup>.
- Referencias Bibliográficas<sup>2</sup>

#### **Parte II: Parte empírica**

El Trabajo Final consiste en el diseño detallado de las Estrategias, tácticas y acciones propuestas por el grupo, correspondientes al tema asignado que muestre todo lo aprendido en el curso al integrar todos los temas estudiados a lo largo del ciclo. Temas a desarrollar:

- Investigación de mercados (Grupo 1)
- Comportamiento del consumidor y Análisis del Mercado (Grupo 2)
- Segmentación y Posicionamiento (Grupo 3)
- Posturas Competitivas (Grupo 4)
- Marketing Responsable (Grupo 5)
- Anexos<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Muy importante que se incluya: Estadísticas, Cuadros, gráficos con información secundaria del sector, de la industria, de la empresa.

<sup>2</sup> Indicar TODAS las fuentes consultadas diferenciándolas en función de si se trata de libros, revistas, entrevistas realizadas y fuentes online consultadas para la realización del presente trabajo.

<sup>3</sup> En Anexos y Gráficos\_incluir toda la información complementaria necesaria para la adecuada comprensión del texto: Participación de mercado, evolución histórica de las ventas, etc.



## Consideraciones particulares

- **El Avance del Trabajo Final** se entregará impreso en Word y Power Point y adicionalmente se colgará en el BB en la sesión de clase señalada en el cronograma al momento de comenzar la clase.
- Los alumnos deberán entregar y exponer su trabajo en las fechas señaladas para entregar los Trabajos Finales. El Avance y el Trabajo Final se desarrollarán en los grupos conformados, presentándose por escrito en Word y Power point a la profesora al inicio de la sesión. La exposición del Trabajo Final se realizará en Power point debiendo incluir adicionalmente cualquier ayuda audiovisual que se considere conveniente para enriquecer la presentación. **Los alumnos deberán traer su trabajo impreso y su presentación en Word y Ppt en un USB para cargarlo en el BB al momento de entregar el trabajo final en la fecha indicada en el cronograma. No se aceptará que se baje la presentación del correo electrónico.** La exposición del avance será de **8-10 minutos por grupo** mientras que para el Trabajo final de cada grupo tendrá una **duración máxima de 30 minutos**, luego de lo cual se pasará a una sesión de preguntas y respuestas y al debate respectivo. Se calificará el manejo del tiempo del grupo.
- Los grupos deberán demostrar su sentido de creatividad y profesionalismo en la exposición del trabajo, por lo cual se les recomienda prepararse debidamente y utilizar como complemento de su exposición elementos audiovisuales, material gráfico y cualquier otro elemento que consideren conveniente para poder realizar una buena presentación dado que también se evaluará la calidad de la presentación y la creatividad de cada grupo al momento de realizar la calificación.
- Es de suma importancia que incluyan citas en el trabajo indicando TODAS las fuentes de donde han obtenido la información (tanto las fuentes secundarias como las obtenidas en la entrevista que han realizado con la empresa para obtener la información primaria).



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL TRABAJO FINAL

Sec.	Grupo No.
<b>Nombre y correo del responsable del Grupo:</b>	
<b>Integrantes:</b>	
1)	
2)	
3)	
4)	
5)	

<b>Razón Social de la empresa:</b>	
<b>Dirección:</b>	<b>Telf:</b>
<b>Página Web:</b>	
<b>Persona contacto:</b>	
<b>Línea o Producto a analizar:</b>	

<b>Tema elegido:</b>

<b>Información adicional:</b>

**Fecha de entrega límite : Segunda sesión de la primera semana de clases.**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## SÍLABO

### Contabilidad para la Toma de Decisiones

Código: 60025

Departamento Académico de Contabilidad

Prerrequisito: Contabilidad Financiera II

Semestre académico: 2013 - II

Sección: A

#### I. Sumilla

Este curso permitirá al alumno costear productos, servicios, u otros elementos de costo, a efecto de generar reportes, entender y manejar la información referida a costos para el control de la organización y de proyectos. Entre otros proporciona los conceptos de costos de producción, costeo por procesos, costeo por actividades, presupuesto maestro, presupuesto estático y flexible y análisis de variaciones presupuestales. De tal manera que el alumno posea las herramientas necesarias para afrontar decisiones empresariales de gestión.

#### II. Competencias del perfil general del egresado

Este curso contribuye principalmente al desarrollo de las competencias de liderazgo, responsabilidad, gestión y productividad, visión integral y trabajo en equipo del perfil general del egresado de la Universidad del Pacífico.

#### III. Metas y objetivos de aprendizaje

Este curso contribuye a las siguientes metas y objetivos de aprendizaje:

**Meta de aprendizaje 1:** nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones

- **Objetivo de aprendizaje 1:** nuestros estudiantes prepararán productos académicos que incluyan componentes de Responsabilidad Social Empresarial.
- **Objetivo de aprendizaje 2:** nuestros estudiantes demostrarán habilidades de liderazgo

**Meta de aprendizaje 2:** nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico

- **Objetivo de aprendizaje 1:** nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones)
- **Objetivo de aprendizaje 2:** nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un ensayo escrito o caso



**Meta de aprendizaje 4:** Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global.

- **Objetivo de aprendizaje 2:** nuestros estudiantes demostrarán su capacidad de trabajar en equipos.

#### **IV. Resultado del aprendizaje**

El estudiante está en capacidad de costear objetos de costos, identificar y analizar información contable relativa a costos, y utilizar la contabilidad como un sistema de información con la finalidad de planear, controlar y tomar decisiones gerenciales.

#### **V. Contenidos**

##### **Unidad didáctica 1: Naturaleza, conceptos y clasificación de costos**

- Contabilidad administrativa, contabilidad financiera y contabilidad de costos: conceptos y diferencias.
- Conceptos básicos de costos.
- Operaciones básicas en empresas de producción, comerciales y de servicios
- Clasificaciones de costos.
- Estado de Costo de Productos Terminados y Vendidos y Estado de Resultados para empresas manufactureras.

##### **Unidad didáctica 2: Costeo de productos y asignación de costos**

- Elementos del costo de producción.
- Flujos de costos y cuentas de producción.
- Materiales directos e indirectos, y mano de obra directa e indirecta.
- Etapas para asignar los costos indirectos de fabricación.
- Métodos de asignación de costos de los departamentos de servicios a los de producción.
- Costos indirectos de fabricación aplicados.

##### **Unidad didáctica 3: Sistema de acumulación de costos por órdenes de trabajo**

- Introducción a los sistemas de costos.
- Sistemas de acumulación de costos.
- Costeo normal, real y estándar.
- Conceptos del costeo por órdenes de trabajo y por procesos. Diferencias entre ambos métodos.
- Características principales del costeo por órdenes de trabajo.
- Calculo de costos por órdenes de trabajo.

##### **Unidad didáctica 4: Sistema de acumulación de costos por procesos**

- Características principales del sistema de costeo por procesos.
- Etapas claves en el costeo por procesos.
- Flujo físico de unidades.
- Unidades equivalentes.
- Costos unitarios.



- Cálculo de costos de inventarios.
- Métodos de valuación promedio y PEPS.

#### **Unidad didáctica 5: Costeo y administración basados en actividades**

- Costeo basado en actividades (ABC): concepto.
- Comparación del sistema ABC con el sistema tradicional.
- Recursos, actividades, objetos de costos y drivers.

#### **Unidad didáctica 6: Presupuesto maestro**

- Concepto y estructura.
- Ventajas y limitaciones.
- Políticas organizacionales en la elaboración de presupuestos.
- Tipos de presupuestos.
- Presupuesto operativo: ventas, producción, material directo, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, inventario final, costo de ventas, gastos de ventas y administrativo, estado de resultados.
- Presupuesto financiero: estado de resultados, flujo de caja o efectivo, estado de situación financiera.

#### **Unidad didáctica 7: Presupuesto estático y flexible, y análisis de variaciones presupuestales**

- Concepto de presupuesto estático y presupuesto flexible.
- Control presupuestal.
- Análisis de variaciones.

#### **Unidad didáctica 8: Modelo costo - volumen - utilidad**

- Costeo directo y costeo absorbente.
- Análisis de costo-volumen-utilidad: características y supuestos básicos.
- Margen de contribución y ratio de contribución marginal.
- Punto de equilibrio y niveles de actividad para lograr un objetivo de utilidad.
- Punto de equilibrio con mezcla de productos.
- Margen de seguridad.

### **VI. Estrategias didácticas**

El alumno deberá investigar, leer y analizar los temas asignados o señalados, además de resolver ejercicios, problemas y casos recomendados previamente a la clase correspondiente. En clases, el profesor presentará los temas más relevantes referidos a las unidades didácticas del curso, gestionará las dudas y guiará el análisis de ejercicios, problemas y casos, fomentando la participación activa de los alumnos, procurando e incentivando el trabajo efectivo y eficiente en equipo, considerando también la importancia del esfuerzo individual de los participantes.



## VII. EVALUACIÓN

El rendimiento de los alumnos en este curso será evaluado considerando los siguientes conceptos:

Instrumento	Criterio de evaluación	Ponderación
Evaluaciones parciales	Conocimiento de los temas tratados, y capacidad para resolver ejercicios y problemas	30%
Controles de lectura	Comprensión de lectura	10%
Participaciones y actividades varias	Asistencia y participación activa en clases y prácticas	10%
Trabajo final	Calidad del documento escrito y capacidad para exponer y sustentar el trabajo	25%
Evaluación integral	Conocimiento de los temas tratados, y capacidad para resolver ejercicios y problemas	25%

Notas:

1. Las notas de evaluaciones parciales y controles de lectura formarán una sola nota de prácticas de 40% para el registro.
2. Las notas de participaciones, trabajo final y evaluación integral formarán una sola nota de examen final de 60% para el registro.
3. Los casos de inasistencias a evaluaciones consideradas como parte de la nota de prácticas serán resueltas directamente por cada docente. Para éstos casos se tomará una única evaluación que podrá incluir cualesquier temas vistos desde el inicio del curso. La fecha se señala en el documento de relación de evaluaciones de esta sección del curso. Cada inasistencia debe justificarse con documento físico, individual e indefectiblemente, hasta el día de la siguiente semana correspondiente al día de la evaluación no rendida y dentro del horario de clases o prácticas respectivo, a excepción de la(s) inasistencia(s) sucedida(s) durante la antepenúltima semana de clases, en cuyo caso el alumno deberá justificarla(s) dentro de los tres (3) días útiles contados a partir del día de inasistencia, inclusive.

## VIII. Referencias

### Obligatorias:

Horngren Ch.; Datar S.; Rajan M. (2012). Contabilidad de Costos: Un enfoque gerencial (Decimocuarta ed.). México: Pearson Educación.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### Complementarias:

Warren C.; Reeve J. ; Duchac J. (2010). Contabilidad Administrativa (Décima ed.). México: Cengage Learning.

Hansen D.; Mowen M. (2007). Administración de Costos – Contabilidad y Control (Quinta ed.). México: Cengage Learning.

Barfield J.; Rayborn C.; Kinney M. (2005). Contabilidad de Costos – Tradiciones e Innovaciones (Quinta ed.). México: Ed. Thomson.

### IX. Cronograma

Sem.	Unidades Didácticas y Contenidos	Actividades a Realizar	Materiales
1	Unidad didáctica 1: Introducción. Naturaleza, conceptos y clasificación de costos.	Revisión del sílabo. Exposición de los temas iniciales.	Cap. 1 de Udolkin.
2	Unidad didáctica 1: Introducción. Naturaleza, conceptos y clasificación de costos.	1er. control de lectura. Exposición y discusión de los temas iniciales.	Cap. 1, 2 y 3 de Udolkin.
2	Unidad didáctica 2: Costeo de productos y asignación de costos	Exposición y discusión temática.	-
2	Unidad didáctica 2: Costeo de productos y asignación de costos	Exposición y discusión temática.	-
3	Unidad didáctica 2: Costeo de productos y asignación de costos	2do. control de lectura. Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	Cap. 4 de Udolkin.
3	Unidad didáctica 2: Costeo de productos y asignación de costos	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
3	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-
4	Unidad didáctica 2: Costeo de productos y asignación de costos	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
4	Unidad didáctica 3: Sistema de costeo por órdenes de trabajo	3er. control de lectura. Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	Cap. 5 y 6 de Udolkin.
4	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-
5	Unidad didáctica 3: Sistema de costeo por órdenes de trabajo	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
5	Unidad didáctica 3: Sistema de costeo por órdenes de trabajo	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
5	Evaluación parcial 1, unidades didácticas 1 y 2	Evaluación.	-
6	Unidad didáctica 4: Sistema de costeo por procesos	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	



6	Unidad didáctica 4: Sistema de costeo por procesos	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
6	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-
7	Unidad didáctica 4: Sistema de costeo por procesos	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
7	Unidad didáctica 4: Sistema de costeo por procesos	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
7	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-
8	Parciales	-	-
9	Unidad didáctica 5: Costeo basado en actividades	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	Cap. 10 de Udolkin
9	Unidad didáctica 5: Costeo basado en actividades	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
9	Evaluación parcial 2, unidades didácticas 3 y 4	Evaluación.	-
10	Unidad didáctica 6: Presupuesto maestro	4to. Control de Lectura. Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	Cap. 10 y 11 de Udolkin.
10	Unidad didáctica 6: Presupuesto maestro	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
10	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-
11	Unidad didáctica 6: Presupuesto maestro	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
11	Unidad didáctica 6: Presupuesto maestro	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
11	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-
12	Unidad didáctica 7: Presupuesto estático y flexible, y análisis de variaciones presupuestales	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	Cap. 7 de Horngren (Pag. 226 a 233).
12	Unidad didáctica 8: Modelo costo – volumen – utilidad	5to. Control de Lectura. Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	Cap. 12 de Udolkin.
12	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-
13	Unidad didáctica 8: Modelo costo – volumen – utilidad	Exposición, discusión y resolución de ejercicios.	-
13	Exposiciones de trabajos finales.	Exposiciones grupales	-
13	Evaluación parcial 3, unidades didácticas 5, 6 y 7.	Evaluación.	-
14	Práctica dirigida	Revisión de ejercicios prácticos.	-



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

14	Preparación individual libre	-	
14	Práctica dirigida.	Revisión integral de ejercicios prácticos.	-
15	Revisión integral de aspectos teóricos y prácticos del curso.	Revisión general	
15	Evaluación Integral, incluido modelo CVU.	Evaluación integral.	-
15	Práctica y entrega de notas finales.		-
16	Finales.	-	-



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



NOMBRE DEL CURSO: ESTADÍSTICA APLICADA II  
CÓDIGO: 137644  
DEPARTAMENTO ACADÉMICO: ECONOMÍA  
SEMESTRE ACADÉMICO: 2014-00  
CREDITOS HORAS SEMANALES: TEORÍA 8 PRÁCTICAS 2  
SECCIÓN: A-B-C-D-E-F  
NOMBRE DE LOS DOCENTE(S): J. Toma – J. Rubio – J. Angeles –A. Rubio –I. Soto - E. Lindo  
E-MAIL: [jtoma@up.edu.pe](mailto:jtoma@up.edu.pe), [jrubio@up.edu.pe](mailto:jrubio@up.edu.pe), [angeles\\_jh@up.edu.pe](mailto:angeles_jh@up.edu.pe)  
[rubio\\_sa@up.edu.pe](mailto:rubio_sa@up.edu.pe), [soto\\_id@up.edu.pe](mailto:soto_id@up.edu.pe), [lindo\\_em@up.edu.pe](mailto:lindo_em@up.edu.pe)

## I. SUMILLA

El curso tiene como objetivo familiarizar al estudiante con las técnicas estadísticas que se utilizan en la toma de decisiones bajo condiciones de incertidumbre.

## II. OBJETIVOS

Al finalizar el curso el alumno estará capacitado para:

- Entender el comportamiento una variable aleatoria continua.
- Entender el comportamiento conjunto de dos variables.
- Comprender que las distribuciones muestrales resultan necesarias para los procesos de inferencia.
- Incorporar el factor de incertidumbre en los procesos de inferencia y toma de decisiones.
- Analizar la información obtenida por medios del muestreo.
- Adquirir conocimiento de herramientas básicas de análisis no paramétrico,
- Analizar la asociación entre dos variables.
- Utilizar las diferentes técnicas estadísticas para analizar el comportamiento de una variable por el efecto de otras variables y realizar predicciones en las actividades administrativas, contables y económicas.
- Utilizar la computadora como herramienta del análisis estadístico.
- Presentar y exponer adecuadamente los resultados de un análisis estadístico.
- Uso de programas Excel y Minitab en los procesos de inferencia.

## III. COMPETENCIAS QUE DESARROLLA

Mediante el aprendizaje de los procedimientos de inferencia dirigidos a la estimación, pruebas de hipótesis, y estimación de modelos lineales clásicos utilizando información recolectada en muestras aleatorias, los egresados estarán capacitados para una gestión eficiente de información mediante la aplicación de criterios holísticos y sistemáticos, con una flexibilidad de criterios acerca de la metodología más apropiada a utilizar. Así mismo, El trabajo aplicado desarrollado en grupos busca que los egresados logren una mejor capacidad de liderazgo, de adaptación, una mayor flexibilidad de pensamiento, y de tolerancia en su desempeño en trabajos de equipo.

## IV. CONTENIDOS

### 1. VARIABLES ALEATORIAS CONTINUAS - DISTRIBUCIONES CONTINUAS

- 1.1. Definición de variable aleatoria. Clases de variables aleatorias
- 1.2. Funciones de probabilidades continuas. Funciones de probabilidades acumulativas continuas.
- 1.3. Esperanza matemática de una variable continua. Variancia de una variable aleatoria. Valor esperado de una función de una variable aleatoria continua. Propiedades de los valores esperados.
- 1.4. Principales distribuciones continuas: Uniforme, Exponencial, Normal y Normal





Estándar. Aplicaciones.

2. DISTRIBUCIONES BIVARIADAS

- 2.1. Función de probabilidad conjunta de dos variables aleatorias.
- 2.2. Distribuciones marginales. Distribuciones condicionales. Ecuaciones de Regresión.
- 2.3. Independencia estocástica de dos variables aleatorias. Esperanza matemática de una función de dos variables aleatorias. Covariancia. Coeficiente de correlación. Esperanza matemática condicional. Momentos.
- 2.4. Distribución Normal Bivariada: Distribuciones marginales. Distribuciones Condicionales. Matriz variancia-covariancia. Ecuación de Regresión Lineal. Aplicaciones.

3. MUESTREO Y DISTRIBUCIONES MUESTRALES

- 3.1. Métodos de selección aleatoria de muestras.
- 3.2. Definición de distribución muestral.
- 3.3. Distribución de promedios muestrales. Distribución de diferencias de promedios muestrales. Distribución de proporciones muestrales. Distribución de diferencias de proporciones muestrales.
- 3.4. Distribución Chi-cuadrado. Principales características. Distribución de la variancia muestral cuando la distribución original es normal. Aplicaciones.
- 3.5. Distribución T. Principales características. Aplicaciones.
- 3.6. Distribución F. Principales características. Aplicaciones.
- 3.7. Determinación del tamaño mínimo de muestra.

4. INFERENCIA ESTADISTICA: ESTIMACION DE PARAMETROS

- 4.1. Inferencia estadística. Importancia del proceso inferencial.
- 4.2. Estimación de parámetros. Tipos de estimaciones.
- 4.3. Estimación puntual. Definición de estimador. Propiedades de un buen estimador.
- 4.4. Estimación por intervalo. Nivel de confianza. Intervalos de confianza e intervalos fiduciales. Intervalos de confianza para la media, variancia, proporción, razón de variancias, diferencia de medias y diferencia de proporciones.

5. INFERENCIA ESTADISTICA: PRUEBAS DE HIPOTESIS

- 5.1. Definición de hipótesis estadística. Hipótesis planteada e hipótesis alternante. Tipos de errores. Nivel de significación. Potencia de prueba. Definición de prueba de hipótesis. Procedimiento para realizar una prueba de hipótesis.
- 5.2. Prueba de hipótesis paramétricas sobre la media, variancia y la proporción.
- 5.3. Prueba de hipótesis para la razón de variancias, diferencia de medias, y diferencia de proporciones, correspondientes a muestras independientes.
- 5.4. Prueba de hipótesis especiales: Prueba de hipótesis para la media con datos pareados. Prueba de Bartlett

6. INFERENCIA ESTADÍSTICA: PRUEBAS NO PARAMÉTRICAS

- 6.1. Definición de Estadística No Paramétrica. Diferencias entre la Estadística Paramétrica y la Estadística No Paramétrica.
- 6.2. Pruebas de hipótesis sobre frecuencias de k categorías.
- 6.3. Pruebas de independencia para tablas de contingencia. Coeficiente de contingencia.
- 6.4. Pruebas de homogeneidad de subpoblaciones respecto a las k categorías de una variable cualitativa.
- 6.5. Pruebas de bondad de ajuste con chi-cuadrado. Prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov-Smirnov. Prueba de Jarque Bera.





- 6.6. Prueba de Kruskal-Wallis.
- 6.7. Prueba de Levene.

7. ANALISIS DE CORRELACION LINEAL SIMPLE

- 7.1. Supuestos. Coeficiente de correlación. Matriz de correlaciones simples.
- 7.2. Intervalos de confianza para el coeficiente de correlación.
- 7.3. Pruebas de hipótesis sobre el coeficiente de correlación.

8. ANALISIS DE REGRESIÓN

- 8.1. Relación entre variables. Modelos matemáticos y modelos estadísticos.
- 8.2. Definición de análisis de regresión. Tipos de análisis de regresión.
- 8.3. Modelo de regresión lineal múltiple.
- 8.4. Obtención y uso de la ecuación de regresión lineal múltiple.
- 8.5. Análisis de variancia. Coeficiente de determinación múltiple. Coeficiente de no determinación múltiple. Matriz variancia-covariancia.
- 8.6. Inferencia sobre los coeficientes de regresión parcial. Análisis de efectos lineales adicionales. Análisis de efectos lineales directos.
- 8.7. Predicción. Inferencias.
- 8.9. Métodos de selección de variables explicativas.
- 8.10. Discusión sobre el uso del análisis de regresión lineal simple y el análisis de correlación lineal simple

IV ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Se utilizarán como estrategias didácticas:

- Exposiciones en clase, de los temas a desarrollar en el curso.
- Solución de casos prácticos a fin de que los estudiantes vean la manera lógica y sistemática que se sigue en el análisis de información.
- Explicar que los casos no siguen los mismos patrones de solución, y que es necesario ser flexibles en los métodos de análisis a aplicar.
- Se hará uso de presentaciones en Power Point, como una ayuda didáctica en la explicación de los contenidos.
- Se hará uso de un apunte de estudio como bibliografía principal para el curso.
- Se hará uso de BlackBoard como un medio de comunicación asincrónica con los alumnos, para hacerles llegar las asesorías, para realizar simulacros de pruebas teóricas, resolver consultas de los alumnos.
- Se hará uso de Excel, Minitab, y otros programas estadísticos para estadísticos para aplicar y comprender el uso de las herramientas estadísticas.
- Se propondrá un tema para la elaboración de un trabajo aplicado, y se brindaran asesorías grupales para el desarrollo de dicho trabajo
- Evaluaciones permanentes en clase mediante preguntas y pruebas cortas.
- Evaluaciones periódicas sobre teoría.
- Evaluaciones periódicas sobre la aplicación práctica de los procedimientos estadísticos.
- Se realizarán clases expositivas dialogantes para resolver las asesorías proporcionadas a los estudiantes.

VI. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE





El estudiante deberá realizar las siguientes actividades.

- Leer los apuntes de clase y las lecturas recomendadas por el profesor.
- Desarrollar las asesorías proporcionadas por el profesor.
- Consultar con el profesor sobre las soluciones que obtiene a las asesorías y casos.
- Intervenir en clase para aclarar las dudas que se generen durante la exposición del profesor.
- Elaborar un trabajo aplicado donde deben utilizar las herramientas estadísticas necesarias para resumir, analizar, validar hipótesis, y generar conclusiones con niveles de confiabilidad apropiados.
- Utilizar programas de cómputo para la elaboración de reportes estadísticos.

## VII. EVALUACIÓN

Las evaluaciones serán: cuatro prácticas calificadas, un trabajo aplicativo, participación en clase, el examen parcial y el examen final.

Para la obtención del promedio de prácticas se considerarán 7 notas; cuatro, corresponden a las prácticas rendidas en aula; una, al trabajo aplicativo; una, al promedio de cuatro controles; y una a la nota de participación. Las 7 notas tendrán la misma ponderación. La nota de participación comprenderá 10 intervenciones durante el ciclo. Algunas intervenciones serán orales y otras serán escritas. Las intervenciones escritas serán tomadas cuando el profesor lo crea conveniente.

Para que los estudiantes se preparen adecuadamente para las prácticas calificadas entregará una relación de casos con los temas involucrados en la evaluación correspondiente. Algunos de los casos serán tratados en la clase con la activa participación de los estudiantes. Asimismo, para afianzar los conceptos discutidos en clase se realizarán prácticas dirigidas previas a cada práctica calificada.

El examen parcial será escrito. En él se evaluará los temas desarrollados en las siete primeras semanas de clases. El examen final también será escrito y comprenderá todo el curso.

Las ponderaciones para obtener la nota final serán las siguientes:

Tipo de evaluación	Ponderación
Promedio de prácticas	50%
Práctica calificada N°1	7.14%
Práctica calificada N°2	7.14%
Práctica calificada N°3	7.14%
Práctica calificada N°4	7.14%
Promedio de controles	7.14%
Nota de intervenciones	7.14%
Nota de trabajo aplicado	7.14%
Examen parcial	25%
Examen final	25%





El calendario de las evaluaciones y entregas del trabajo es el siguiente:

Evaluación	Fecha
Control N°1. Práctica calificada N°1	Viernes 17 de enero
Primera entrega del trabajo	Lunes 20 de enero
Control N°2. Práctica calificada N°2	Viernes 24 de enero
Examen parcial	Sábado 01 de febrero
Segunda entrega del trabajo	Jueves 06 de febrero
Control N°3. Práctica calificada N°3	Viernes 14 de febrero
Tercera entrega del trabajo	Miércoles 19 de febrero
Control N°4. Práctica calificada N°4	Viernes 21 de febrero
Sustentación de trabajos	Sábado 22 de febrero
Práctica de rezagados	Lunes 24 de febrero
Examen final	Martes 25 de febrero

7:30 am  
7:30am

## VIII. BIBLIOGRAFÍA

### Obligatoria:

1. TOMA J., RUBIO J. L. Estadística Aplicada, primera parte. Apuntes de Estudio 64. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. 2012.
2. ANDERSON D., SWEENEY D., WILLIAMS T.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Thomson. 2005.

### Complementaria:

1. LEVINE D., KREHBIEL T., BERENSON M. . Estadística para Administración. México. Editorial Prentice Hall. 2006.
2. CHAO L., Estadística para las Ciencias Administrativas. Colombia. Editorial Mc Graw Hill. 1993.
3. KAZMIER L., DIAZ A. Estadística Aplicada a Administración y Economía. México. Editorial Mc Graw Hill. Segunda edición. 1991.
4. LEVIN R.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Prentice Hall. 2004.
5. LIND D.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Alfaomega. 2004.
6. LIND D., MARCHAL W., MASON R.; Estadística para Administración y Economía. Editorial Alfaomega. México. 2004
7. MENDENHALL W. Estadística para Administradores. México. Grupo Editorial Iberoamérica. 1990.
10. WEBSTER A. Estadística aplicada a los negocios y la economía. Edit. Mc Graw Hill. 2000.



## IX. CRONOGRAMA

Semana	Fecha	Temas	Actividades a realizar	Materiales	Entregables
Semana 1	Enero 06-10	Definición de variable aleatoria continua. Funciones de probabilidades. Funciones de probabilidad continuas. Distribuciones continuas. Funciones de distribuciones acumulativas. Esperanza matemática. Media y variancia de una variable aleatoria. Desviación estándar y coeficiente de variabilidad. Principales Distribuciones Continuas: Uniforme, Exponencial, Normal y Normal Estándar. Aplicaciones.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase Taller de trabajo en grupo	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 2	Enero 13-17	Distribuciones bivariadas. Distribuciones marginales. Distribuciones condicionales. Independencia estocástica. Esperanza matemática de una función de dos variables aleatorias. Covariancia. Coeficiente de correlación. Momentos. Esperanza matemática para distribuciones condicionales. Ecuación de regresión. Momentos. Distribución normal bivariada.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 3	Enero 20-24	Muestreo. Principales métodos de selección de muestras. Distribuciones muestrales. Distribución de promedios muestrales. Distribución de diferencias de promedios muestrales. Distribución de proporciones muestrales. Distribución de diferencias de proporciones muestrales.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 4	Enero 27-31	Distribución chi-cuadrado. Distribución de la variancia muestral. Distribución T. Distribución F. Tamaño mínimo de muestra. Inferencia Estadística. Estimación puntual. Propiedades de los "buenos" estimadores. Propiedades de los estimadores. Estimación por intervalo. Intervalo de confianza e intervalo fiducial. Intervalos de confianza para la media poblacional, variancia poblacional, proporción poblacional, diferencia de medias poblacionales, razón de variancias poblacionales y diferencia de proporciones poblacionales.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
<b>EXAMEN PARCIAL – SÁBADO 01 DE FEBRERO, 7:30 a.m.</b>					



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Semana 5	Febrero 03-07	Pruebas de hipótesis. Hipótesis planteada e hipótesis alternante. Procedimiento para realizar una prueba de hipótesis. Error tipo I y Error tipo II. Potencia de la prueba. Prueba de hipótesis para: una media poblacional, una variancia poblacional, una proporción poblacional, una razón de variancias poblacionales, una diferencia de medias de dos poblaciones independientes, una diferencia de proporciones poblacionales, una diferencia de medias poblacionales con datos pareados. Prueba de Bartlett	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase Uso de paquetes de cómputo.	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 6	Febrero 10-14	Estadística No Paramétrica. Diferencias entre la estadística paramétrica y la estadística no paramétrica. Prueba para frecuencia de "K" categorías. Pruebas de bondad de ajuste. Prueba de independencia para tablas de contingencia. Coeficiente de contingencia. Prueba de homogeneidad de "K" subpoblaciones. Prueba de Kruskall-Wallis. Prueba de Levene  Análisis de correlación lineal simple. Supuestos. Inferencias sobre el coeficiente de correlación poblacional.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase Uso de paquetes de cómputo.	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	
Semana 7	Febrero 17-21	Análisis de regresión lineal: Estimación de parámetros por el método de mínimos cuadrados. Ecuación de regresión muestral. Propiedades de la ecuación de regresión muestral. Análisis de variancia y Prueba de hipótesis. Coeficiente de determinación. Coeficiente de determinación ajustado.  Prueba de efectos lineales directos. Matriz variancia-covariancia. Prueba de efectos lineales adicionales. Métodos de selección de variables explicativas. Predicción. Estimaciones por intervalo.  Discusión sobre el uso del análisis de correlación lineal simple y el análisis de regresión simple.	Asistencia a clases Leer separatas y apuntes antes de clases Intervenciones en clase Uso de paquetes de cómputo.	Apuntes de estudio, Asesoría Presentaciones	



## Normas sobre las evaluaciones

1. En aplicación del artículo 24 del Reglamento de Estudios de Pregrado, los alumnos que no asistan a una práctica calificada y/o control escrito deberá entregar la justificación documentada de su inasistencia (certificado médico) acompañada del comprobante de pago correspondiente. Los documentos antes mencionados deberán entregarse al profesor del curso dentro de las setenta y dos (72) horas posteriores a la fecha original programada para la evaluación. Posteriormente, el profesor del curso entregará toda la documentación al Coordinador del curso, quien finalmente autorizará rendir la prueba en forma extemporánea. En el caso de inasistencia a un examen parcial o final, los alumnos deberán realizar su trámite de autorización, para rendir la prueba en forma extemporánea, ante la Dirección de Servicios Académicos y Registro.
2. Los alumnos que no rindan el control 1 o el control 2, deberán rendir el examen parcial de rezagados. La nota de la parte 1 del examen parcial de rezagados se utilizará para establecer la nota del control no rendido.
3. Los alumnos que no rindan el control 3 o el control 4, deberán rendir la nota del control de rezagados que se tomará conjuntamente con la práctica de rezagados.
4. Los alumnos que no rindan la práctica 1 o la práctica 2 deberán rendir el examen parcial de rezagados. Los alumnos que no rindan las prácticas 3 o 4 deberán rendir la práctica de rezagados. La práctica de rezagados contendrá preguntas de los temas evaluados en las prácticas calificadas 3 y 4.
5. El alumno que no rinda la práctica de rezagados en la fecha establecida, por razones debidamente justificadas, tendrá como nota de la práctica no rendida a la nota del examen final de rezagados.
6. El alumno que tenga dos reclamos improcedentes en las evaluaciones (se incluyen las prácticas calificadas y el examen parcial), quedará impedido de presentar reclamo en las evaluaciones posteriores, excepto cuando se trate de un error de suma.
7. Los alumnos que no se presenten a la sustentación del trabajo, tendrán el calificativo CERO en las partes que corresponden a la exposición y a la sesión de preguntas y respuestas.
8. No hay derecho a reclamo sobre la nota del trabajo grupal, ni sobre las notas de las intervenciones orales o escritas.
9. El alumno que no esté presente en una clase en la que sea llamado para una intervención oral o en una clase donde se realice una intervención escrita, tendrá CERO como calificativo para dicha intervención.
10. Las pruebas calificadas deben ser resueltas con lapicero. El alumno que utilice lápiz no tendrá derecho a reclamo. Está prohibido el uso de corrector de lapicero (liquid paper).
11. Durante las evaluaciones los equipos de telefonía móvil, Smartphone, y similares, deben estar apagados y guardados. El incumplimiento de esta norma conllevará a la anulación inmediata de la prueba.



## ***INSTRUCCIONES PARA LOS TRABAJOS EN GRUPO***

### **Tema: Gestión del Alcalde Distrital**

Utilizando los procedimientos estadísticos aprendidos en el curso Estadística Aplicada I y en este curso, se presentará en forma grupal (cuatro miembros por grupo como máximo) una investigación o estudio de un caso de aplicación real.

El informe del trabajo se presenta por **escrito** y deberá ajustarse al siguiente esquema:

#### **Parte 1**

1. Introducción (Antecedentes e importancia del problema).
2. Objetivos e hipótesis de trabajo.
3. Metodología:
  - Variables a ser analizadas.
  - Fuentes de información.
  - Definición de la población en estudio.
  - Definición del marco de muestreo, la unidad de muestreo y el plan de muestreo.
  - Cuestionario. Plan de tabulación.

Fecha límite de entrega: Lunes 20 de enero del 2014; hasta las 13:00.

#### **Parte 2**

4. Análisis de resultados:
  - \* Datos que se utilizan en el análisis.
  - \* Análisis mediante la aplicación de técnicas de estadística descriptiva.

Fecha límite de entrega: Jueves 06 de febrero del 2014; hasta las 13:00.

#### **Parte 3**

4. Análisis de resultados:
  - \* Inferencia estadística.
5. Conclusiones.
6. Recomendaciones.

Fecha límite de entrega: Miércoles 19 de febrero del 2014; hasta las 13:00

Para la evaluación del trabajo se tendrá en cuenta los siguientes aspectos: calidad de la presentación del informe, planteamiento e identificación de objetivos, originalidad, metodología, profundidad, aplicabilidad, redacción y uso de los datos en la generación de conclusiones, calidad y presentación de la ficha técnica y del resumen ejecutivo.

**Nota: No se recibirán los informes de trabajo en grupo después de la fecha y hora de entrega límite establecida.**



Nombre del curso	:	<b>Ciencia Política</b>
Código	:	52230
Departamento académico	:	Ciencias Sociales y Políticas
Semestre académico	:	2014-0
Sección	:	B, C
Docentes	:	Blydal, Carl <a href="mailto:c.blydal@up.edu.pe">c.blydal@up.edu.pe</a>

## I. Sumilla

Este curso proporciona a los estudiantes conceptos básicos de la política como campo de reflexión, y promueve el análisis de las relaciones posibles entre la economía, la política y el mundo empresarial. Asimismo, promueve el análisis y debate sobre la actualidad política nacional e internacional.

## II. Objetivo del Curso

Contribuir a la formación integral que ofrece la Universidad, proporcionando los conceptos y herramientas necesarios para analizar las relaciones de poder, el funcionamiento de las instituciones políticas y la naturaleza y conducta de los actores que influyen en la toma de decisiones políticas en el Perú y la región, en el contexto de un mundo globalizado.

Aportar a la formación de estudiantes como ciudadanos activos e informados, alertos a los cambios políticos nacionales y al importante contexto internacional.

## III. Competencias que desarrolla

Generales. Responsabilidad cívica, visión integral, capacidad analítica, conocimiento del sistema político nacional y el entorno internacional.

## IV. Contenidos

### Unidad didáctica I: Política y Ciencia Política

Introducción: ¿Qué es la Política y por qué nos importa?  
Visión general de la Ciencia Política

### Unidad didáctica II: Poder y Legitimidad

Poder y legitimidad en Política  
El poder en el Perú

### Unidad didáctica III: Estado y Nación

El Estado: características, organización y funciones  
Ciudadanía, Nación y diversidad cultural  
Estado y relaciones internacionales  
Estado y violencia política en el Perú



#### **Unidad didáctica IV: Formas de Gobierno**

Autoritarismo(s): ayer y hoy

Democracia: concepto, componentes básicos y división de poderes

Corrupción, ética y política (*según profesor*)

#### **Unidad didáctica V: Democracia: sociedad, partidos y elecciones**

Democracia en la práctica I: partidos políticos e ideologías

Democracia en la práctica II: elecciones regionales y municipales

### **V. Estrategia Didáctica**

Las clases se inician con un breve análisis y discusión de las noticias políticas más importantes de la semana. Por lo general, siguen con una exposición del profesor, que combina elementos de teoría y argumentos básicos de las lecturas obligatorias con temas y casos prácticos que estimulen la discusión por parte de los alumnos. Se procura un clima adecuado para que los alumnos participen en clase con opiniones bien informadas.

### **VI. Actividades de Aprendizaje**

Para aprovechar plenamente del curso, es necesario leer con anticipación las materias asignadas y hacer seguimiento de las noticias políticas (en diarios, TV, radio y/o blogs). La Universidad provee lo requerido para la preparación de clases y lo relacionado con ellas: lecturas en Blackboard o Biblioteca, servicio de fotocopiadora, archivo de videos, prensa escrita y acceso a Internet.

### **VII. Evaluación**

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
Examen parcial	A rendirse en la fecha programada por SAR	20%
Nota de Trabajo	Ensayo(s) o trabajo extendido, <i>a definir por el profesor</i>	50%*
Examen final	A rendirse en la fecha programada por SAR	30%

\* El profesor podrá incluir actividades en clase como un componente en la nota final de Trabajo (debates, exposiciones, controles breves, etcétera).



**VIII. Bibliografía general (cada profesor indicará los textos obligatorios en su sección)**

**Política y Ciencia Política:**

Acemoglu, Daron y James Robinson, Por qué fracasan los países: Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza, Bogotá: Ediciones Deustuo, 2012, Cap. 1.

Savater, Fernando, *Política para Amador*, Barcelona: Ariel 1997(cap. 2 y 3).

Vallés, Joseph M. "Capítulo 1: ¿Qué es la Política?", en *Ciencia Política: Una Introducción*, Barcelona: Ariel 2000, pp. 17-30.

Vergara, Alberto, "Introducción. ¿Cómo sobrevivir en la jungla política peruana?". En: *Ciudadanos sin república*, Lima: Planeta (2013):pp. 15-31

Weber, Max, *La Política como Profesión (1919)* en *La Ciencia como Profesión, La Política como Profesión*, Madrid: Espasa Calpe, 2007, pp. 87-106, 134-152-

**Poder y Autoridad:**

Vallés, Joseph M., "Capítulo 2: ¿Qué es Poder Político?", en *Ciencia Política: Una Introducción*, Barcelona: Ariel 2000, pp. 31-43.

Weber, Max, *Economía y Sociedad*. Capítulo 3, pp. 170-197.

Lukes, Steven. *Power: A Radical View*. Second Edition. Palgrave Macmillan, 2004 (selección).

De Trazegnies, Fernando, "Los Poderes Pululantes", en Augusto Álvarez Rodrich (Ed), *El Poder en el Perú*, Lima: Editorial Apoyo 1993, pp. 143-152.

**Estado, Ciudadanía y Nación:**

Vallés, Joseph, Capítulo 10 "Los elementos constitutivos del Estado: población, territorio y soberanía", en *Ciencia Política: Una Introducción*, Barcelona: Ariel 2000, pp. 149-184.

Fukuyama, Francis, "Elementos ausentes en la estatalidad", en *La construcción del Estado*, España: Editorial Grupo Zeta, 2004.

Anderson, Benedict, *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica, 1991 (I y III).

Drinot, Paulo: "Construcción de nación, racismo y desigualdad: una perspectiva histórica del desarrollo institucional en el Perú", en: Crabtree, John (Ed.): *Construir instituciones: democracia, desarrollo y desigualdades en el Perú desde 1980*, Lima: PUCP, CIUP e IEP 2006, pp. 11-31.



Vergara, Alberto. "Ni amnésicos ni irracionales. Las elecciones peruanas de 2006 en perspectiva histórica." Lima: Solar, 2007. Primera Parte (Construcción de Estado y Nación).

Informe Final de la Comisión de Verdad y Reconciliación (CVR). Selecciones.

Documentales: *State of Fear: The Truth about Terrorism*. Skylight Films, 2005. O *Memorias de Paraíso*, Sonia Goldenberg, 2005.

### **Formas de Gobierno**

#### **Perú 1990s:**

Jochamowitz, Luis. *Ciudadano Fujimori*. Lima: Peisa (1997). Capítulo VII y el primer apartado del Capítulo VIII –La cueva del dragón-.

Tanaka, Martín. "El Pez fuera del agua. Si Vargas Llosa hubiese derrotado a Fujimori (1990-1995)". En: Dargent y Ragas (comps.) *Contra-Historia del Perú. Ensayos de Historia Política Peruana*, Lima: Mitin (2012): 109-123.

Vargas Llosa, Mario. *El Pez en el agua*. Lima, Alfaguara (2005). Capítulo XVIII - La guerra sucia-y el Capítulo XX -Punto Final.

#### **Autoritarismo:**

Vallés, Joseph M., "Capítulo 7. Las Dictaduras". En *Ciencia Política: Una Introducción*, Barcelona: Ariel 2000: pp. 97-110.

Levitsky, Steven y Lucan A. Way, "Elecciones sin democracia: el surgimiento del autoritarismo competitivo", *Estudios Políticos* No. 24, Medellín enero – junio 2004, 159-176.(Original: "Elections Without Democracy: The Rise of Competitive Authoritarianism". *Journal of Democracy*, Vol. 13 (2), abril de 2002, pp. 51-65.

#### **Democracia:**

Dahl, Robert. *La Democracia. Una guía para los ciudadanos*, Buenos Aires: Taurus 1999, pp. 45-93.

O'Donnell, Guillermo, "Las poliarquías y la (in)efectividad de la ley en América Latina". En: Juan Méndez, Guillermo O'Donnell y Paulo Sérgio de Moraes Sarmento Pinheiro (comp.), *La (in) efectividad de la ley y la exclusión en América Latina*, Vol. 9., Buenos Aires: Paidós (2002): 305-336.

Morón, Eduardo y Cynthia Sanborn. *Los desafíos del Policymaking en el Perú: actores, instituciones y reglas de juego*, CIUP Documento de Trabajo 77, 2007.

Schmitter, Philippe C. y Terry Lynn Karl, "¿Qué es y qué no es Democracia?", en Romeo Grompone, ed., *Instituciones políticas y sociedad: Lecturas introductorias*, Lima: IEP 1995.

Sen, Amartya: "La democracia como valor universal", *Journal of Democracy*, julio de 1999, vol. 10, número 3, pp. 3-17.



## **Democracia, partidos y elecciones**

### **Ideologías:**

Cohen, G. A., *¿Por qué no el socialismo?* Buenos Aires: Katz, 2011: pp. 9-37 y 45-62

Eccleshall, Robert, *Liberalismo*. En: Eccleshall, Robert, Geoghegan, Vincent, Jay, Richard y Wildford, Rick. *Ideologías Políticas*. Madrid: Tecnos, 2011.: pp. 41-54)

Nisbet, Robert, *Conservadurismo*. Madrid: Alianza Editorial, 1986. Capítulo 2: Los Dogmas Conservadores.

### **Elecciones:**

Tanaka, Martín y Yamilé Guibert, "Entre la evaporación de los partidos y la debilidad de los movimientos regionales. Una mirada a las elecciones regionales y municipales desde las provincias, 2002-2006-2010". En *El nuevo poder en las regiones. Análisis de las elecciones regionales y municipales 2010* (pp. 18–28). Departamento de Ciencias Sociales – PUCP, 2011: pp. 18-28.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## Nombre del Curso: Informática para los Negocios

Código: 31647

Departamento Académico: Economía

Semestre Académico: 2014 – 1

Secciones: Todas

Profesores:

Jorge Infante (infante\_jr@up.edu.pe)

Marco Vásquez (vasquez\_ma@up.edu.pe)

Jaime Segura (segura\_ji@up.edu.pe)

## PROGRAMA DEL CURSO

### Sumilla

El curso busca que los alumnos adquieran conocimientos actualizados y capacidades avanzados en el manejo de las herramientas informáticas del entorno Microsoft Windows, Microsoft Office profesional que les permitan desempeñarse de forma efectiva en su campo profesional.

El propósito es preparar a los alumnos para responder a las demandas que les puede plantear su entorno centrándose en desarrollar sus capacidades de resolución de problemas vinculados con el quehacer profesional.

### Competencias

Los alumnos resuelvan problemas de su campo profesional mediante la utilización pertinente de conocimientos avanzados en el uso de las herramientas informáticas más utilizadas en el ambiente de trabajo como Microsoft Office, integrando este saber técnico con los conocimientos y capacidades relacionadas con su especialidad.

Tomar decisiones de forma autónoma, buscando por iniciativa propia, maneras más eficientes de afrontar y resolver los diferentes problemas que se les pueden presentar en el desarrollo de sus proyectos y en su futura actividad profesional.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Capacidades

Discriminar y tomar decisiones sobre el uso adecuado de las herramientas informáticas de productividad apropiadas para su utilización en resolver tareas.

Aplicar los procedimientos adecuados y necesarios en el manejo de las herramientas informáticas de MS Office para obtener los resultados requeridos.

Analizar datos y resultados provenientes de las aplicaciones de las herramientas informáticas.

Representar e interpretar datos relacionándolos con sus conocimientos sobre los temas.

## Contenidos

Los contenidos del curso se desarrollarán bajo los siguientes ejes temáticos:

### Tópicos avanzados de Microsoft Excel

#### Contenidos conceptuales:

- ❑ Tópicos avanzados de construcción de fórmulas.
- ❑ Tópicos avanzados de estrategias de trabajo en hojas de cálculo.
- ❑ Tópicos avanzados de Gestión de Bases de Datos desde MS Excel.
- ❑ Programación y creación de herramientas personalizadas mediante el uso de VBA en Excel.

#### Contenidos Procedimentales:

- ❑ Creación de fórmulas avanzadas de tipo Matricial.
- ❑ Uso de Funciones avanzadas de búsqueda y selección de tablas en situaciones complejas.
- ❑ Crear y utilizar rangos y fórmulas con nombre.
- ❑ Resolver casos utilizando fórmulas matriciales y tridimensionales.
- ❑ Creación y uso de estructuras lógicas de nivel avanzado en la solución de situaciones complejas.
- ❑ Crear y construir estrategias con hojas de cálculo para la solución de casos complejos.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- ❑ Trabajo con datos de diferentes archivos para la solución de casos complejos.
- ❑ Manejo de Datos de tipo texto y fechas en fórmulas complejas.
- ❑ Crear tablas para el cálculo masivo de escenarios.
- ❑ Creación y uso de tablas esquematizadas.
- ❑ Creación y uso de tablas dinámicas básicas, con campos calculados y complejos.
- ❑ Macros con Excel: Creación de macroinstrucciones en Excel
- ❑ Personalizar archivos.
- ❑ Uso de herramientas de tipo Objetos ActiveX y Formularios.
- ❑ Creación y uso de estructuras de control para la programación utilizando VBA para Excel.
- ❑ Creación de funciones personalizadas utilizando VBA.

### **Contenidos actitudinales:**

El desarrollo de la autonomía e independencia en la solución de problemas que impliquen el uso de la herramienta informáticas.

Promover una visión de la informática como herramienta de trabajo de importancia para la resolución de problemas de su campo profesional.

### **Actividades de aprendizaje**

- ❑ Se plantea una situación problema que debe ser resuelta por los alumnos para afianzar el aprendizaje.
- ❑ Prácticas de aplicación en computadora
- ❑ Desarrollo de trabajos grupales y/o individuales
- ❑ Asesoría y orientación

### **Estrategia didáctica**

- ❑ Exposición de conceptos teóricos de los temas por parte del profesor de curso
- ❑ Al inicio de cada clase se asigna un tiempo para responder las consultas de los alumnos sobre temas tratados anteriormente.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Planteo del tema de la clase mediante una situación problema, que el profesor desarrolla enseñando estrategias de solución utilizando las herramientas adecuadas e interactuando con los alumnos, motivando su participación mediante preguntas y respuestas que faciliten el aprendizaje

## Evaluación

Los criterios que serán tomados en cuenta en la evaluación de los alumnos son:

- Conocimientos teóricos de los temas desarrollados en el curso y su aplicación en la solución problemas.
- Uso de las herramientas informáticas.
- Justificación y argumentación de las decisiones tomadas en el uso de las herramientas.
- Autonomía en el trabajo.

Los procedimientos de evaluación y su ponderación:

Examen parcial (EP) .....: 25%

Promedio de prácticas(PP) .....: 40%

Examen final(EF) .....: 35%

$$\boxed{\text{Promedio del curso} = 0.25 \times EP + 0.40 \times PP + 0.35 \times EF}$$

El promedio de prácticas será obtenido a partir de 4 calificaciones:

- 03 prácticas calificadas en el aula.
- 01 Nota proveniente de controles (que serán tomados en horas de clases durante el desarrollo del ciclo) y de un trabajo grupal.

$$\boxed{\text{Promedio de Prácticas} = \frac{PC_1 + PC_2 + PC_3 + (\sum \text{Controles} + Trabajo)}{4}}$$

## Nota

- Las prácticas calificadas serán tomadas en horas de clases y en fechas cuya programación se dará a conocer oportunamente.
- Los exámenes parciales y finales serán tomados en las fechas programadas por la oficina de Servicios Académicos.

## Bibliografía de referencia

Battner, Microsoft Excel 2010, Prentice Hall.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Jennings, Access 2010, Edic. especial, Prentice Hall



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Datos Adicionales referidas a las evaluaciones:

- No se realizará la eliminación de ninguna nota de práctica calificada.
- Los alumnos que no asistan a una Práctica Calificada (PC1, PC2, PC3) en la fecha y hora fijadas, no podrán recuperar dicha práctica sin autorización oficial emitida por la oficina de Servicios Académicos.
- Los alumnos de todas las secciones que hayan recibido la autorización de recuperación de una práctica no rendida, rendirán su evaluación en una sola fecha (fijada por los profesores) al finalizar el ciclo, donde se incluirán todos los temas que en el curso se hayan desarrollado.
- Los controles serán tomados SIN PREVIO AVISO a los alumnos.
- Si el alumno falta a una evaluación de tipo CONTROL, no podrá recuperar dicha evaluación.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Departamento Académico de Administración

# SILABO

---

**Curso:**

**Análisis estadístico para  
los negocios**

---

---

**2014**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Análisis Estadístico para los Negocios  
**Departamento académico:** Marketing y Negocios Internacionales  
**Código:** 140505  
**Prerrequisito(s):** Estadística Aplicada I y II  
**Semestre académico:** 2014-1

### **Secciones y docentes:**

Sección A: Prof. Angie Higuchi e-mail: a.higuchi@up.edu.pe

## I. Sumilla

El curso repasa los diversos esquemas para efectuar un análisis estadístico aplicado a los negocios e investigación, desarrollando a profundidad el análisis paramétrico, no paramétrico, cálculo del coeficiente de confiabilidad, análisis multivariado como el análisis factorial, entre otros. El curso enfatiza en la aplicación de software para el desarrollo de ejercicios.

## II. Competencias del Perfil del Egresado

### ➤ ***Responsabilidad:***

El egresado será capaz de cumplir con dedicación, calidad y puntualidad a los compromisos asumidos, aspirando siempre al mejor resultado posible, sin necesidad de recordatorios o motivaciones externas. Reconoce sus fortalezas e identifica aquellas áreas donde necesita el apoyo de otros, aprovechando así las oportunidades que la diversidad le ofrece para generar óptimos resultados.

### ➤ ***Visión integral:***

El egresado será capaz de observar una situación desde diversas perspectivas y analizarla en sus múltiples dimensiones, haciendo uso de las capacidades de análisis, inducción, relación y síntesis. Demuestra un pensamiento flexible, valorando las diferencias, abierto al diálogo, la crítica y al cuestionamiento con el fin de lograr una comprensión holística de la realidad.

### ➤ ***Trabajo en equipo:***

El egresado será capaz de participar activamente en el proceso de alcanzar una meta común, comprometiéndose con el mismo y asumiendo una mutua responsabilidad por los



resultados. Reconoce que las habilidades de las personas son complementarias y confía en el diálogo, la flexibilidad y el respeto como pilares del éxito en el trabajo realizado.

### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

1. **Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y de pensamiento crítico.**
  - Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones)
2. **Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global.**
  - Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de casos de estudio.
3. **Nuestros egresados poseerán un enfoque estratégico.**
  - Nuestros estudiantes diseñarán estrategias pertinentes al comportamiento de demanda y oferta diversos.
4. **Nuestros estudiantes investigan fenómenos económico-comerciales.**
  - Identifican un marco analítico que responda al problema inicial.
  - Nuestros estudiantes analizan variables o fenómenos externos y/o internos que afectan y/o contribuyen al desempeño de las empresas.

### IV. Resultados de Aprendizaje

Al finalizar el curso, los alumnos estarán en capacidad de:

Planificar y diseñar la formulación de técnicas estadísticas y multivariadas a partir de un problema de investigación además de desarrollar un ojo crítico en los alumnos en cuanto a la elección del modelo que se ajuste a la data y a la interpretación de los resultados tras el análisis para la formulación de recomendaciones de la investigación.

### V. Contenidos

**Unidad Didáctica 1:** Preparación, diseño de la investigación, recolección y preparación de la data

1. Introducción a la estadística para los negocios
2. Pregunta y problema de investigación. Hipótesis. Variables.
3. Diseño de la investigación
  - Datos primarios vs. Datos secundarios
  - Encuesta y observación
4. Diseño de encuesta: Cuestionario
5. Muestreo: Determinación del tamaño de muestra
6. Trabajo de campo y preparación de los datos



## Unidad Didáctica 2: Análisis y presentación de los datos

1. Análisis categórico: Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis
2. Análisis de varianza (ANOVA)
3. Correlación (multicolinearidad) y regresión
4. Análisis de regresión binomial logístico
5. Análisis factorial: Análisis de los principales componentes
6. Alfa de cronbach
7. Análisis de conglomerados (clusters)
8. Preparación y presentación del informe
9. Investigación para mercados internacionales
10. Exposición de presentación de trabajo por grupos

## VI. Estrategias Didácticas

El aprendizaje se logrará mediante:

1. Exposición y discusión de los temas correspondientes haciendo uso de ayudas audio- visuales.
2. Trabajo en equipo a través del planteamiento y resolución de casos a fin de aclarar y/o ejemplificar los temas desarrollados.
3. Análisis y exposición de papers así como de lecturas asignado por el profesor, los cuales deben ser sustentado ante la clase, a fin de contrastar la teoría e intercambiar experiencias y obtener una mejor visión de la realidad de las empresas peruanas.
4. Diseño de encuesta y análisis de data en SPSS.
5. Aplicación de herramientas estudiadas en clase aplicados en el trabajo final.
6. Búsqueda, selección y aplicación de temas/estrategias sobre las ideas de los alumnos seleccionadas como fundamento del trabajo final.

**Trabajo final aplicativo (caso de estudio): Consumo de pescado en Lima Metropolitana**

**(\* Importante: Se requerirá que los alumnos utilicen el laboratorio para el uso de SPSS.**

## VII. Sistema de Evaluación

Instrumento	Criterios de Evaluación	Ponderación		
		E.I.	E.G.	E.F.
Participación (10%)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asistencia (Tolerancia máxima 15 minutos. Toma de lista al inicio y al final de la clase) (a)</li><li>• Explicación de conceptos (b)</li><li>• Participación en discusiones y dinámicas (b)</li><li>• Calidad de preguntas (b)</li></ul>	3% <b>(a)</b>	7% <b>(b)</b>	<b>10%</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Exposiciones (15%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodología</li> <li>• Comprensión de conceptos</li> <li>• Calidad de exposición (que se entienda qué está exponiendo)</li> <li>• Ejemplo didáctico</li> </ul>	<b>10%</b>	<b>5%</b>	
Pasos cortos (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasos cortos después de cada clase</li> </ul>	<b>10%</b>		<b>40%</b>
Prácticas calificadas (15%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodología</li> <li>• Comprensión de conceptos</li> <li>• Calidad de la herramientas</li> <li>• Análisis de información</li> <li>• Interpretación y recomendaciones</li> </ul>		<b>15%</b>	
Trabajo final aplicativo (presentaciones parciales) (30%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de conceptos</li> <li>• Trabajo de campo y metodología</li> <li>• Presentación y sustentación (argumentación oral)</li> </ul>	<b>50% del 30%</b>	<b>50% del 30%</b>	<b>30%</b>
Trabajo final aplicativo (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de conceptos</li> <li>• Metodología</li> <li>• Calidad de la herramientas</li> <li>• Trabajo de campo</li> <li>• Análisis de información</li> <li>• Interpretación y recomendaciones</li> <li>• Bibliografía</li> <li>• Presentación y sustentación (argumentación oral)</li> </ul>	<b>50% del 20%</b>	<b>50% del 20%</b>	<b>20%</b>

EI: Evaluación individual

EG: Evaluación grupal

EF: Evaluación final

## VIII. Bibliografía

### Lectura obligatoria:

- Field, Andy (2012). Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics. Fourth edition. SAGE Publications Ltd. Inglaterra.

### Lecturas complementarias:

- Catena, A., et. al. (2003). Análisis multivariado: Un manual para investigadores. Biblioteca nueva. España.
- Lehmann, D. R. (1994). Investigación y análisis de mercado. Marketing Universitario. Primera Edición en Español. Compañía Editorial Continental S. A. de C. V. México.
- Lind, D. A., et. al. (2012). Estadística aplicada a los Negocios y la Economía. 15va. Edición. Mc. Graw Hill. México.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Hair, J. F. et. al. (2008). Análisis Multivariante. 5ta. Edición. Pearson Prentice hall International Inc. España.
- Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados. Quinta edición. Pearson/Prentice Hall. Mexico DF.
- Mc Daniel Jr., C. y Gates, R. (2012). Marketing research. 9th edition. John Wiley and sons Inc. Estados Unidos.
- Uriel, E. y Aldás, J. (2005). Análisis multivariado aplicado. Thomson. España.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

NOMBRE DEL CURSO: **Teoría del Comercio Internacional**  
CÓDIGO: 30656  
DEPARTAMENTO **Economía**  
ACADÉMICO:  
SEMESTRE ACADÉMICO: 2014-I

## I. SUMILLA

El curso pretende consolidar los conocimientos sobre las teorías básicas del comercio internacional e introducir el conocimiento de las nuevas teorías en la materia. Asimismo, busca familiarizar al alumno con las bases de datos e indicadores comerciales más conocidos, a fin de capacitarlo en la elaboración de estudios empíricos sobre temas del comercio internacional y en formular las pertinentes recomendaciones de políticas que beneficien al país en un contexto económico globalizado.

Dentro del plan de estudios vigente de la carrera de Economía, el curso está ubicado en el quinto semestre académico. Esto implica que el alumno está por ingresar a la etapa final de su carrera y requiere de habilidades y competencias que le permitan relacionar conocimientos sobre diferentes aspectos del comercio internacional para realizar evaluaciones comprehensivas y útiles de situaciones específicas.

Los principales conocimientos previos que el alumno debe tener son los provistos por el área de microeconomía y sus soportes en matemáticas y estadísticas, en razón de lo cual el curso tiene como prerequisito al curso de Microeconomía II.

## II. RESULTADO de APRENDIZAJE

El estudiante articula y moviliza correctamente los principales recursos conceptuales, informativos y metodológicos sobre comercio internacional, para actuar exitosamente ante un problema concreto y complejo evaluándolo con solidez profesional y planteando las medidas que lo resuelvan eficientemente.

## III. COMPETENCIAS QUE DESARROLLA

### a. Generales (*del Perfil General del Egresado UP*)

Potenciar las competencias del alumno en cuanto a:

- Visión integral, flexibilidad y apertura al cambio: El alumno aborda escenarios complejos desplegando capacidades de análisis, inducción y síntesis, dotado de una visión integral que le permite una comprensión holística de casos específicos y de su entorno relevante.
- Responsabilidad y productividad: El alumno concreta metas con dedicación, calidad y puntualidad.
- Trabajo en equipo: El alumno participa activamente y en estrecha coordinación con sus pares en pro de la consecución exitosa de objetivos comunes y tareas compartidas.

### b. Específicas (*del Perfil del Egresado de la Carrera de Economía*)

Entrenar eficazmente al alumno para que:

- Desarrolle sus capacidades analíticas e intuitivas sobre comercio internacional..



- Evalúe escenarios y situaciones concretas del comercio internacional por países/sectores con rigor académico y utilidad para la toma de decisiones gubernamentales y empresariales.
- Maneje las herramientas metodológicas –cuantitativas y cualitativas- de mayor uso para temas del comercio internacional, que mejoren su capacidad para explicar las relaciones comerciales entre países y empresas, así como sus implicancias de políticas públicas y estrategias empresariales.
- Desarrolle sus capacidades para el trabajo en equipo de manera participativa, atendiendo opiniones diversas y propiciando la generación de consensos.

#### IV. CONTENIDO: Unidades Didácticas (UD)

##### **UD I: Introducción**

- a. Fundamentos teóricos y realidad actual del comercio internacional
- b. Indicadores y bases de datos comerciales

##### **UD II: Primeras Teorías – Ventaja Comparativa y Comercio Inter-Industrial**

- a. Teoría clásica y modelo de Ricardo: productividad y ganancias del comercio
- b. Teoría neo-clásica: dotación de factores y distribución de la renta nacional
- c. Movilidad internacional de factores y relación crecimiento económico-comercio.

##### **UD III: Nuevas Teorías – Competencia Imperfecta y Comercio Intra-Industrial**

- a. Economías de escala externas y de aglomeración económica
- b. Economías de escala internas y de fragmentación: IED y contratación externa

##### **UD IV: Política Comercial – Conceptos Básicos**

- a. Instrumentos de política comercial
- b. Negociación comercial internacional

#### V. ESTRATEGIA DIDÁCTICA y ACTIVIDADES de APRENDIZAJE

- **Exposición magistral y participativa:** Explicación y exemplificación de contenidos en las clases del profesor y del JP (prácticas dirigidas), con intervenciones de los alumnos preguntando, discutiendo o presentando tareas encargadas.
- **Aprendizaje basado en casos o problemas reales:** Análisis detallado, en prácticas dirigidas y trabajos grupales, de una situación específica a fin de interpretarla, diagnosticarla y resolverla haciendo un uso adecuada de la data e información cualitativa disponibles.
- **Controles de lectura de textos y apuntes de clase:** Verificación del avance en el proceso de aprendizaje individual por parte del alumno, respecto tanto a comprensión, análisis y síntesis de los contenidos cognitivos como a su adecuada aplicación en casos específicos para evaluarlos y plantear las soluciones pertinentes.
- **Dinámicas grupales y de trabajo en equipo:** Aprendizaje a través de la colaboración, mediante discusiones o debates que desarrollen hábitos de tolerancia y acercamiento entre opiniones discrepantes, así como de tareas por grupos que interactúan entre sí al elaborarlas y al sustentarlas ante la clase en su conjunto (ejemplos: trabajos sobre indicadores comerciales y simulacro de negociación comercial internacional)..

#### VI. EVALUACIÓN



Instrumento	Criterio de evaluación	Ponderación
Trabajos: controles de lectura, prácticas calificadas, trabajos sobre indicadores comerciales y simulacro de negociación	Comprensión de lecturas, habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético, expresión escrita y expresión oral	40%
Examen Parcial	Razonamiento analítico y sintético con base en lecturas y apuntes de clase, habilidad para resolver problemas	25%
Examen Final	Razonamiento analítico y sintético con base en lecturas y apuntes de clase, habilidad para resolver problemas	35%

Pautas sobre Reclamos y Evaluaciones Extemporáneas: Las relativas a las notas de trabajos serán detalladas por el profesor y los JP al inicio del curso, de conformidad con las normas vigentes al respecto..

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Texto Principal (KOM):

Krugman, P.; Obstfeld, M. y Melitz, M. (2012). "Economía Internacional: Teoría y Política" (9<sup>a</sup> ed.). Madrid: Pearson Educación S.A.

### Textos Complementarios (TC):

1. Palley, T.(2007). "Globalization and the Changing Trade Debate", *Public Policy Brief* N° 91, pp. 5-8, 19-20.Levy Economics Institute.
2. The Economist. "Government to Government Trade", Febrero 8, 2013.
3. Samuelson, P. (2004). "Where Ricardo and Mill Rebut and Confirm Arguments of Mainstream Economists Supporting Globalization", *Journal of Economics Perspectives*, Vol. 18, N° 3, pp. 135-146.
4. Krugman, P. y Obstfeld, M. (1996). "Economía Internacional: Teoría y Política" (3<sup>a</sup> ed.), Cap. 8 (pp. 224-232). Bogotá: McGraw-Hill.
5. Belaúnde, P. y Bryce, A. (2006). "Evaluación de los requisitos para el desarrollo del puerto del Callao como un *hub* portuario subregional de la costa oeste de América del Sur", Trabajo del Seminario de Investigación Económica, Noviembre. Lima: Universidad del Pacífico.
6. Kuoman, D. y Yong, A. (2009). "¿Puede el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez convertirse en un *hub* aéreo?", Trabajo de Investigación Económica, Junio. Lima: Universidad del Pacífico.
7. Dunning, J. (1992). "Multinational Enterprises and the Global Economy", Cap. 3 (pp. 56-63) y Cap. 4 (pp. 76-95). Addison-Wesley.
8. González Vigil, F. (2005). "Inversión Extranjera Directa y Acuerdos Comerciales Preferenciales". Barcelona: Fundación CIDOB.
9. Palley, T. (2006). "Rethinking Trade and Trade Policy", *Public Policy Brief* N° 86, pp. 7-19. Levy Economics Institute.
10. Chacholiades, M. (1992). "Economía Internacional" (2<sup>a</sup> ed.), Cap. 10 (pp. 256-272), Bogotá: McGraw-Hill.
11. González Vigil, F. (2007). "Comercio y Desarrollo: Negociaciones y Agenda Interna", pp. 1-12, Octubre. Lima: Centro de Estudios APEC, Universidad del Pacífico,



### VIII. CRONOGRAMA

<b>Unidad didáctica</b>	<b>Semanas (número)</b>	<b>Temas</b>	<b>Actividades y Entregables</b>
I	1	1. <u>Introducción</u> : fundamentos teóricos y realidad actual del comercio internacionales; indicadores y bases de datos comerciales [KOM, caps.1 y 2 + TCs]	1 PD; 1 CL; 1 IC
II		2. <u>Primeras Teorías</u> : ventaja comparativa y comercio inter-industrial	
	2.5	2.1 Teoría clásica y modelo Ricardiano: productividad y ganancias del comercio [KOM, cap.3 + TCs]	1 PD; 1 CL; 1 PC
	3.5	2.2 Teoría neoclásica: dotación de factores y distribución de la renta, en modelos de factores específicos y de proporciones factoriales [KOM, caps.4 y 5 + TCs] 2.3 Análisis neoclásico de la movilidad internacional de factores (mano de obra; préstamos) y de la relación entre crecimiento y comercio [KOM, caps.4 y 6 + TCs]	2 PD; 2 CL; 1 PC
III	4	3. <u>Nuevas Teorías</u> : competencia imperfecta y comercio intra-industrial 3.1 Economías de escala externas y de aglomeración [KOM, cap. 7 + TCs] 3.2 Economías de escala internas y de fragmentación: IED y contratación externa [KOM, cap. 8 + TCs]	2 PD; 2 CL; 1 PC
IV	3	4. <u>Política Comercial</u> : conceptos básicos [KOM, caps. 9 y 10 +TCs] 4.1 Instrumentos de política comercial 4.2 Negociación comercial internacional	1 PD; 1 CL; 1 DD

Leyenda:

KOM: Lectura Principal

TCs: Textos complementarios, colgados en el Blackboard y/o indicados en clase

PD: Práctica Dirigida

CL: Control de Lectura

PC: Práctica Calificada

IC: Trabajo Indicadores Comerciales

DD: Documento de Discusión



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## SILABO

Nombre del curso:	Investigación de Mercados
Código:	147745
Departamento académico:	Administración
Prerrequisito(s):	Marketing, Estadística Aplicada I
Semestre académico:	2014-I
Secciones:	A
Nombre del docente :	Rosario Mellado
e-mail:	rosario.mellado@ipsos.com

### I. Sumilla

El curso corresponde al Plan de Estudio de la Facultad de Ciencias Empresariales. Es de carácter teórico-práctico. Propone desarrollar las capacidades cognitivas y técnico instrumentales en los alumnos frente a la Investigación de Mercados.

El curso está diseñado para los futuros profesionales de administración y está orientado a obtener y analizar información del mercado para poder tomar decisiones de marketing eficientemente.

### II. Competencias del Perfil General del Egresado

#### Flexibilidad y apertura al cambio

El curso contribuye a que el estudiante sea capaz de adaptarse al entorno cambiante del mercado y saber interpretar estratégicamente las necesidades del consumidor, así como de desenvolverse en los diferentes niveles jerárquicos de la organización.

#### Trabajo en equipo

En el curso se desarrolla un trabajo de investigación en grupo que exige que el estudiante sea capaz de comprometerse activamente en el proceso de alcanzar una meta en común. Asimismo, los alumnos participarán activamente en actividades de aprendizaje grupal que les permitirán valorar los diferentes estilos de trabajo y asignar roles complementarios que lleven a un trabajo coordinado y eficiente.

### III. Metas (LG) y objetivos de aprendizaje (LO)

- El estudiante será capaz de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.
  - Resolverá problemas gerenciales (casos, simulaciones).
- El estudiante será un gestor eficaz y eficiente en un entorno global.
  - Demostrará su capacidad de trabajar en equipos multidisciplinarios



#### IV. Resultado de aprendizaje

El alumno diseña y desarrolla eficientemente un proyecto de investigación de mercados de tipo cualitativo y cuantitativo para optimizar la toma de decisiones de marketing.

#### V. Contenido

Unidad I: Metodología de la Investigación de Mercados y técnicas de investigación

1. Panorama general de la Investigación de Mercados
2. Diseño de la Investigación. Investigación cualitativa: metodologías y técnicas. Estudios Etnográficos.
3. Investigación cuantitativa: técnicas de recolección. Diseño muestral. Muestreos especiales. Ponderaciones. Lecturas de tablas de resultados.
4. Investigación cuantitativa: medición de actitudes y diseño de cuestionarios. Indicadores más frecuentes.
5. Trabajo de campo, edición y codificación.

Unidad II: Estudios tipo

1. Hábitos y actitudes, imagen y posicionamiento
2. Pre-Test publicitarios. Post-Test publicitarios.
3. Prueba de concepto y prueba de producto. Criterios para proyección de demanda.
4. Estudios multivariados: conjoint analysis, Sensibilidad de Precios, Segmentación.
5. Auditoría de negocios y otros estudios de punto de venta.
6. Elecciones. Índice de Confianza del Consumidor y otros indicadores sociales. Los Niveles socioeconómicos. Las zonas de Lima. Dinámica de la economía familiar.
7. Principales aprendizajes. Aplicaciones prácticas. Tendencias en la investigación de mercados. Normas y lineamientos de ESOMAR.

#### VI. Estrategias Didácticas

El curso sigue una metodología teórico-práctica a través de las siguientes estrategias:

- Exposiciones por parte del profesor con participación e intervención activa de los alumnos.
- Lectura de textos y publicaciones de interés para su discusión en clase.
- Investigación en páginas web.
- Actividades y dinámicas en clase para la aplicación práctica de los temas analizados.
- Presentación de estudios sobre la realidad sociodemográfica peruana.
- Trabajo en grupo sobre problemas típicos de investigación de mercados. Exposición de resultados.

#### VII. Evaluación

INSTRUMENTO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Controles	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comprensión de lecturas</li><li>• Argumentación</li></ul>	15%
Participación	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asistencia</li><li>• Explicación de conceptos</li><li>• Participación en discusiones y dinámicas</li><li>• Calidad de preguntas</li></ul>	10%



Proyecto cualitativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodología</li> <li>• Calidad de la herramientas</li> <li>• Trabajo de campo</li> <li>• Análisis de información</li> <li>• Presentación y sustentación</li> </ul>	15%
Proyecto cuantitativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodología</li> <li>• Calidad de la herramientas</li> <li>• Trabajo de campo</li> <li>• Análisis de información</li> <li>• Presentación y sustentación</li> </ul>	20%
Examen parcial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de conceptos</li> <li>• Argumentación</li> </ul>	20%
Examen final	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de conceptos</li> <li>• Argumentación</li> </ul>	20%

## Referencias

### Obligatoria:

- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Prentice-Hall Hispanoamérica S.A.

### Complementaria:

- Aaker, D., Day, G. (2005). *Investigación de Mercados*. México: Interamericana.
- Informe Gerencial de Marketing. Estudio Multicliente de Ipsos APOYO Opinión y Mercado.
- Kinnear, T., Taylor, J. (1993). *Investigación de Mercados*. Bogotá: McGraw -Hill Latinoamericana.
- Opinion Data, Publicación mensual de Ipsos APOYO Opinión y Mercado.
- Ortega , E. (1981). *Manual de Investigación Comercial*. Madrid: Ediciones Pirámide S.A.
- Pope, J. (1984). *Investigación de Mercado: guía maestra para el profesional*. Bogotá: Editorial Norma.
- Schiffman, L. & Lazar, L. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson Education.
- Torres , A. (1989). *Perfil del Elector*. Lima: Editorial APOYO.
- Weiers, R. (1986). *Investigación de Mercados*. México: Prentice - Hall - Hispanoamérica S.A.
- 

### Páginas Web de interés

- [www.esomar.org](http://www.esomar.org)
- [www.ama.org](http://www.ama.org)
- [www.ipsos-apoyo.com.pe](http://www.ipsos-apoyo.com.pe)
- [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)
- [www.millwardbrown.com](http://www.millwardbrown.com)
- [www.research-int.com](http://www.research-int.com)
- [www.tnsglobal.com](http://www.tnsglobal.com)
- [www.gfk.com](http://www.gfk.com)
- [www.gallup.com](http://www.gallup.com)



## IX. Cronograma

Semana	Fechas	Unidades Didácticas y Contenidos	Materiales (lecturas sugeridas)	Actividades a realizar	Entregables en clase
1	2 / 4 abr	Panorama General de la Investigación de mercados. Diseño de la investigación.	Malhotra Cap 1, 2 y 3	<b>Dinámica en clase:</b> objetivos y tipos de estudios. <b>Abr 4</b>	
2	9 /11 abr	Investigación cualitativa: metodologías y técnicas. Estudios etnográficos. Técnicas Cualitativas Avanzadas	Malhotra Cap 5	<b>Dinámica en clase:</b> debate técnicas cualitativas <b>Abr 11</b>	Entregar conformación de grupos y tema para trabajo de investigación:
3	16 abr	Investigación Cuantitativa: Técnicas de recolección.	Malhotra Cap 6	<b>Control 1:</b> Investigación Cualitativa (Malhotra Cap 5, Material BB, apuntes): <b>Abr 16</b>	
4	23 / 24 abr	Investigación Cuantitativa: Diseño Muestral	Weiers Cap 4 Malhotra 11 y 12	<b>Dinámica en clase:</b> casos aplicados de muestreo <b>abr 24</b>	
5	30 abr / 2 may	Investigación Cuantitativa: Muestreos Especiales. Ponderaciones. Lectura de tablas de resultados.		<b>Control 2:</b> Muestreo (Weiers Cap 4): <b>abr 30</b>	
6	7 / 9 may	Investigación Cuantitativa: Medición de actitudes y diseño de cuestionarios. Indicadores más frecuentes	Malhotra Cap 8, 9 y 10	<b>Control 3:</b> Cuestionarios (Malhotra Caps 9 solo hasta pg. 280 y todo el Cap 10): <b>may 9</b>	
7	14 / 16 may	<b>Presentación de Proyectos Cualitativos</b> Investigación Cuantitativa: Trabajo de Campo, edición y codificación.	Malhotra Cap 13 y 14	Exposiciones grupales: <b>May 14</b> <b>Dinámica: caso</b>	Entrega ( <b>May 13</b> ) y Exposición ( <b>May 14</b> ) fase cualitativa proyecto de investigación
	<b>23 may</b>	<b>Examen Parcial</b>			
Semana	Fechas	Unidades Didácticas y Contenidos	Materiales (lecturas)	Actividades a realizar	Entregables en clase



			<b>sugeridas)</b>		
8	28 / 30 may	Estudios tipo: Hábitos y actitudes, Imagen y Posicionamiento.	Resúmenes Blackboard		
9	4 / 6 jun	Estudios tipo: Pre-Test Publicitarios. Post-Test Publicitarios.	Resúmenes Blackboard	<b>Dinámica en clase:</b> debate Jun 4	
10	11/13 jun	Estudios tipo:.. Prueba de Concepto. Prueba de Producto- Criterios para proyección de demanda	Resúmenes Blackboard. Malhotra Cap 19, 20 y 21		
11	18 / 20 jun	Estudios Tipo:.. Estudios Multivariados: Conjoint Analysis, Sensibilidad de Precios, Segmentación.	Resúmenes Blackboard	<b>Control 4:</b> Estudios Tipo (Material BB, apuntes): <b>18 jun</b>	Entrega preliminar fase cuantitativa proyecto: <b>20 jun</b>
12	25 / 27 jun	Estudios Tipo: Punto de Venta, <i>Shopper Understanding</i> . Auditoría de Negocios,	Resúmenes Blackboard		
13	2 / 4 jul	Estudios Tipo: Elecciones. Índice de Confianza del Consumidor y otros indicadores sociales. Niveles Socioeconómicos. <b>Presentaciones de trabajos finales – Proyecto Cuantitativo</b>		Exposiciones grupales: <b>4 jul</b>	Entrega final (3 jul) y presentación (4 jul) de fase cuantitativa del proyecto.
14	9 / 11 jul	Principales aprendizajes. Aplicaciones prácticas. Tendencias en la investigación de mercados. Normas y lineamientos de ESOMAR.		<b>Dinámica en clase:</b> aplicación de conceptos en casos reales <b>11 jul</b>	
	<b>18 jul</b>	<b>Examen Final</b>			



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SILABO

Nombre del curso:	Decisiones de Inversión
Código:	63062
Departamento académico:	Contabilidad
Prerrequisito(s):	Contabilidad Financiera II
Semestre académico:	2014-I
Sección:	C y F
Nombre del docente:	Jesús Tong
Email	tong_jj@up.edu.pe

### I. Sumilla

En el curso de Decisiones de Inversión se estudia la creación de valor en las empresas a través de la inversión en activos reales y en activos financieros. Con tal fin, este curso se centra en el análisis de la rentabilidad y el riesgo de dichas inversiones, principalmente referidas a proyectos de inversión y al diseño de portafolios de acciones y bonos.

### II. Competencias del perfil general del egresado

El curso contribuye a desarrollar dos competencias generales de los egresados: responsabilidad y trabajo en equipo. Esto se logra a través de la presentación puntual de los casos de aplicación que deberán ser desarrollados en grupos de trabajo.

### III. Metas y objetivos de aprendizaje

#### Meta:

Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.

#### Objetivo de aprendizaje:

Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un ensayo escrito y/o casos de aplicación.

### IV. Resultado de aprendizaje

El estudiante valora y selecciona proyectos y portafolios de inversión de renta variable, renta fija y mixta utilizando software especializado y los criterios financieros de inversión con el fin de crear valor a largo plazo para la empresa.

### V. Contenidos



### Unidad Didáctica I: Inversión en activos reales

1. El objetivo de las finanzas
2. Estimación del flujo de caja libre
3. El valor del dinero en el tiempo
4. Indicadores de rentabilidad
5. Selección de proyectos mutuamente excluyentes y selección de proyectos bajo condiciones de racionamiento de capital
6. Análisis de riesgo en la valoración de proyectos de inversión

### Unidad Didáctica II: Inversión en activos financieros

1. Valoración de acciones
2. Valoración de bonos
3. Introducción a la teoría de portafolio
4. Optimización de portafolios de inversión
5. Construcción de portafolios completos
6. Modelo de Equilibrio de Activos Financieros o Capital Asset Pricing Model (CAPM)
7. Estimación del costo promedio ponderado de capital y del costo de capital para empresas que no cotizan en Bolsa

## VI. Estrategias didácticas

Se brindaran clases magistrales, se resolverán casos y ejercicios de aplicación y se utilizará software especializado y las bases de datos ECONOMATICA y BLOOMBERG ®.

## VII. Evaluación

Instrumento	Criterio de evaluación	Ponderación
Nota de trabajos	Habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético y expresión escrita	40% Cuatro prácticas calificadas 10% Trabajos grupales
Examen parcial	Habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético y expresión escrita	25%
Examen final	Habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético y expresión escrita	25%

## VIII. Referencias

Bodie, Z., Kane, A. & Marcus, A. (2002). *Investments* (Quinta Ed.). Nueva York: McGraw-Hill, Irwin.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Bravo, M. Chávez, M. Chong, E. Quevedo, M. (2011) *Contabilidad Financiera Intermedia: Análisis de las cuentas del activo.* (Primera Ed.) Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Ross, S., Westerfield, R. & Jaffe, J. (2005). *Finanzas Corporativas* (Sexta Ed.). Nueva York: McGraw-Hill, Irwin.

Tong, J. (2006). *Finanzas Empresariales: La Decisión de Inversión* (Primera Ed.). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP).

## IX. Cronograma

Semana	Fecha	Contenido	Actividades a realizar	Lecturas	Actividades
1	20/8	Finanzas y creación de valor	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Tong. Cap 1 y Cap. 2	PD1: Estados Financieros
2	27/8	El flujo de caja	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Bravo y otros. Cap. 2	PD2: Elaboración de Flujo de Caja / Introducción a las matemáticas financieras
3	3/9	Valor del dinero en el tiempo y Valor Presente Neto (VPN)	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Tong. Cap 3 y Cap. 4	PD3: Matemáticas financieras / Valor del Dinero en el tiempo
4	10/9	Tasa Interna de Retorno, Periodo de recupero y Relación Beneficio/Costo	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Tong. Cap. 5, Cap. 7 y Cap.8	PC1 (incluye PD1 a la PD3)
5	17/9	Valoración de acciones	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Tong. Cap. 6 y Cap. 10	PD4: Presupuesto de capital
6	24/9	Valoración de bonos (I)	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Bodie. Cap.14	PD5: Valoración de Acciones y Bonos
7	1/10	Valoración de bonos (II)	Exposición magistral y utilización de base de datos	Bodie. Cap.15	PC2 (incluye PD4 y PD5)
8			Examen Parcial		



9	15/10	Introducción al riesgo	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Tong. Cap. 11	PD6: introducción al riesgo
10	22/10	Estimación de la rentabilidad y riesgo de un portafolio de dos títulos	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Tong. Cap. 11	PD7: Riesgo y rentabilidad de portafolios
11	29/10	Optimización de portafolios de inversión	Exposición magistral y utilización de software especializado	Tong. Cap 12 y Bodie. Cap. 8	PC3 (incluye PD6 y PD7)
12	5/11	Línea de asignación de capitales y de mercado de capitales	Exposición magistral y utilización de software especializado	Bodie. Cap. 7 y Tong. Cap. 12	PD8: Optimización de portafolios de inversión / CAL
13	12/11	Equilibrio de mercado (II)	Exposición magistral	Bodie Cap. 13 y Tong. Cap. 10	PD9: Equilibrio de Mercado
14	19/11	Estimación de los parámetros del CAPM	Exposición magistral y utilización de software especializado	Bodie Cap. 13 y Tong. Cap. 10	PC4 (incluye PD7 y PD8)
15	26/11	Estimación del costo promedio ponderado de capital	Exposición magistral y resolución de caso de aplicación	Ross. Cap. 12	PD10: CAPM / WACC
16		Examen Final			



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Departamento Académico de Administración

# SILABO

---

**Curso:**

**Gestión Sostenible de la  
Oferta Exportable**

---

**Profesores:**

***César Sandoval Incháustegui.***

---

**Agosto – Diciembre 2014**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Gestión Sostenible de la Oferta Exportable  
**Código:**  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Teoría del Comercio Internacional y Procesos de Integración  
**Semestre académico:** 2014-2

**Secciones y docentes:**

Sección A: Prof. César Sandoval I.                   JC.Sandovali@up.edu.pe

### I. Sumilla

El curso desarrolla las características más importantes tanto del enfoque de la producción como de la comercialización de los principales productos de exportación de la oferta exportable peruana. Analiza las características culturales, geográficas, sociales, ambientales y económicas de las principales regiones exportadoras del Perú, incidiendo en el análisis de las relaciones con cada uno de los grupos de interés promoviendo una gestión social, ambiental y económicamente responsable.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ ***Gestión y Productividad:***

El participante será capaz de analizar la disponibilidad de productos y el potencial para desarrollar productos de la oferta exportable peruana en función a los recursos que dispone el país.

➤ ***Responsabilidad:***

El participante será capaz de organizar, dirigir y controlar los procesos para la presentación de la oferta exportable, bajo un amplio sentido de responsabilidad social y de integración con las cadenas de valor.

➤ ***Visión integral:***

El participante será capaz de plantear estrategias para aprovechar y optimizar las ventajas competitivas y gestionar los procesos operativos de las empresas en función al diagnóstico y análisis de la capacidad exportadora, con una visión global e integral de la organización y su entorno.



### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

#### 1. Nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones

- Nuestros estudiantes prepararán propuestas que incluyan componentes de responsabilidad social de una empresa o negocio internacional.

#### 2. Nuestros egresados serán emprendedores

- Los estudiantes elaborarán el perfiles de productos de exportación.

#### 3. Nuestros estudiantes investigan fenómenos económico-comerciales en el ámbito nacional e internacional

- Nuestros estudiantes analizarán variables o fenómenos externos y/o internos que afecten y/o contribuyan al desarrollo de negocios de exportación para los productos de la oferta exportable peruana.

### IV. Resultados de Aprendizaje

Al finalizar el curso, los alumnos estarán en capacidad de:

- Entender los componentes del modelo económico por desarrollo exportador que integre los componentes de oferta exportable peruana hacia los mercados internacionales, con criterios de sostenibilidad.
- Analizar el entorno competitivo de una organización exportadora y los enfoques para desarrollar negocios internacionales que sean sostenibles en el ámbito de la producción con alto compromiso de responsabilidad social.
- Identificar con precisión los requisitos y normas de acceso a los mercados internacionales, que los productos de la oferta exportable deben alcanzar, de acuerdo a los diferentes países donde se puede comercializar los productos de exportación.
- Proponer los procesos que se deben asegurar en la exportación de productos de la oferta exportable de los diferentes sectores productivos, con el cumplimiento de las variables y normas técnicas.
- Integrar de manera global los elementos que conforman las características del territorio peruano, con sus variables de recursos, clima y factores de producción, para plantear estrategias integrales que integren cadenas y eslabonamientos productivos, que sean generadoras de valor.



## V. Contenidos

### **Unidad Didáctica 1: Bases de la economía social de mercado para la sostenibilidad de los negocios de exportación y la oferta exportable del Perú**

Introducción

Tema 1: La economía social de mercado y la gestión sostenible de la oferta exportable.

Estructura de la oferta exportable del Perú.

Tema 2: Geografía de la oferta exportable del Perú.

Tema 3: Condiciones socio, económicas y ambientales de la oferta exportable del Perú.

### **Unidad Didáctica 2: Negocios Internacionales, Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa.**

Tema 4: Marco y aspectos conceptuales

Tema 5: Acuerdos, tratados, convenciones Internacionales. La Política Comercial y acceso a los mercados internacionales para los sectores, Agro, Pesca, Confecciones y Textiles, otros.

### **Unidad Didáctica 3: Mercados Internacionales y Desarrollo Sostenible**

Tema 6: Condiciones de acceso para el mercado de los EE.UU. Análisis del TLC Perú/USA, acuerdos de acceso y aspectos más relevantes para las exportaciones.

Tema 7: Condiciones de acceso para el mercado de la UE. Análisis del Acuerdo con la UE.

Tema 8: Condiciones de acceso para el mercado Asiático: Japón, Corea del Sur y otros. Las tendencias sobre nuevos acuerdos y tratados para acceso a los países.

Tema 9: Biocomercio, Comercio Justo, Protocolo de Kyoto.

### **Unidad Didáctica 4: Procesos sostenibles de la Oferta Exportable**

Tema 10: Stakeholders y marco institucional

Tema 11: Agro

Tema 12: Pesca

Tema 13: Confecciones y Textiles

Tema 14: Planeamiento de producto, las variables: empaque, envases y embalaje. Normas técnicas y rol de Indecopi. Requisitos de trazabilidad.

### **Unidad Didáctica 5: La gestión territorial y la integración global de la oferta exportable.**

Tema 15: Gestión estratégica territorial. Enfoque de macro regiones en el país, infraestructura y desarrollo económico.

Tema 16: Cadenas productivas y cadena de valor, enfoque de fuerzas competitivas.

Tema 17: Los principios de Clusters, servicios y centro integrales para la producción exportable. Innovación, ciencia y tecnología.

Tema 18: Cadenas Globales de Valor. Marco productivo y planes de desarrollo.



## VI. Estrategias Didácticas

La asignatura ha sido pensada con un enfoque eminentemente participativo y aplicativo que incluye el estudio de casos, el trabajo colaborativo y el acercamiento a la realidad de la gestión sostenible de la oferta exportable de la empresa peruana. El desarrollo del curso será sobre la base de combinar las exposiciones del profesor con las de expositores invitados y visitas guiadas a empresas representativas de los diversos sectores de exportación del Perú.

Adicionalmente, el curso utilizará de manera intensiva diversas bases de datos de carácter internacional que permitirán identificar y analizar tanto las normas de acceso a los mercados internacionales, como las de desarrollo de productos bajo estándares internacionales, todo ello de acuerdo a los principales mercados de exportación del Perú. Asimismo, a través de las bases de datos se podrán identificar y comparar diversos esquemas de comercialización bajo el enfoque de sostenibilidad social y ambiental.

A la dinámica práctica mencionada seguirá el desarrollo teórico, para lo cual se contará con diversas fuentes bibliográficas y *papers* de reconocidos *journals* relacionados a los negocios internacionales. El desarrollo teórico deberá estar acompañado por preguntas y opiniones del alumno generadas en un contexto que propicia el diálogo y la discusión constructiva.

La participación esperada del estudiante se concretará además en las siguientes acciones:

- Lectura del material bibliográfico (la lectura debe ser previa a la sesión de clase correspondiente).
- Participación en las sesiones de clase y ponencias de invitados.
- Participación en visitas guiadas a empresas representativas de sectores de exportación del Perú.
- Exposiciones grupales.
- Estudio de casos.
- Trabajos, discusiones y entrevistas fuera de clase, a personal de empresas exportadoras. Formas para sistematizar información de productos de la oferta exportable.
- 

## VII. Sistema de Evaluación

INSTRUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Trabajo en clase	Controles de lectura (10%)	20%
	Casos (10%)	



Trabajo final	<b>Entrega primera parte trabajo final (10%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo escrito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la teoría a la práctica.</li> <li>• Capacidad analítica y sintética</li> <li>• Capacidad crítica</li> <li>• Habilidad comunicativa (escrita)</li> </ul>	<b>30%</b>
	<b>Entrega segunda parte trabajo final (20%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición grupal</li> <li>• Exposición individual</li> <li>• Trabajo escrito</li> <li>• Participación en exposiciones de otros grupos</li> </ul>		
Examen Parcial		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la teoría a la práctica.</li> <li>• Capacidad analítica y sintética</li> <li>• Capacidad crítica</li> <li>• Habilidad comunicativa (escrita)</li> </ul>	<b>20%</b>	
Examen Final		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la teoría a la práctica.</li> <li>• Capacidad analítica y sintética</li> <li>• Capacidad crítica</li> <li>• Habilidad comunicativa (escrita)</li> </ul>	<b>30%</b>	

Evaluaciones Individuales	Examen Parcial	20 %	60 %
	Examen Final	30 %	
	Controles de lectura	10 %	
Evaluaciones Grupales	Casos	10 %	40 %
	Trabajo Final	30 %	

#### **Evaluaciones:**

Cualquier inasistencia a una evaluación (sólo controles de lectura o casos) deberá ser justificada al profesor. Sólo si ello sucede se procederá a lo siguiente: la última semana de clases se tomará una única prueba que incluirá todo lo visto desde el inicio del curso, la nota obtenida suplirá la nota de aquella evaluación a la que el/la estudiante no pudo asistir. Las notas de dinámicas y actividades grupales calificadas desarrolladas en clase no se recuperarán.

#### **Asistencia y puntualidad:**

- Una vez transcurridos los 10 primeros minutos de clase, el alumno no podrá ingresar a la misma.
- El porcentaje máximo de inasistencias permitidas es el 30% del total de las clases.

## **VIII. Bibliografía**

- Fuertes, Ana María (2008). De la Economía Global al Desarrollo Local: El Alcance de la Intervención de los Agentes de Empleo y Desarrollo Local. Valencia: Universitat de València, Servei de Publicacions
- Daniels y Radebaugh, Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. XIV Edición Editorial Pearson.

## **IX. Cronograma**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Unidad Didáctica 1: Sostenibilidad y Oferta Exportable del Perú

### Introducción

#### Tema 1: Estructura de la Oferta Exportable del Perú

- [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- [www.siicex.gob.pe](http://www.siicex.gob.pe)

#### Tema 2: Geografía de la Oferta Exportable del Perú

- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Arequipa.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Cusco.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Huánuco.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Ica.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Junín.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región La Libertad.* Ministerio de Producción
- Directorio Industrial (2012) *Análisis Regional Empresarial Manufacturero - Región La Libertad.* Gerencia Regional De La Producción – Región La Libertad
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Lima.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Loreto.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Moquegua.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Puno.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Tacna.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Tumbes.* Ministerio de Producción
- Dirección General de Industria (2011) *Análisis Regional de Empresas Industriales: Región Ucayali.* Ministerio de Producción

BBDD de INEI – ENAHO de cada departamento (recursos nat.)  
MINCETUR Planes Regionales

#### Tema 3: Condiciones socio, económicas y ambientales de la oferta exportable del Perú

BBDD de INEI – ENAHO de cada departamento (Datos socio económicos.)

BBDD BCR

Portales regionales

- Informe sobre Desarrollo Humano Perú 2013. Cambio climático y territorio: Desafíos y respuestas para un futuro sostenible.



<http://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/library/poverty/Informesobredesarrollohumano2013/IDHPeru2013/>

## **Unidad Didáctica 2: Negocios Internacionales, Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**

### Tema 4: Marco Conceptuales

- Cerdá Tena, E. (2011). *Comercio Internacional y Cambio Climático*. Información Comercial Española, ICE, 97-110
- Sachs, J. (2010) *Globalization: In the Era of Environmental Crisis*. Recuperado el 2012 de International Trade Forum Magazine. <http://www.tradeforum.org/Globalization-In-the-Era-of-Environmental-Crisis/>
- Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD (2010). Is trade good or bad for the environment?. Recuperado el 2010, de <http://www.oecd.org/trade/tradeandenvironment.htm>
- Bowers, R. (2010) *Counting Carbon in Exports: Carbon Footprinting Initiatives and what They Mean for Exporters in Developing Countries*. Recuperado el 2012 de International Trade Forum Magazine. <http://www.tradeforum.org/Counting-Carbon-in-Exports-Carbon-Footprinting-Initiatives-and-what-They-Mean-for-Exporters-in-Developing-Countries/>
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. Corporate social responsibility and environmental management, 15(1), 1-13.
- Ebner, D., Baumgartner, R. The relationship between Sustainable Development and Corporate Social Responsibility.
- Kolk, A., & Van Tulder, R. (2010). *International business, corporate social responsibility and sustainable development*. International Business Review, 19(2), 119-125.

Tema 5: Acuerdos Internacionales para el acceso a los mercados internacionales: Agro, Pesca, Confecciones y Textiles, otros.

[www.acuerdoscomerciales.gob.pe](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe)

## **Unidad Didáctica 3: Mercados Internacionales y Desarrollo Sostenible**

Tema 6: Condiciones para el mercado de los EE.UU.

Tema 7: Condiciones para el mercado de la UE

Tema 8: Condiciones para el mercado Asiático: Japón, Corea del Sur, otros.

## **Unidad Didáctica 4: Procesos de la Oferta Exportable**

Tema 9: Agro

- Bonilla, R., Pablo de Rodríguez, A., Reyes, C., Araúz, R., & López, M., (2007) *La Agricultura Sostenible la Mejor Cosecha*. Secretariado Social-Cáritas Arquidiócesis de San Salvador



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

- GTZ Sustainet. (2008) *Agricultura Sostenible: Una Salida a la Pobreza para la Población Rural de Perú y Bolivia*. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, Eschborn.
- Comisión Europea (2012) *Una agricultura sostenible para el futuro que queremos*. Unión Europea

Tema 10: Pesca

Tema 11: Confecciones y Textiles

Tema 12: Empaque, envases, y embalaje

**Unidad Didáctica 5: La gestión territorial e integración global de la oferta exportable.**

Tema 13: Gestión estratégica territorial

- Fuertes, Ana María (2008). *De la Economía Global al Desarrollo Local: El Alcance de la Intervención de los Agentes de Empleo y Desarrollo Local*. Valencia: Universitat de València, Servei de Publicacions

Tema 14: Cadenas productivas

- Negocios Internacionales, ambientes y Operaciones. Daniels y Radebaugh, XIV Edición, 2013, Parte Cinco, pags. 397/430. Editorial Pearson.

Tema 15: Clusters

Tema 16: Cadenas Globales de Valor

<i>Nombre y Firma del Coordinador del Curso:</i>	<i>Nombre y Firma del Jefe de Departamento:</i>
<i>Fecha:</i> ____/____/____	



**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Course:**

**Internacional Financial  
Management**

---

---

**2014**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SYLLABUS

**Course name: International Financial Management**  
**Code: 140093**

**Academic Department: Business Administration**

**Career: International Business**

**Prerequisite (s): International Business Management, Investment Decisions**

**Academic Semester: 2014-II**

**Section A: Prof. Dagoberto Díaz D. [dldiazdiaz@gmail.com](mailto:dldiazdiaz@gmail.com) / [diaz\\_dl@up.edu.pe](mailto:diaz_dl@up.edu.pe)**

**Classroom: Tuesday CEE 202 / Thursday A - 404**

### I. Summary

The globalization of markets and the increasing internationalization of the Peruvian economy requires that students have capabilities to analyze and make decisions related to the internationalization strategies of the company; so the course provides an overview of the financial international environment and interrelates the different theories, variables and concepts in order to take decisions and consider them in designing a financial strategy according to the needs of a company that is or will develop international activities, contributing to its international sustainability.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## **II. Responsibilities of the graduate**

### **➤ *Management and Productivity:***

The student will be able to formulate, identify, and / or evaluate financial decisions and / or strategies of companies active in the international environment, based on criteria of quality, productivity and international competitiveness.

### **➤ *Responsability:***

The participant will be able to design, manage and control international financial strategies for multinational and global companies managing the processes of internationalization under a broad sense of social responsibility.

### **➤ *Integral Vision:***

The student will develop a full view, open to change and to multidisciplinary processes of internationalization of the company

## **III. Goals and Learning Objectives**

- Our graduates will be able to make decisions based on their capacity for analysis and critical thinking.
- Our students will solve financial management problems (cases, simulations)
- Our students will demonstrate critical thinking skills through the development of a critical essay and / or solving and supporting an application case study.
- Our graduates will be effective and efficient managers in a global financial environment.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Our students analyze cases and situations related to the international financial markets, and propose solutions.

#### IV. Learning Outcomes

- Identify opportunities available for multi-national business operations as well as principal needs of such an enterprise
- Demonstrate clear awareness of risk factors relevant to international business.
- Understand and apply suitable tools and techniques in the management of long- and short-term assets and liabilities of a multi-national enterprise.

Will include topics from:

- Financing international trade
- Short- and long-term financing
- International cash management
- Multinational capital budgeting
- Understand various techniques and approaches to managing exposure to risk in international business
- Appreciate ethical and corporate governance issues relating to international business operations with emphasis on financial management and control

#### V. Content

##### Teaching Unit 1.- Environment of International Financial Management .

Theme 1: The Multinational Corporation

Theme 2: The International Monetary System



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Theme 3: The Balance of Payment and International Economic Linkages.

Theme 4: Parity Conditions and Currency Forecasting

Theme 5: Tax Factors and Transfer Pricing

### **Teaching Unit 2.- The Foreign Exchange Market.**

Theme 6: The Foreign Exchange Market (FOREX)

Theme 7: Spot and Forward Markets, Quotes and relationships

Theme 8: Futures, Options and Swaps (Currency, commodities)

### **Teaching Unit 3.- The Foreign Exchange Risk Management.**

Theme 9: Measuring and Managing Translation (FASB 52), Transaction and Economic Exposure. The Objectives of the International Financial Management Division

### **Teaching Unit 4.- Financing the Multinational Corporation**

Theme 10: The Off-shore Markets and Euromarkets

Theme 11: Development Banks

### **Teaching Unit 5.- Foreign Direct Investment**

Theme 12: Measuring Returns from Foreign Portfolio Investment

Theme 13: Country Risk Analysis

### **Teaching Unit 6.- Working Capital Management**

Theme 14: Financing Techniques in IF

Theme 15: Government Sources of Export Financing

### **Teaching Unit 7.- International Financial Crisis (IFC)**

Theme 16: IFC Causes, types, consequences and lessons.

Through the development of various contents, students will be able to understand problems in the International Financial area and as a result of it they will be able to make decisions to maximize the value of the company.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## **VI. Teaching Strategies**

The course will be developed on the basis of the seven teaching units, in order to permit the orderly assimilation of each of the topics on international financial management.

In parallel, over the course topics are included Corporate Social Responsibility and Responsible Leadership linking the role of strategist and manager in International Business.

Learning is achieved by:

- Presentation and discussion of relevant topics using audiovisual aids.
- Group Discussions.
- Planning and resolution of cases to clarify and / or exemplify the themes developed. These will be resolved individually or in groups.
- Research and selection of a real case of international finance which will be presented and discussed with the whole class, to exchange experiences and get a better view of the reality of Peruvian companies.
- Works of applied research.

The expected student participation is further specified in the following actions:

- Reading bibliographic material (the reading should be prior to the session corresponding class).
- Participation in class sessions and guest lectures.
- Case studies.
- Works and / or team discussions outside of class.

## **VII. Evaluation System**

The evaluation system uses the following criteria:

1. Conceptual Domain
2. Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts.
3. Ability to research.
4. Ability to decision making.
5. Ability to identify and develop strategies and evaluate corporate governance in the international arena



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### **Evaluation Tools:**

Tools			Criterias	Weight
Continuous assessment	Short Controls (02) (I)	40 %	Conceptual domain	50%
	Cases (02) (G)	40 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Ability to identify and develop strategies and evaluate corporate governance at the international level	
	Final work: Applied research (G)	10 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Research capacity	
Midterm exam (I)		Conceptual Domain, ability to decision making		20%
Final exam (I )		Conceptual Domain, ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Ability to decision making		30%

(I) = Individual

(G) = Group

In the newly displayed box nature of assessment tools that are used throughout the course (individual and group) and its weight is defined; defining a weight of 70% to individual assessments and 30% to the group evaluations.

<b>Individual Evaluation</b>	Short Controls	20.00 %	70.00 %
	Midterm Exam	20.00 %	
	Final Exam	30.00 %	
<b>Group Evaluation</b>	Cases	20.00 %	30.00 %
	Final work	10.00 %	

### **Assessment:**

Any failure to attend an assessment (short controls or cases) must be justified to the teacher. Any absence of the examinations must be justified in Academic Services. The notes of dynamic and qualified group activities in class will not recover. If a student does not work with his group, peers must exclude him or her from it. In this case, students without group will receive the grade of zero in the corresponding work.

### **Attendance and punctuality:**

- Once after the first 10 minutes of class, the student may not enter to the classroom.
- The maximum percentage of absences allowed is 30% of the classes.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### VIII. Bibliography:

The books shown are for reference and all are in the Library. Also during the development of classes students should review the Black Board (BB) and consult the relevant literature for each topic. Students should consult databases like SCOPUS, SCIENCE DIRECT, JSTOR, Proquest, EBSCO, and SCHOLAR of Google.

#### Required reading

- B1. **Eiteman, D. K., Stonehill, A. I., & Moffett, M. H.** (2011). *Las Finanzas en las Empresas Multinacionales*. Estado de México: Pearson Education.
- B2. **Madura, Jeff** (2008) Administración Financiera Internacional (9<sup>a</sup>. Edición) México. Cengage Learning.
- B3. **Shapiro, A. C.** (2010). *Multinational Financial Management*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

#### Further reading

**Kozikowski, Z.** (2007) Finanzas Internacionales. (2da Edición) México Mc Graw Hill

**Durán & Gallardo** (2013) Finanzas Internacionales para la Empresa (1ra Edición) Madrid Ediciones Pirámide



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



UNIVERSIDAD  
DEL PACÍFICO

## Departamento Académico de Administración

# SILABO

---

### Curso:

## Administración de Operaciones

---

### Profesores:

*Enrique Saravia Vergara  
Cristina Chichizola Fajardo*

---

Agosto – Diciembre 2014

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Administración de Operaciones  
**Código:** 45035  
**Departamento Académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Estadística Aplicada II  
**Semestre académico:** 2014-II

**Secciones y docentes:**

Secciones A/B: Prof. Enrique Saravia Vergara  
Secciones C/D: Prof. Cristina Chichizola Fajardo

saravia\_ea@up.edu.pe  
chichizola\_ce@up.edu.pe

### I. Sumilla

Plantear estrategias de operaciones para el logro de ventajas competitivas y diseñar, planificar, controlar y gestionar los procesos operativos con una visión global e integral de la organización, bajo un contexto de gestión de calidad, de productividad y de responsabilidad social.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ ***Gestión y Productividad:***

El participante será capaz de diseñar, planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar los procesos operativos, de manera eficaz y eficiente, con altos estándares de productividad.

➤ ***Responsabilidad:***

El participante será capaz de organizar, dirigir y controlar los procesos operativos bajo un amplio sentido de responsabilidad social.

➤ ***Visión integral:***

El participante será capaz de plantear estrategias de operaciones para el logro de ventajas competitivas y gestionar los procesos operativos con una visión global e integral de la organización y su entorno, y de manera alineada a las estrategias de las áreas funcionales.





### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

**1. Nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones**

- Nuestros estudiantes prepararán propuestas que incluyan componentes de Responsabilidad Social Empresarial.

**2. Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y de pensamiento crítico**

- Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones)
- Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un ensayo escrito o caso.

**3. Nuestros egresados serán emprendedores**

- Nuestros estudiantes elaborarán un proyecto empresarial.

**4. Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global**

- Nuestros estudiantes demostrarán su capacidad de trabajar en equipos.

### IV. Resultados de Aprendizaje

Al finalizar el curso, los alumnos estarán en capacidad de:

- Entender los componentes de la función de operaciones en diferentes tipos de organizaciones y sus interdependencias con las otras áreas funcionales.
- Analizar el entorno competitivo de una organización y desarrollar un Plan de Operaciones que involucre estrategias operativas para el logro de ventajas competitivas, de manera alineada al Plan Estratégico Institucional y con un amplio sentido de responsabilidad social.
- Diseñar productos y servicios acorde con las características valoradas por el público objetivo y un enfoque medioambiental, y plantear estándares de calidad.
- Diseñar procesos bajo un contexto de calidad, productividad y de gestión de responsabilidad social, y definir indicadores de gestión de operaciones.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Analizar los procesos operativos y plantear propuestas de mejoras, basados en principios éticos, socialmente responsable y con un compromiso con la calidad y la productividad.
- Realizar la planeación y programación de la producción y gestionar el uso efectivo de recursos.

## V. Contenidos

### Unidad Didáctica 1: Estrategia y Diseño de Productos

Introducción  
Tema 1: Gestión Estratégica de Operaciones  
Tema 2: Gestión de Bienes y Servicios

### Unidad Didáctica 2: Diseño y Planificación de Procesos

Tema 3: Diseño de Procesos  
Tema 4: Planificación de Operaciones  
Tema 5: Planificación de Proyectos  
Tema 6: Programación

### Unidad Didáctica 3: Gestión de Calidad

Tema 7: Gestión de Calidad  
Tema 8: Sistemas de Gestión de Calidad y Certificación

### Unidad Didáctica 4: Gestión de Instalaciones

Tema 9: Gestión de Instalaciones

## VI. Estrategias Didácticas

La estrategia didáctica está enfocada a desarrollar un curso eminentemente práctico y requiere la activa participación de los alumnos. Se enfatizará en el uso intensivo de software que permitan realizar cálculos y presentar diversos gráficos como mapas de procesos, flujoigramas, histogramas, diagramas de causa efecto, diagrama de Pareto, entre otros. En particular se usará la hoja de cálculo Excel, el software estadístico IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), Microsoft VISIO, Bizagi Process Modeler, entre otros.

Los principios teóricos y las técnicas presentadas por el profesor durante las exposiciones, serán complementadas con las siguientes actividades de aprendizaje:

- Exposiciones del profesor
- Desarrollo de ejercicios y casos en clase
- Lectura de libros, artículos de investigación y documentos.





- Actividades de investigación de marco teórico y exposición de temas
- Aplicaciones: proyectos de desarrollo grupal
- Visitas virtuales a empresas

## VII. Sistema de Evaluación

		Instrumento	Tipo de Evaluación		Criterios de Evaluación		
			Individ- ual	Grupal			
<b>Trabajos Prácticos (50%)</b>	<b>ACTIVIDADES</b>  Investigación y exposición grupal en clase, acerca de un tema asignado al grupo	<b>Actividad 1</b> Diseño de Productos		<b>5%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel profesional de la presentación</li> <li>- Aporte al conocimiento de los estudiantes</li> <li>- Claridad de exposición y presentación de videos ilustrativos</li> </ul>		
		<b>Actividad 2</b> Diseño de Procesos		<b>5%</b>			
		<b>Actividad 3</b> Gestión de Calidad y Certificación		<b>5%</b>			
	<b>APLICACIONES</b>  Desarrollo de trabajos de aplicación a una situación real	<b>Aplicación 1</b> Plan de Operaciones		<b>10%</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realismo y nivel profesional del trabajo</li> <li>- Información relevante, suficiente y confiable utilizada en el trabajo</li> <li>- Idoneidad y excelencia para aplicar conceptos y técnicas</li> </ul>		
		<b>Aplicación 2</b> Análisis y Mejora de Procesos	<b>5%</b>	<b>5%</b>			
	<b>Participación en Clase</b>		<b>15%</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Activa participación de alumnos durante el desarrollo de las clases presenciales y a través del Blackboard</li> </ul>		
<b>EXAMEN PARCIAL</b>			<b>25%</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de las preguntas del examen en la computadora</li> </ul>		
<b>EXAMEN FINAL</b>			<b>25%</b>				
			<b>70%</b>	<b>30%</b>			



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### VIII. Bibliografía

- Heizer, Jay; Render, Barry (2008). Operations Management (Ninth Edition). New Jersey: Pearson, Prentice Hall.
- Heizer, Jay; Render, Barry (2001). Dirección de la Producción: Decisiones Estratégicas (Sexta Edición). Madrid: Prentice Hall.
- Heizer, Jay; Render, Barry (2001). Dirección de la Producción: Decisiones Tácticas (Sexta Edición). Madrid: Prentice Hall.
- Schroeder, Roger G. (2004). Administración de Operaciones. Concepto y Casos Contemporáneos (segunda edición). México: Mc Graw Hill.
- Krajewski, Lee J.; Ritzman, Larry P.; Malhotra, Manoj (2008). Administración de Operaciones. Procesos y Cadena de Valor (octava edición). México: Pearson, Prentice Hall.
- Chase, Richard B; Aquilano, Nicholas J.; Jacobs, F. Robert (2004). Administración de producción y operaciones para una ventaja competitiva (décima edición). México: Mc Graw Hill.
- Collier, David A.; Evans, James R. (2009). Administración de Operaciones: Bienes, Servicios y Cadenas de Valor (Segunda Edición). México: Cengage Learning.
- Camisón, César; Cruz, Sonia; González, Tomás (2007). Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Domínguez Machuca, José Antonio; Álvarez Gil, Mª José; García González, Santiago; Domínguez Machuca, M. Ángel; Ruiz Jiménez, Antonio (1995). Dirección de Operaciones: Aspectos Estratégicos en la Producción y los Servicios. Madrid: Mc Graw Hill.
- Domínguez Machuca, José Antonio; Álvarez Gil, Mª José; García González, Santiago; Domínguez Machuca, M. Ángel; Ruiz Jiménez, Antonio (1995). Dirección de Operaciones: Aspectos Tácticos y Operativos. Madrid: Mc Graw Hill.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=



## IX. Cronograma

Fecha		Contenidos	Actividades en Clase	Lecturas L1 *	Entrega de Trabajos
1	18 Ago. 22 Ago.	<b>Introducción</b>	<b>Presentación del profesor</b>	Cap. 1	
2	25 Ago. 29 Ago.	<b>Tema 1</b> Gestión Estratégica de Operaciones	<b>Caso de Estudio</b>	Cap. 2	
3	01 Set. 05 Set.	<b>Tema 2 (1/2)</b> Gestión de Bienes y Servicios	<b>Presentación del profesor</b>	Cap. 5	
4	08 Set. 12 Set.	<b>Tema 2 (1/2)</b> Gestión de Bienes y Servicios	<b>Exposiciones Grupales</b>		<b>Actividad 1</b> Diseño de Productos
5	15 Set. 19 Set.	<b>Tema 3 (1/2)</b> Diseño de Procesos	<b>Caso de Estudio</b>	Caps. 7, 10	
6	22 Set. 26 Set.	<b>Tema 3 (2/2)</b> Diseño de Procesos	<b>Exposiciones Grupales</b>		<b>Actividad 2</b> Diseño de Procesos
7	29 Set. 03 Oct.	<b>Tema 4 (1/2)</b> Planificación de Operaciones	<b>Presentación del profesor</b>	Caps. 11, 12, 13, 14	
<b>EXAMEN PARCIAL</b>					
8	13 Oct. 17 Oct.	<b>Tema 4 (2/2)</b> Planificación de Operaciones	<b>Caso de Estudio</b>		
9	20 Oct. 24 Oct.	<b>Tema 5</b> Planificación de Proyectos	<b>Presentación del profesor</b>	Cap. 3	<b>Aplicación 1</b> Plan de Operaciones
10	27 Oct. 31 Oct.	<b>Tema 6</b> Programación	<b>Presentación del profesor</b>	Caps. 15	
11	03 Nov. 07 Nov.	<b>Tema 7</b> Gestión de Calidad	<b>Caso de Estudio</b>	Cap. 6	
12	10 Nov. 14 Nov.	<b>Tema 8</b> Sistemas de Gestión de Calidad y Certificación	<b>Exposiciones Grupales</b>		<b>Actividad 3</b> Sistemas Certificación
13	17 Nov. 21 Nov.	<b>Tema 9</b> Gestión de Instalaciones	<b>Caso de Estudio</b>	Caps. 8, 9	
14	24 Nov. 28 Nov.		<b>Exposiciones Grupales</b>		<b>Aplicación 2</b> Análisis & Mejora Procesos
<b>EXAMEN FINAL</b>					

\* El libro "L1" se refiere al primero citado en la Bibliografía

Heizer, Jay; Render, Barry (2008). Operations Management (Ninth Edition). New Jersey: Pearson, Prentice Hall.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



UNIVERSIDAD  
DEL PACÍFICO

<i>Nombre y Firma del Coordinador del Curso:</i>  <b>ENRIQUE SARAVIA VERGARA</b>  	<i>Nombre y Firma del Jefe de Departamento:</i>  <b>ENRIQUE SARAVIA VERGARA</b>  
<i>Fecha:</i> <u>14 / 08 / 2014</u>	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Curso:**

**Gestión del Comercio  
Internacional**

---

**Profesores:**

***Oscar Malca***

***Franklin Duarte***

***Alexis Yong***

***Luis Porras***

---

**Agosto – Diciembre 2014**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Gestión del Comercio Internacional  
**Código:** 148008  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Economía General I – Marketing  
**Semestre académico:** 2014-2

**Secciones y docentes:**

Sección A:	Prof. Oscar Malca	malca_oe@up.edu.pe
Sección B:	Prof. Franklin Duarte	
Sección C:	Prof. Alexis Yong	yong_as@up.edu.pe
Sección D:	Prof. Luis Porras	

### I. Sumilla

Al finalizar el curso los alumnos estarán en capacidad de analizar el entorno global para el desarrollo de negocios y plantear soluciones a problemas identificados en el ámbito del comercio internacional. Para ello, estarán preparados para aplicar herramientas de gestión que les permitirán desarrollar operaciones internacionales en forma sostenida.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ ***Gestión y Productividad:***

El participante será capaz de diseñar, planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar los procesos operativos, de manera eficaz y eficiente, con altos estándares de productividad.

➤ ***Flexibilidad y apertura al cambio:***

El estudiante será capaz de adaptar sus ideas y comportamientos a culturas y situaciones que evolucionan permanentemente. Estará siempre abierto a la crítica y el debate de ideas.



### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

- 1. Nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones**
  - Nuestros estudiantes prepararan una propuesta que incluya componentes de responsabilidad social de una empresa o negocio internacional.
- 2. Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y de pensamiento crítico**
  - Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales a nivel internacional.
- 3. Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global**
  - Nuestros estudiantes analizaran casos y situaciones relacionadas con mercados internacionales y propondrán soluciones

### IV. Resultados de Aprendizaje

El estudiante analiza las variables del entorno global y local, y gestiona eficazmente operaciones vinculadas al comercio internacional.

### V. Contenidos

#### **Unidad Didáctica 1:** Entorno y administración del comercio internacional

- Entorno global para el desarrollo de negocios globales
- Potencial de exportador del Perú
- La Organización Mundial de Comercio
- Integración Económica: Principales Acuerdos, Tratados de Libre Comercio, Acuerdos de Complementación Económica etc.

#### **Unidad Didáctica 2:** Políticas y Estrategias de Promoción de Exportaciones

- Modelos de Promoción de exportaciones
- Plan Estratégico Nacional Exportador: PENX 2003-2013
- Evolución del sistema de promoción de exportaciones del Perú, FOPEX, ICE, PROMPEX, PROMPERÚ.
- Mecanismos de promoción comercial

#### **Unidad Didáctica 3:** Instrumentos para la gestión del comercio internacional

- Compra venta internacional
- Incoterms
- Transporte internacional
- Medios de pago

#### **Unidad Didáctica 4:** Regímenes del comercio internacional peruano

- Etapas del proceso de exportación-importación



- Incentivos: devolución del IGV, drawback, importación temporal, etc.
- Barreras: aranceles, estándares de calidad, cuotas, salvaguardias, anti-dumping, etc.

## VI. Estrategias Didácticas

El desarrollo del curso estará basado en la interacción del alumno con el profesor a través de exposiciones magistrales, el desarrollo de casos y ejercicios, así como el desarrollo y sustentación de un trabajo final referido a los diferentes procesos del comercio internacional.

Los alumnos, para el desarrollo de las diversas tareas, podrán disponer de manera complementaria a lo entregado en clases de una lista de referencias electrónicas relacionadas al Comercio Internacional que se encuentra disponible en el "Blackboard".

## VII. Sistema de Evaluación

### Instrumentos de Evaluación:

Instrumento		Criterio		Ponderación
Evaluación Continua	Controles de Lectura (03) (I)	25 %	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dominio Conceptual</li><li>• Conocimiento y manejo de principales conceptos</li></ul>	50%
	Desarrollo de casos, análisis de "papers" (G) Resolución de problemas prácticos y diatribas conceptuales	40 %	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos</li><li>• Habilidad para identificar y analizar procesos y evaluar la gestión del comercio internacional.</li></ul>	
	Trabajo Final (G)	35 %	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos</li><li>• Capacidad de investigación y aplicación práctica. Claridad, redacción y presentación del documento.</li></ul>	
Examen Parcial (I)		<ul style="list-style-type: none"><li>• Dominio Conceptual.</li><li>• Examen de desarrollo escrito</li></ul>		20%
Examen Final (I)		<ul style="list-style-type: none"><li>• Dominio Conceptual, Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y procesos relacionados a las operaciones de comercio internacional.</li><li>• Examen de desarrollo escrito</li></ul>		30%

(I) = Individual

(G) = Grupal

En el cuadro recién mostrado se define la naturaleza de los instrumentos de evaluación que se utilizarán a lo largo del curso (individuales y grupales), así como su



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

ponderación; definiéndose un peso de 62.5 % a las evaluaciones individuales y un 37.5 % a las evaluaciones grupales.

<b>Evaluaciones Individuales</b>	Controles de Lectura	12.50 %	62.50 %
	Examen Parcial	20.00 %	
	Examen Final	30.00 %	
<b>Evaluaciones Grupales</b>	Casos, Análisis de <i>Papers, trabajos grupales</i>	20.00 %	37.50 %
	Trabajo Final	17.50 %	

## VIII. Bibliografía

- Belloc, Marianna; Michele Di Malo, (2011) "Survey of the literature on successful strategies and practices for export promotion by developing countries". International Growth Centre Working paper 11/0248, London School of Economics.
- Charles Sabel; Eduardo Fernandez-Arias; Ricardo Hausmann; Andres Rodriguez-Clare; Ernesto H. Stein, (2012). "Export Pioneers in Latin America," Research Department Publications 4769, Inter-American Development Bank, Research Department.
- Czinkota, Michael R.; Ronkainen, Ilkaa; MOFFET, Michael H. (2007). "Negocios Internacionales". Mexico D.F.: Thomson.
- Czinkota, Michael, (1996). "Why national export promotion". International Trade Forum; 1996, 2, AAbi/Inform Global pp.10
- Daniels, John D.; Radebaugh, Lee H. (2000) "Negocios Internacionales". Mexico D.F.: Pearson Educación.
- Downes, Larry, (1997) "Beyond Porter". Context Magazine Premier. Issue (Winter 1997).
- Ghosh, Arunabha (2010). "Developing countries in the WTO Trade Policy Review Mechanism". World Trade Review (2010), 9: 3, 419–455
- Hausmann Ricardo; Cesar Hidalgo et al. (2011) "The Atlas of Economic Complexity". Puritan Press.
- Hausmann, Ricardo; Bailey Klinger, (2008). "Growth Diagnostics: Perú," Research Department Publications 2005, Inter-American Development Bank, Research Department.



- Hill, Charles (2011). "Negocios Internacionales". McGraw-Hill. México CF. Capítulo 5.
- Horn, Henrik; Petros Mavroidis, (2006). "A survey of the literature on WTO Dispute Settlement System". Research Institute of Industrial Economics IFN Working Paper No. 684, 2006
- Hosny, Sadek, (2013). "Theories of Economic Integration". International Journal of Economy, Management and Social Sciences, 2(5) May 2013, Pages: 133-155.
- Krugman, Paul; Maurice Obstfeld; Marc Melitz (2012). "Economía Internacional". Pearson, Madrid.
- Lederman, Daniel; Olarreaga, Marcelo; Payton, Lucy, (2009). "Export promotion agencies revisited," Policy Research Working Paper Series 5125, The World Bank.
- Malca Oscar; Rubio Jorge, (2011). "La continuidad y el desempeño exportador de la empresa peruana: el caso de las agroexportadoras y de las empresas de prendas de vestir". CIUP DD/11/18.
- Peng, Mike (2009). "Global Business". Sydney: South-Western Cengage Learning.
- Porter, Michael (1990). "The competitive advantage of nations". HBR 90211, March/April 1990.
- Recklies Dagmar, (2001). "Beyond Porter – A Critique of the critique of Porter", Recklies Management Project GmbH
- UNCTAD, (2008), Globalization for development: The international trade perspective. Summary, Chapter 1, Chapter 2 & Chapter 3.
- World Trade Organization, (2010). "Understanding the WTO". Ginebra: WTO. Chapter 1: Basics, Chapter 2: The Agreements y Chapter 3: Settling Disputes.



## IX. Cronograma

Fechas	Contenidos	Actividades en clase	Lecturas	Evaluaciones
<b>Unidad Didáctica I: Entorno y administración del comercio internacional</b>				
1 18 - 22 Ago	La globalización, el cambio climático y el potencial de exportación del Perú		1.1. UNCTAD, 2008, Globalization for development: The international trade perspective. Summary, Chapter 1, Chapter 2 & Chapter 3. 1.2. Is free trade good for the environment? By Werner Antweiler, Brian R. Copeland & M. Scott Taylor. The American Economic Review Vol 91 N° 4, Sept. 2001 1.3. Globalization: In the Era of Environmental Crisis. By Jeffrey Sachs, International Trade Forum - Issue 1/2010 1.4. Competitividad: Significado y Oportunidades para las MYPES. Juan Carlos Mathews S. <a href="http://www.nathaninc.com">www.nathaninc.com</a> . Perú MYPE Competitiva. Collection fo business development guides	
2 25 – 29 Ago	Teorías del Comercio e Inversión Internacional: Ventajas competitivas de las naciones, Análisis de países, Competitividad y medio ambiente		2.1. Hill, Charles (2011). "Negocios Internacionales". McGraw-Hill. México CF. Capítulo 5. 2.2. Krugman, Paul & Maurice Obstfeld & Marc Melitz (2012). "Economía Internacional". Pearson, Madrid. Capítulos 7 y 8. 2.3. Porter, Michael, (1990). "The competitive advantage of nations". HBR 90211, March/April 1990. 2.4. Downes, Larry, (1997) "Beyond Porter". Context Magazine Premier. Issue (Winter 1997). 2.5. Recklies Dagmar, (2001). "Beyond Porter – A Critique of the critique of Porter", Recklies Management Project GmbH 2.6. Ricardo Hausmann & Bailey Klinger, (2008). "Growth Diagnostics: Perú," Research Department Publications 2005, Inter-American Development Bank, Research Department.	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Fechas		Contenidos	Actividades en clase	Lecturas	Evaluaciones
3	1 – 5 Set	La Organización Mundial de Comercio – OMC	Revisar los contenidos de la OMC en: <a href="http://www.wto.org">www.wto.org</a> - Laboratorio: Base de datos de la OMC, solución de diferencias. - Caso: "Brazil - US Cotton Case" - Caso: "Anacardo"	3.1. World Trade Organization, (2010). "Understanding the WTO". Ginebra: WTO. Chapter 1: Basics, Chapter 2: The Agreements y Chapter 3: Settling Disputes. 3.2. Horn, Henrik & Petros Mavroidis, (2006). "A survey of the literature on WTO Dispute Settlement System". Research Institute of Industrial Economics IFN Working Paper No. 684, 2006 3.3. Ghosh, Arunabha (2010). "Developing countries in the WTO Trade Policy Review Mechanism". World Trade Review (2010), 9: 3, 419–455	
<b>Unidad Didáctica II: Políticas y Estrategias de Promoción de Exportaciones</b>					
4	8 – 12 Set	Los acuerdos de integración y los regímenes preferenciales ALADI, CAN, MERCOSUR, ACE: Perú – Chile, SGP, TLC.	Revisar los links de: SICE – OEA, MINCETUR – Perú, Comunidad Andina, Unión Europea	4.1. Hosny, Sadek, (2013). "Theories of Economic Integration". International Journal of Economy, Management and Social Sciences, 2(5) May 2013, Pages: 133-155. 4.2. Peng, Mike (2009). "Global Business". South-Western Cengage Learning. Chapter 8.	CL1
5	15 – 19 Set	La política de promoción de exportaciones, Zonas Francas, CETICOS etc.	Revisar Plan Nacional de Promoción de Exportaciones – PENX, en: <a href="http://www.mincetur.gob.pe">www.mincetur.gob.pe</a>	5.1. Belloc, Marianna & Michele Di Malo, (2011) "Survey of the literature on successful strategies and practices for export promotion by developing countries". International Growth Centre Working paper 11/0248, London School of Economics. 5.2. Lederman, Daniel & Olarreaga, Marcelo & Payton, Lucy, (2009). "Export promotion agencies revisited," Policy Research Working Paper Series 5125, The World Bank. 5.3. Malca Oscar; Rubio Jorge, (2011). "La continuidad y el desempeño exportador de la empresa peruana: el caso de las agroexportadoras y de las empresas de prendas de vestir". CIUP DD/11/18. 5.4. Czinkota, Michael, (1996). "Why national export promotion". International	



Fechas		Contenidos	Actividades en clase	Lecturas	Evaluaciones
				Trade Forum; 1996, 2, AAbi/Inform Global pp.10	
6	22 – 26 Set	La estructura del comercio exterior peruano: Balanza Comercial, Sectores, Mercados, y productos	Analizar, cuadros estadísticos del comercio exterior peruano y su comparación a nivel mundial y regional. En: Boletín de Aduanas, regímenes definitivos: <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> , <a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>  <b>Laboratorio:</b> Analizar la estructura general y escoger un sector / mercados (s), preparar un informe de los principales productos, y competidores.	6.1. Charles Sabel & Eduardo Fernandez-Arias & Ricardo Hausmann & Andres Rodriguez-Clare & Ernesto H. Stein, (2012). "Export Pioneers in Latin America," Research Department Publications 4769, Inter-American Development Bank, Research Department. 6.2. Hausmann Ricardo & Cesar Hidalgo et al. (2011) "The Atlas of Economic Complexity". Puritan Press.	
<b>Unidad Didáctica III: Instrumentos para la gestión del comercio internacional</b>					
7	29 – 3 Oct	La compra venta Internacional	Revisar los web sites: - <b>Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) o United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)</b> en: <a href="http://www.uncitral.org">www.uncitral.org</a> - <b>Juris International :</b>	Reglamento de arbitraje / Cámara de Comercio Internacional – CCI / Paris  Caso: Exportación de Chatarra. Contratos Internacionales	<b>CL2</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

Fechas		Contenidos	Actividades en clase	Lecturas	Evaluaciones
			<a href="http://www.jurisint.org/publ/">http://www.jurisint.org/publ/</a> , para contratos de commodities		
8	6 – 10 Oct			Examen parcial – Jueves 9/Oct 11:00hr	
<b>Unidad Didáctica III: Instrumentos para la gestión del comercio internacional</b>					
9	13 – 17 Oct	Los Incoterms		Los Incoterms 2010. Cámara de Comercio Internacional – CCI / Paris	Entrega Trabajo #1
10	20 – 24 Oct	Los medios de pago en el comercio internacional		Los Medios de Pago / Cámara de Comercio Internacional – CCI / Paris	
11	27 – 31 Oct	La Gestión de la Distribución Física Internacional		Estudio de los Costos y Sobrecostos Portuarios del Puerto del Callao / Martín Sgut - USAID – Proyecto Crecer THE USE OF TRANSPORT DOCUMENTS IN INTERNATIONAL TRADE – UNCTAD – 2003 Guía del usuario del transporte marítimo - MINCETUR	CL3
12	3 – 7 Nov	Los seguros en el comercio internacional: Crédito, Transporte internacional		La cobertura en el seguro de transporte internacional. Víctor de Francisco. Ver: <a href="http://www.comercio-exterior.es/es/action-articulos.articulos+art-84+cat-12+pag-/Articulos+de+comercio+exterior/Transporte+internacional/La+cobertura+en+el+seguro+de+transporte+internacional.htm">http://www.comercio-exterior.es/es/action-articulos.articulos+art-84+cat-12+pag-/Articulos+de+comercio+exterior/Transporte+internacional/La+cobertura+en+el+seguro+de+transporte+internacional.htm</a>	
<b>Unidad Didáctica IV: Regímenes del comercio internacional peruano</b>					
13	10 – 14 Nov	Los Regímenes de exportación en el Perú		- Ley General de Aduanas - Ver: <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a>	
14	17 – 21 Nov	La Gestión de Importaciones		- Ver <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> - Caso: Wilson's Computers	CL4
15	24 – 28 Nov	Identificación, evaluación de proveedores y de			Entrega Trabajo #2



Fechas		Contenidos	Actividades en clase	Lecturas	Evaluaciones
		cotizaciones			
16	1 – 5 Dic			Examen Final – Jueves 04/Dic 11:00hr	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

<i>Nombre y Firma del Coordinador del Curso:</i>	<i>Nombre y Firma del Jefe de Departamento:</i>
<i>Fecha:</i> ____/____/_____	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## SÍLABO

Nombre del curso:	PENSAMIENTO SOCIAL CONTEMPORÁNEO
Código:	157006
Departamento académico:	CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
Semestre académico:	2014-2
Sección:	"C"
Nombre del o los docente(s):	LIUBA KOGAN
e-mail:	Kogan_l@up.edu.pe
Página WEB	liubakogan.com

### I. Sumilla

Se trata de un curso de carácter interdisciplinario, en el que las principales prácticas, las corrientes de pensamiento social, y los escenarios contemporáneos, son analizados desde diversas ópticas interpretativas. Es decir, se busca que los estudiantes comprendan el modo en que pensamos y actuamos ahora, teniendo como referencia los actuales debates académicos desarrollados por la teoría social.

El curso es obligatorio y se imparte en los ciclos finales de formación académica, teniendo como pre-requisitos los cursos de Psicología, Sociología y Ciencia Política.

### II. Resultado de aprendizaje

El estudiante comprende los procesos de construcción del individuo contemporáneo en el contexto de la tensión entre la agencia del sujeto y el poder de las estructuras sociales. Así mismo, reconoce y debate acerca de diversos escenarios contemporáneos relevantes que se enmarcan dentro de los paradigmas del fin de las certidumbres y del paradigma de la complejidad: el papel de los medios de comunicación, la sociedad civil, el capital social y el tercer sector; la biotecnología, los discursos sobre el riesgo, la guerra, la violencia, los fundamentalismos y los nacionalismos, entre otros.

#### a) Generales (Del Perfil General del Egresado UP)

El curso Pensamiento Social Contemporáneo busca que los estudiantes desarrolle una visión integral de los procesos socio-culturales y políticos contemporáneos. A la vez, generar en los estudiantes una actitud reflexiva, flexible, interdisciplinaria y crítica.

### III. Contenidos

#### Unidad didáctica 1:

El debate académico en torno a las sociedades contemporáneas: el fin de las certidumbres, el paradigma de la complejidad y la crisis de la modernidad.

#### Unidad didáctica 2:



Los sistemas de reducción de complejidad: Ideologías, mentalidades, doctrinas; estilos de vida y consumo; el fenómeno de la moda; los rituales y la performance cultural.

Unidad didáctica 3:

Los discursos sobre la alteridad: desigualdad y diferencia: sexualidad, género, generación, clase, etnia y raza.

Unidad didáctica 4:

En torno al terror, la violencia, las guerras y la (in)seguridad.

Unidad didáctica 5:

Fundamentalismos, nacionalismos y terrorismos.

Unidad didáctica 6:

Temas contemporáneos: el papel de los medios de comunicación de masas; la sociedad civil, el capital social y el tercer sector; la biotecnología, la ecología política, las migraciones, etc.

#### IV. Estrategias Didácticas

En el curso se proponen diversas estrategias didácticas: exposiciones de los profesores, debates en torno a la lectura de textos bajo la modalidad de seminario y visionado de películas o documentales, con la finalidad de generar reflexión en torno a los temas planteados.

#### V. Evaluación

Se espera que los estudiantes tengan una participación activa durante el curso a partir de: intervenciones en clase, lectura de textos, preparación de preguntas, esquemas o mapas conceptuales de textos sugeridos, redacción de dos ensayos y controles de lectura.

Instrumento	Criterio de evaluación	Ponderación
Examen parcial: ensayo	Manejo conceptual, claridad en la exposición de las ideas, creatividad, uso y registro adecuado de las fuentes.	30%
Trabajos: controles, participación, comentarios críticos	Claridad expositiva, capacidad analítica, entrega oportuna y pertinente.	40%
Examen final: ensayo	Manejo conceptual, claridad en la exposición de las ideas, creatividad, uso y registro adecuado de las fuentes.	30%



## VI. Referencias

### Lecturas obligatorias

- Bauman, Z. (2007). Vida de Consumo. Buenos Aires, F.C.E.
- Briggs, J. (2007). Niños soldado. Cuando los niños van a la guerra. Barcelona: Océano.
- Dusster, D. (2006). Esclavos modernos. Las víctimas de la globalización. Barcelona: E. Urano.
- Gil Calvo, E. (2006). Máscaras masculinas. Héroes, patriarcas y monstruos. Barcelona: Anagrama.
- Helien, A. y A. Piotto. (2012). Cuerpxs equivocadxs. Hacia la comprensión de la diversidad sexual. Buenos Aires, PAIDÓS.
- Lipovetsky, Gilles. (2007). La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Barcelona, ANAGRAMA.
- Rincón, O. (2006). Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Barcelona: Gedisa.
- Sibilia, P. (2009). El hombre postorgánico. Bs. As.F.C.E.
- Sontag, S. (2006). Ante el dolor de los demás. México D.F.: Alfaguara.
- Taleb, N. (2008). El Cisne Negro. El impacto de lo altamente improbable, Barcelona: Paidós.
- Zizek, S. (18 de Marzo de 1999). 'You May!'. Recuperado el 20 de Marzo de 2013, de London Review of Book: <http://www.lrb.co.uk/v21/n06/slavoj-zizek/you-may>

### Lecturas complementarias

- Barthes, R. (2008). Del deporte y los hombres. Barcelona: Paidós
- Baudrillard, J. (1997). La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos. Barcelona: Anagrama.
- Bauman, Z. (2004). La Globalización. Consecuencias Humanas. Fondo de Cultura Económica. México.
- Bauman, Z. (2003) "De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad", En Stuart Hall y Paul du Gay (compiladores) Cuestiones de identidad cultural, Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Beck, U. (2008) "Las relaciones de definición como relaciones de dominio: ¿Quién decide qué (no) es un riesgo?", Capítulo II en La sociedad del riesgo mundial: En busca de la seguridad perdida, Barcelona: Paidós.
- Borja, J. (2008) "Miedos, segregación y mercado en la ciudad globalizada". En Nueva Sociedad, N° 213, enero-febrero, páginas. 25-34.
- Castells, Manuel. (2001) La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. II El poder de la Identidad. Madrid: Alianza Editorial
- Carr, N. (2010) *The Shallows: what the internet is doing to our brains*. New York: Norton and Company.
- Diamond, J. (2007) Colapso. Porqué unas sociedades perduran y otras desaparecen. Pinguen Group. Barcelona.
- Díaz-Albertini, Javier. (2010) Redes cercanas: El capital social en Lima, Lima: Universidad de Lima.
- Dreyfus, H. L. (2003). Acerca de Internet. Barcelona: UOC.
- Fergusson, N. (2005) Coloso. Auge y Decadencia del Imperio Americano. Debate. Barcelona.
- Giddens, A. (1997). Consecuencias de la Modernidad. Madrid: Alianza Editorial.



- Giddens, A. (1992) *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid, Ediciones Cátedra.
- Gil Calvo, E. (2003). El miedo es el mensaje: riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. Madrid: Alianza Editorial.
- Hobsbawm, E. (2007). Guerra y Paz en el Siglo XXI. Crítica. Barcelona.
- Honneth, A. (2001) ¿Es el racismo una forma de reconocimiento denegado? Humboldt 133 (pp 14-17)
- Huntington, S. (1995). El Choque de Civilizaciones y la Reconfiguración del Orden Mundial, Buenos Aires, PAIDOS.
- Illouz, E. (2007). Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo. Bs. As, Katz, 2007.
- Jonas, H. (1995) *El principio de responsabilidad: ensayo de una ética para la civilización tecnológica*. Barcelona: Herder.
- Jonas, H. (2000) *El principio de vida: hacia una biología filosófica*. Madrid: Trotta.
- Kagan, R. (2008). El retorno de la Historia y el Fin de los Sueños. México-US. Taurus Santillana.
- Lachaud, J.-M. (2007). Cuerpos dominados, cuerpos en ruptura. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2011). Conductas de Riesgo. De los juegos de la muerte a los juegos de vivir. Buenos Aires, Topía Editorial.
- Lipovetsky, G. (2007). La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Barcelona: Anagrama.
- Portes, Alejandro. (2004) "La sociología en el continente: convergencias pretéritas y una nueva agenda de alcance medio". Revista Mexicana de Sociología, año 66, núm. 3, julio-septiembre, páginas 447-483.
- Putnam, R. (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Morrison, A. P. (1997). La cultura de la vergüenza: anatomía de un sentimiento ambiguo. Barcelona: Paidós.
- Sen, A. (1997). Bienestar, Justicia y Mercado. Barcelona: Paidós.
- Sen, A. (2005). India contemporánea. Entre la modernidad y la razón. Barcelona: Gedisa.
- Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. Bs. As.: F.C.E.
- Taylor C. (1993). Multiculturalismo y la política del reconocimiento. México: Fondo de Cultura Económica.
- Taylor, C. (1994). La Ética de la Autenticidad. Barcelona: UAB Paidós.
- Todorov, T. (1999). El jardín imperfecto. Luces y sombras del pensamiento humanista. Barcelona: Paidós.
- Ulrich B. (2008). Generación Global. El Arco de Ulises. PAIDOS. Barcelona
- Walzer, M. (1993). Las Esferas de la Justicia. México: Fondo de Cultura Económica.

## VII. Cronograma



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

SEMANA	SESIÓN	TEMA	LECTURA	ACTIVIDAD
1	19 ago.	Presentación del curso	¿Cómo vivir en sociedades complejas e inciertas?	
	21 ago.			Documental: The Cove
2	26 ago.	Estructuras de reducción de complejidad	Lectura: Lipovetsky, Gilles. (2007). La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Barcelona, ANAGRAMA.	
	28 ago.			Guerras sucias/ camino a Guantánamo
3	2 set.	Discursos en torno al terror. Guerra, violencia y conflicto.	Lectura: Sontag, Susan. <b>Ante el dolor de los demás</b> . México D.F. Alfaguara, 2006.	
	4 set.	¿Terrorismo del consumo?	Debate. Zygmunt Bauman. Vida de Consumo. Buenos Aires, F.C.E., 2007.	
4	9 set.	El arte como respuesta		Documental: Exit Through the Gift Shop
	11 set.		Debate	
5	16 set.	El impacto de lo improbable		
	18 set.	Vivir en la ciudad: la experiencia urbana		
6	23 set.		Taleb, Nassim, <i>El Cisne Negro. El impacto de lo altamente improbable</i> , Barcelona: Paidós, 2008 (Prólogo: pp. 23-37; y Cap. 10. "El escándalo de la predicción", pp. 204-240).	
	25 set.	Flujos y migraciones	Lectura: DUSSTER, David. <b>Esclavos modernos. Las víctimas de la globalización</b> . Barcelona, E. Urano, 2006. Y, lectura: "Libranos del mal: fe y guerra de niños en el norte de Uganda". En: Briggs Jimmie. <b>Niños soldado. Cuando los niños van a la guerra</b> . Barcelona: Océano, 2007.	Documental: invisibles
7	30 set		CONTROL DE LECTURAS	
	2 oct.		CONTROL DE LECTURAS	
8	6-13 oct.		PARCIALES	
9	14 oct.	Posmodernidad		
	16 oct.		Zizek, S. (1999). <i>Tú puedes</i> . Recuperado el 29 de nov. de 2008, de LBR: <a href="http://www.cholonautas.edu.pe/biblioteca.php">www.cholonautas.edu.pe/biblioteca.php</a>	
10	21 oct.	Héroes y monstruos en la cultura contemporánea		Película: Existenz
	23 oct.		Lectura: "Monstruos" En: Gil Calvo, Enrique. <b>Máscaras masculinas. Héroes, patriarcas y monstruos</b> . Barcelona: Anagrama: 2006.	
11*	28 oct.	La cultura del entretenimiento	Lectura: Omar Rincón: <b>Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento</b> . Barcelona: GEDISA, 2006. Todd Gitlin. La terza utopía de Disney. <a href="http://www.cholonautas.edu.pe">www.cholonautas.edu.pe</a>	Documental: El hombre sobre el alambre
	30 oct.	El fenómeno trans		
12	4 nov.			Película: xxy
	6 nov.		Adrián Helien y Alba Piotto. Cuerpxs equivocadxs. Hacia la comprensión de la diversidad sexual. Buenos Aires, PAIDÓS, 2012.	
13	11 nov.	Los cuerpos y el imperativo de la salud.		Película: Gattaca
	13 nov.		Biopoder: El imperativo de la salud: la enfermedad como error en el código y en la prevención de riesgos" En: Sibilia. El hombre postorgánico. Bs. As.F.C.E., 2009.	
14	18 nov.	El fenómeno de la moda		
15	20 nov.		Control de lecturas	3 julio
	25 nov.		Control de Lecturas	5 julio
16	27 nov.	La ética de la autenticidad	Cierre del curso	



---

# **Course: Intercultural Management**

**– a  
theoretical  
overview  
with  
practical  
examples**

---

---

**Professor:  
Kerstin Bremser**

---



## **SYLLABUS**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## I. Description of the course

The globalization of national economies means that the world is becoming increasingly interdependent. Due to international trade countless interaction takes place between people of diverse cultures through different means of communication.

This course provides direct, international experience for students to interact with a foreign teacher. The course will present theory, concepts and a methodology to discuss about cultures and stereotypes, cultural shock and intercultural negotiations. Examples will be taken from the teachers own background and from literature. Additionally students will present country overviews to understand how different cultures work and influence negotiation outcomes.

## II. Objectives of the course

Learning Objectives (General Management)	Contribution of Course
The students are able to communicate/negotiate in English, and are able to use the relevant cultural skills necessary to work successfully in an international environment.	The entire course is taught in English and uses the examples of international companies.
The students understand the business environments, institutions and systems in Germanic Europe and are aware of their implications for International Business.	Introduction to different cultural concepts, highlighting of possible areas for conflicts.
The students are able to analyse problem situations in international business and subsequently develop relevant solutions.	Based upon the knowledge gained the students should be understand actual situations and be able to suggest possible solutions. Case studies are used to enable the students to develop creative solutions



### **III. Competences/Skills of the course**

The course aims to achieve the following main skills:

- Be able to communicate business topics and business matters in English. Thus, the entire course including all lectures are held in English
- Understand the differences between Peruvian culture and the different European cultures.
- Negotiate successfully with people from different cultures.

### **IV. Method**

#### **i. Teaching Strategy**

The teaching strategy is a mix of formal lectures, case study analysis, role plays and student presentations.

Formal lectures are used to confer the theoretical concepts of the class (cultural concepts, management models)

Case studies aim to deepen the student's understanding of the topic and enable the students to apply the theoretical concepts. Thus, they will be capable of analyzing culturally sensitive situations and find solutions for them.

Role plays help the students to test their cultural skills in negotiating / dealing with a foreign partner and test their language skills.

Individual and group presentations give the students the opportunity to present in a foreign language in front of a critical audience, a task that they will often have to perform while working internationally.

#### **ii. Activities to develop**

Example:

The student's expected contribution will be implemented in the following:

- Reading the selected bibliography for each subject (reading should take place before the corresponding class session)
- Active participation in class.
- Class discussion of the theoretical and practical exercises.



- Researching information on the web or in the library.
- Preparation of a final application.

### iii. Evaluation Criteria

EVALUATION CRITERIA	EVALUATION TOOLS	WEIGHTING
Attendance and Participation	Class participation.	20 %
Application of knowledge to business problems	Presentation of Country Individual / Group Work (depending on class size).	40%
Application of knowledge to business problems	Negotiation (achievement of goals)	40 %



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## V. Schedule of activities:

Course Structure	Session	Content	Teaching Strategy	Material	Homeworks to present in class
<i>The Context – Culture and its definitions</i>	Feb 16	<i>Familiarization with the topic of intercultural management</i>	<i>Interactive Card Game</i>	<i>Playing Cards</i>	
		<i>Definition of culture</i>			
		<i>Definition of intercultural competence</i>	<i>Formal lecture</i>	<i>Card Game Barnga</i>	
<i>The main models to explain culture</i>	Feb 17	<i>Characteristics of the Peruvian Culture</i>	<i>Discussion of cultural differences Peru / Europe / Asia / US</i>	<i>Article: Ogliastri / Salcedo</i>	
		<i>The cultural models of</i> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kluckhon / Strodtbeck</li><li>- Hofstede</li><li>- Hall / Hall</li><li>- Gesteland</li><li>- Globe</li><li>- Trompenaars</li></ul>	<i>Formal lecture</i>	<i>Article Hatum / Mezquita</i>	
		<i>Synthetic cultures</i>	<i>Interpretation of examples</i>	<i>Book Hofstede: Exploring Culture</i>	
<i>Applying culture in the business</i>	Feb 18	<i>Role Plays and Interpretation of Role Plays</i>	<i>Welcome a foreign CEO / Organize a New Year's Party</i>		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Course Structure	Session	Content	Teaching Strategy	Material	Homeworks to present in class
<i>context</i>		<i>Application of Hofstede's model in a Latin American Context.</i>	<i>Case Study Analysis</i>	<i>Case study: Johannes van den Bosch sends an email / receives a reply (IMD 091 / IMD 092)</i>	
	Feb 18	<i>How to do business with the Germans</i> <i>Marketing in globally active companies: Product / Price</i> <i>Marketing in globally active companies: Publicity / Distribution</i>	<i>Formal lecture</i> <i>Group analysis of different materials supplied by the teacher</i>	<i>Videos / Poster materials supplied by the teacher</i>	
	Feb 19	<i>Marketing in globally active companies – adaptation or standardization</i> <i>Intercultural Negotiations -</i>	<i>Team Work</i> <i>Formal lecture</i> <i>Case Study Analysis</i>	<i>Case study Cuban Sugar Industry</i>	<i>Presentations on Cuba and Germany</i>
	Feb 20	<i>Intercultural Negotiations</i>	<i>Team Work</i> <i>Case Study Analysis</i>	<i>Case Study Multisumma</i>	<i>Presentations on Japan, France, Italy, US</i>

## VI. Recommended Bibliography and other references:

### i. Bibliography / references mandatory review:



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Martin J. Gannon; Rajnandini Pillai (2010): Understanding global cultures : metaphorical journeys through 29 nations, clusters of nations, continents, and diversity ; Los Angeles, Sage – Chapters on Germany, Great Britain, Spain, Italy, Sweden, Italy.

Hatum / Friedrich / Mezquita (2006): Más allá de los estereotipos, Harvard Business Review Edición Latina, Junio 2006, p.43 – 50.

Ogliastri / Salcedo (2008): La cultura negociadora en el Perú – un estudio explorativo, Cuadernos de Difusión ESAN, vol. 13, no. 25

## **ii. Bibliography / complementary references.**

Gesteland, R.R., 2001: Cross cultural business behavior, Copenhagen

Hofstede, G / Hofstede, G.J., 2005: Think global, act local.

Hofstede, G / Hofstede, G.J., Pedersen, P. B., 2002: Exploring Culture – Exercises, Stories and Synthetic Cultures.

House, R. J.. (ed.), 2011: Culture, leadership, and organizations : the GLOBE study of 62 societies ; Thousand Oaks, Sage

Trompenaars, F. / Hampden-Turner, C. (2001): Riding the waves of culture, London

## **VII. Instructions for the final application.**

Presentation on country cultures

1. Short introduction of the country (geography, major industries, situation with regard to HDI): 2 – 3 slides
2. Presentation of the culture based on Gannon Book and other materials found on the internet, include comparison to own culture, show and explain Hofstede dimensions: 4 – 5 slides
3. Consequences for negotiations: 1 slide



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## SÍLABO

NOMBRE DEL CURSO: CLUSTERS COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA (CLUSTERS EMPRESARIALES)

CÓDIGO: 140224 SECCIÓN A

AULA: A-506

DEPARTAMENTO ACADÉMICO: ADMINISTRACIÓN

PRERREQUISITO(S): NO TIENE

SEMESTRE ACADÉMICO: 2015 -VERANO

NOMBRE DEL DOCENTE: PROF. JAIME A. OLAVARRÍA A.

[J.Olavarria@edu.up.pe](mailto:J.Olavarria@edu.up.pe)

[JaimeOlavarriaA@gmail.com](mailto:JaimeOlavarriaA@gmail.com)

[J.OLAVARRIA@CLUSTERS.CL](mailto:J.OLAVARRIA@CLUSTERS.CL)

### I. SUMILLA:

EL CURSO CORRESPONDE A UNA ASIGNATURA NO OBLIGATORIA DEL *PLAN DE ESTUDIOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO*. EL CURSO EXIGE DEL ALUMNO UN ALTO NIVEL DE ESTUDIO Y ANÁLISIS TANTO DE LAS DIVERSAS TEORÍAS DE AGLOMERACIÓN INDUSTRIAL COMO DE LA EVIDENCIA EMPÍRICA DE CASOS EN EL MUNDO. RECALCA LA IMPORTANCIA DE LA DIMENSIÓN GEOGRÁFICA Y DE LOS COMPONENTES MESO EN LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL DE LOS NEGOCIOS. EL CURSO BRINDA LA OPORTUNIDAD AL ALUMNO DE RECONOCER LOS ELEMENTOS DEL NIVEL MESO PARA FORMULAR Y GESTIONAR EN MEJOR FORMA LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA. ASIMISMO, PLANTEA EJERCICIOS PARA QUE EL ALUMNO PONGA EN PRÁCTICA DIFERENTES NEGOCIOS EN LAS CUALES PODRÁ EVALUAR LA PRESENCIA DE ELEMENTOS MESO, SUS COMPONENTES Y RELACIONES Y COMO SE PODRÍAN AJUSTAR LA GESTIÓN DE LA EMPRESA.

### II. COMPETENCIAS DEL PERFIL GENERAL DEL EGRESADO:

EL CURSO CONTRIBUYE A DESARROLLAR LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS:

- VISIÓN INTEGRAL Y SISTÉMICA.
- GESTIÓN INTERNA CONSIDERANDO ENTORNO MESO:
  - DISEÑAR MODELOS DE DISEÑO DE ESTRATEGIA DE NEGOCIOS A NIVEL MESO
  - ORGANIZAR EFICAZ Y EFICIENTEMENTE PROCESOS DE PRODUCCIÓN, DE GESTIÓN Y DE APOYO EN FUNCIÓN DE OTROS ACTORES A NIVEL MESO.
- FLEXIBILIDAD Y APERTURA AL CAMBIO:
  - PROMOVER LA INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES.
  - DESARROLLAR COMPORTAMIENTOS DISRUPTIVOS HACIA LA INNOVACIÓN.
  - PROPOSICIÓN IDEAS Y PROCESOS DE MEJORA TECNOLÓGICA Y ORGANIZACIONAL.





### III. METAS Y OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- NUESTROS EGRESADOS SERÁN CAPACES DE ANALIZAR ACTORES Y SUS RELACIONES Y EL EFECTO QUE TENDRÁN SOBRE LA GESTIÓN DE LA EMPRESA.
  - NUESTROS ESTUDIANTES RESOLVERÁN PROBLEMAS.
  - NUESTROS ESTUDIANTES DEMOSTRARÁN CAPACIDAD DE PENSAMIENTO CRÍTICO A TRAVÉS DE UN ENSAYO ESCRITO APLICADO A UNA REALIDAD CONCRETA EN EL PERÚ.
- NUESTROS EGRESADOS SERÁN GESTORES EFICACES Y EFICIENTES EN UN ENTORNO GLOBAL.
  - NUESTROS ESTUDIANTES DEMOSTRARÁN SU CAPACIDAD DE TRABAJAR EN EQUIPOS MULTIDISCIPLINARIOS Y SERÁN CREATIVOS EN LAS SOLUCIONES.

### IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

AL FINALIZAR EL CURSO EL ALUMNO IDENTIFICA LAS INTERRELACIONES QUE SE GENERAN ENTRE LOS ELEMENTOS QUE INTERVIENEN Y ACTÚAN EN EL DISEÑO DE LAS ORGANIZACIONES, DISTINGUE Y COMPARA NUEVAS Y CAMBIANTES SITUACIONES DEL ENTORNO PARA TOMAR DECISIONES FRENTES A ELLAS, EXPLICA Y JUSTIFICA PUNTOS DE VISTAS CONVERGENTES Y DIVERGENTES RESPECTO A SITUACIONES Y PLANTEAMIENTOS QUE SE PRODUCEN EN LAS ORGANIZACIONES Y PLANEA SOLUCIONES PARA LOS PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES DE LAS ORGANIZACIONES.

### V. CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1: TEORÍA Y CONCEPTOS DE CLUSTERS, ESTRATEGIA Y COMPETITIVIDAD

- CONCEPTOS VARIOS: DISTRITOS ITALIANOS Y CLUSTERS.
- CLUSTERS Y ESTRATEGIA: VISIÓN DE MICHAEL PORTER. DIAMANTE DE PORTER.
- EJEMPLOS
- BENEFICIOS ESPERADOS VS CRÍTICAS DE LOS CLUSTERS.
- CLUSTERS Y LA COMPETITIVIDAD; EMPRENDIMIENTO; LOCALIZACIÓN Y CICLO DE VIDA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2: LA INNOVACIÓN EN LA ECONOMÍA

- CONCEPTO DE INNOVACIÓN.
- RELACIÓN CLUSTERS-INNOVACIÓN.
- INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD.





### UNIDAD DIDÁCTICA 3: GEOGRAFÍA DE LA INNOVACIÓN

- FUNDAMENTOS DE ECONOMÍAS DE LOCALIZACIÓN Y AGLOMERACIÓN
- ECONOMÍAS URBANAS Y REGIONALES.
- TIPOS DE CONOCIMIENTOS: CONOCIMIENTO TÁCITO Y CODIFICADO

### UNIDAD DIDÁCTICA 4: UNIVERSIDADES Y ACTORES RELEVANTES PROPORCIONANDO CONOCIMIENTO EN LOS CLUSTERS

- INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO FUENTES TRADICIONALES.
- PRESENCIA DE UNIVERSIDADES Y CENTROS DE INVESTIGACIÓN.
- I+D INTRAMUROS.
- TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y COOPERACIÓN TECNOLÓGICA.

### UNIDAD DIDÁCTICA 5: REDES DE COLABORACIÓN EN CLUSTERS

- CONCEPTO DE REDES.
- DENSIDAD Y COHESIÓN.
- EJEMPLOS.

### UNIDAD DIDÁCTICA 6: SISTEMAS REGIONALES Y NACIONALES DE INNOVACIÓN

- SISTEMAS NACIONALES, REGIONALES, LOCALES Y SECTORIALES DE INNOVACIÓN.
- POLÍTICAS NACIONALES Y REGIONALES.
- EJEMPLOS.

### UNIDAD DIDÁCTICA 7: POLÍTICA Y GESTIÓN DE CLUSTERS DE CLUSTERS

- ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE
- POLÍTICAS EN LA OECD
- CONSIDERACIONES DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN
- TEMAS DE EVALUACIÓN
- SISTEMA DE EVALUACIÓN

### UNIDAD DIDÁCTICA 9: CONSIDERACIONES Y EVALUACIONES ESTRATÉGICAS DEL AMBIENTE CLUSTER EN LA EMPRESA EN LIMA

- APLICACIONES DE LAS AGLOMERACIONES EN LA ESTRATEGIA.
- ANÁLISIS DE UN AMBIENTE DE AGLOMERACIÓN EN EL PERÚ.
- OTROS.





## VI. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:

EL CURSO SERÁ DESARROLLADO DE MANERA MODULAR SOBRE LA BASE DE LAS ÁREAS TEMÁTICAS CENTRALES QUE LE PERMITIRÁN AL ALUMNO TENER UNA VISIÓN SOBRE LO QUE IMPLICA EL ENTORNO MESO DE LAS ORGANIZACIONES.

LA ESTRATEGIA QUE SE UTILIZARÁ PARA EL DESARROLLO DE LAS SESIONES SERÁ LA SIGUIENTE:

1. RECORDAR CONCEPTOS CLAVES EN RELACIÓN AL TEMA DE LA SESIÓN.
2. PLANTEAR LAS IDEAS CENTRALES A TRAVÉS DE SU EXPOSICIÓN, DEL DIÁLOGO GRUPAL Y DE LA DISCUSIÓN DE LOS TEMAS TRATADOS EN LAS LECTURAS ASIGNADAS.
3. PRESENTAR Y ANALIZAR CASOS Y EJEMPLOS EXTRAÍDOS DE LA REALIDAD.
4. ASESORAR A LOS ALUMNOS EN EL PROCESO DE ANÁLISIS DEL CLUSTER.

PARA LO CUAL EL ALUMNO TENDRÁ COMO RESPONSABILIDAD:

- BUSCAR CASOS DE AGLOMERACIONES EN EL PERÚ Y ANALIZARLOS.
- LEER Y ESQUEMATIZAR EL MATERIAL DE LECTURA SELECCIONADO PARA CADA SEMANA.
- INTERACTUAR ACTIVAMENTE EN CLASE A TRAVÉS DE DEBATES, DIÁLOGOS Y EXPOSICIONES.
- RESOLVER LOS CASOS EMPRESARIALES PLANTEADOS.

## VII. METODOLOGÍA DE UNA SESIÓN TIPO

UNA CLASE MODELO POSEE TRES BLOQUES DE 45 MINUTOS. ENTRE EL PRIMER Y SEGUNDO Y ENTRE EL SEGUNDO Y EL TERCER BLOQUE HAY UN RECESO MÁXIMO DE 10 MINUTOS. EN LA PRIMERA PARTE, SE COMIENZA DISCUTIENDO Y RESPONDRIENDO PREGUNTAS DE LOS ALUMNOS SOBRE EL TRABAJO FINAL. LUEGO SIGUE HACIENDO UN RESUMEN DE LA CLASE ANTERIOR Y SE RESPONDE PREGUNTAS DE LOS ALUMNOS. SI NO HAY MÁS PREGUNTAS SE PROCEDE A AVANZAR A LA PARTE LECTIVA DONDE CABE LUGAR LA CLASE EXPOSITIVA CONCEPTUAL O PRÁCTICA (SEGUNDO BLOQUE). EN EL TERCER BLOQUE SE PUEDE SEGUITR CON LA CLASE EXPOSITIVA O SE PUEDEN REALIZAR DINÁMICAS DE DISCUSIÓN CON LOS ALUMNOS DE 1 O MÁS ARTÍCULOS/ CASOS LEÍDOS SOBRE LAS TEMÁTICAS PERTINENTES. HAY UNA SESIÓN DONDE SE REALIZA UNA SALIDA A TERRENO PARA VISITAR EL CLUSTER TEXTIL DE GAMARRA U OTRO. LA SESIÓN FINAL SERÁ LA PRESENTACIÓN ORAL Y ESCRITA DEL ANÁLISIS DEL CLUSTER.

PARA EL TRABAJO FINAL (ESCRITO) SE REQUIERE QUE SE FORMEN GRUPOS DE 3 PERSONAS. LA NÓMINA DE LOS INTEGRANTES SE DEBERÁ ENTREGAR AL PROFESOR EN LA SEGUNDA CLASE.





### VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

INSTRUMENTO	PERÍODO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>• REVISIÓN DE LECTURA.</li><li>• BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE CLUSTER PERUANO.</li><li>• SOLUCIÓN DE CASOS.</li><li>• LECTURA DE ARTÍCULOS MAYORITARIAMENTE EN INGLÉS.</li><li>• INTERVENCIÓN ORAL.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• DURANTE TODAS LAS SESIONES.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• CAPACIDAD PARA RECOLGIR, ANALIZAR, SINTETIZAR E INTERRELACIONAR TEORÍAS Y CONCEPTOS DADOS EN CLASES CON LOS DATOS RECOGIDOS POR LOS ALUMNOS EN TERRENO.</li></ul>	30%
<ul style="list-style-type: none"><li>• INFORME DE SALIDA A TERRENO.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ENERO DE 2015</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ANÁLISIS DE LOS TEMAS CENTRALES ESTUDIADOS APLICADOS EN LA OBSERVACIÓN EN TERRENO.</li></ul>	20%
<ul style="list-style-type: none"><li>• EVALUACIÓN FINAL: PRESENTACIÓN Y ESCRITO FINAL.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• FEBRERO DE 2015</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• DOMINIO CONCEPTUAL Y PRÁCTICO DE LOS TEMAS CENTRALES ESTUDIADOS DURANTE EL CURSO.</li></ul>	50%

LA EVALUACIÓN FINAL SERÁ UN ESCRITO SOBRE EL ANÁLISIS DE CLUSTER EN EL PERÚ. ESTE TRABAJO PRÁCTICO ESTARÁ ENFOCADOS A ANALIZAR EN PROFUNDIDAD LAS AGLOMERACIONES INDUSTRIALES. EL TRABAJO PRÁCTICO PRESENTA ORALMENTE Y POR ESCRITO DURANTE LA ÚLTIMA CLASE.

EL ESCRITO SOBRE EL ANÁLISIS DEL CLUSTER DEBE CONSIDERAR LOS SIGUIENTE PUNTOS: DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA PRINCIPAL, Y RELACIONADAS, ACTORES INVOLUCRADOS, DESCOMPOSICIÓN DE SUS FUNCIONES, TIPIFICACIÓN DEL CLUSTER, CADENA DE VALOR Y ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD, ESTRATEGIA UTILIDADES POR ACTORES, RENTABILIDAD, VENTAJAS COMPETITIVAS, DESAFÍOS ESTRATÉGICOS Y ANÁLISIS FINAL DE/LOS DIFERENTES ACTORES QUE SE BENEFICIAN DE LA CLUSTERIZACIÓN, MADUREZ DEL CLUSTER (QUE COSA FALTAN), ENTRE OTROS.

EL ORDEN, ÉNFASIS, PROFUNDIDAD Y TIPO DE ANÁLISIS SERÁN DETERMINADOS POR EL GRUPO DE ACUERDO A LO QUE ESTIMEN PERTINENTE. SE VALORARÁ LA VISIÓN INTEGRAL Y EL DETALLE EN AQUELLOS ASPECTOS RELEVANTES QUE DETERMINEN LOS FACTORES CLAVES DE ÉXITO DEL NEGOCIO.

### VIII. BIBLIOGRAFÍA:

1. DURANTON, G., MARTIN, P., MAYER, T., Y MAYNERIS, F. (2012). *THE ECONOMICS OF CLUSTERS: LESSONS FROM THE FRENCH EXPERIENCE*.
2. PORTER, M (1990). *THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF NATIONS*. HARVARD BUSINESS REVIEW. MARCH-APRIL.
3. PORTER, M. (2009). *SER COMPETITIVO*. EDITORIAL DEUSTO.





4. PORTER, M. E. & STERN, S. (2001). *INNOVATION: LOCATION MATTERS*. MIT SLOAN MANAGEMENT REVIEW, SUMMER 2001, VOL. 42, NO. 4, PP. 28-36.
5. [HTTP://WWW.CLUSTERMAPPING.US/](http://WWW.CLUSTERMAPPING.US/)

MÁS DETALLES DE LA BIBLIOGRAFÍA SE ENTREGARÁ EN CLASES.







## Departamento Académico de Administración

# SILABO

---

**Curso:**

**Logística Internacional**

---

**Profesor:**

**Alfredo Acero Pella**

---

**Marzo – Julio 2015**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Logística Internacional  
**Código:**  
**Departamento académico:** Negocios Internacionales  
**Prerrequisito(s):**  
**Semestre académico:** 2015-1

**Secciones y docentes:**

Sección A: Prof. Alfredo Acero acero\_aa@up.edu.pe

### I. Sumilla

Explicar cómo funcionan la logística internacional y sus principales actores.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ **Visión integral:**

El participante será capaz de reconocer, analizar, y proponer aspectos teóricos y prácticos de la logística internacional dentro de su actuar profesional, logrando estar capacitado para gestionar con éxito las distintas situaciones que afectan una organización en el campo de la logística.

➤ **Trabajo en equipo**

El participante será capaz de involucrarse activamente en el proceso de alcanzar una meta común en su actuar profesional; lo que comprende, reconocer que las habilidades de los miembros de una organización son complementarias y contribuyen para lograr el éxito de la gestión corporativa de la logística.

### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

**1 Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.**

➤ Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones).

**2. Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global.**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



- Nuestros estudiantes demostrarán su capacidad de trabajar en equipos.

### **3 Nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones**

- Nuestros estudiantes prepararán propuestas que incluyan componentes de Responsabilidad Social Empresarial.

## **IV. Resultados de Aprendizaje**

Al finalizar el curso, los alumnos estarán en capacidad de:

- Analizar los problemas presentes en la gestión de la logística internacional de las organizaciones a través de herramientas y marcos conceptuales que posibiliten satisfacer los requerimientos de los consumidores y cumplir con los objetivos de las organizaciones.

## **V. Contenidos**

### **Unidad Didáctica 1: Marco institucional vinculado al transporte**

Tema 1: ¿Quiénes son los principales actores?

Tema 2: Entorno nacional

Tema 3: Principales actores

### **Unidad Didáctica 2: Transporte marítimo**

Tema 3: Principales navieras y equipos de transporte

Tema 4: Principales puertos y conferencias

Tema 5: Cotización de navieras

### **Unidad Didáctica 3: Transporte aéreo**

Tema 6: Principales aerolíneas de carga y/o transporte de pasajeros

Tema 7: Principales aeropuertos y equipos de transporte

Tema 8: Rutas y libertades

### **Unidad Didáctica 4: Transporte terrestre y Consideraciones legales**

Tema 9: Transporte intermodal

Tema 10: Principales almacenes

Tema 11: Consideraciones legales

Tema 12: Aduanas y contratos



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

## VI. Estrategias Didácticas

La estrategia didáctica está enfocada a desarrollar un curso eminentemente teórico-práctico, con la activa participación de los alumnos. Los principios teóricos y las herramientas de gestión presentadas por el profesor durante las exposiciones, serán complementados con las siguientes actividades de aprendizaje:

- Lectura de libros, artículos y noticias.
- Aprendizaje basado en casos: a partir de casos del mundo real, identificados por el profesor y sus alumnos; los estudiantes, generalmente reunidos en grupos, tendrán que recolectar toda la información necesaria para sugerir prácticas de gestión en logística con base en los conceptos facilitados por el profesor.
- Investigación de marco teórico y exposición de resultados.
- Discusiones: discusión de opiniones antagónicas entre dos o más personas sobre un tema de logística internacional.
- Exposiciones: presentación grupal de un trabajo integrado de logística internacional por parte de los alumnos.

## VII. Sistema de Evaluación

Instrumento	Criterios de Evaluación	Pesos	
		EI	EG
<b>Trabajos y clase. aportes (40%)</b>	Asistencia y participación en clase	- Razonamiento analítico y sintético, habilidad para resolver problemas, expresión oral y aportes en	10%
	Controles de lectura los	- Comprensión y aplicación de	15%
	Trabajos grupales en clase	conceptos facilitados en clase. - Interpretar problemas. Aporte al grupo, integración del grupo. Aplicación de	5% 10%
<b>EXAMEN PARCIAL</b>		conceptos, creatividad. - Comprensión de lectura, habilidad para resolver problemas, razonamiento	20%
<b>TRABAJO FINAL</b>		analítico y sintético y expresión escrita - Habilidad para resolver problemas, habilidad para aplicar los conceptos de marketing en la realidad estudiada, razonamiento analítico y sintético, expresión escrita y expresión oral	20% 20%

Nota. EI. Evaluación individual, EG. Evaluación grupal.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## VIII. Bibliografía

Obligatoria:

- The WTO : governance, dispute settlement, and developing countries ,Janow, Merit E. ,New York : Juris, 2008.
- An APEC trade agenda? : the political economy of a free trade area of the Asia-Pacific, Morrison, Charles Edward, 1944- ,Singapore : Institute of Southeast Asian Studies, 2007.
- Review of maritime transport 2013
- Supply Chain Management , Chapter 3, Pag 96-103, Coyle
- Supply Chain Management , Chapter 3, Pag 119, Coyle
- Supply Chain Management , Chapter 10, Coyle
- Gestión de la Distribución Física Internacional, Rubial, Alberto PHD, Editorial Norma, Colombia 1996

Artículos de revistas como Harvard Business Review y otros textos indicados por el profesor.

## IX. Cronograma

SEMANA	FECHA	UNIDADES DIDÁCTICAS Y CONTENIDOS	ACTIVIDADES A REALIZAR
1	Sesión 1	Entorno Institucional	Presentación del profesor y alumnos
	Sesión 2		Discusión de textos/casos
2	Sesión 3	Entorno Nacional	
	Sesión 4		Discusión de textos/casos
3	Sesión 5	Envases y embalajes	
	Sesión 6		Discusión de textos/casos
4	Sesión 7	Transporte marítimo	
	Sesión 8		Discusión de textos/casos
5	Sesión 9	Principales conferencias marítimas	Control de Lectura 1
	Sesión 10		Discusión de textos/casos
6	Sesión 11	Principales puertos y su operatividad	
	Sesión 12		Entregar tema de Trabajo Final
7	Sesión 13	Equipos contenedores	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

	Sesión 14		Discusión de textos/casos
<b>8</b>	Exámenes Parciales	Transporte aéreo	
<b>9</b>	Sesión 15		Discusión de textos/casos
<b>10</b>	Sesión 16	Tipos de aviones y capacidad de carga	
	Sesión 17		Primera exposición del avance del trabajo final
<b>11</b>	Sesión 18	Principales rutas y libertades	
	Sesión 19		Discusión de textos/casos
<b>12</b>	Sesión 20	Tipos de carga permitidas para trasportar	
	Sesión 21		Segunda exposición del avance del trabajo final
<b>13</b>	Sesión 22	Cotizaciones logísticas (Costeo)	
	Sesión 23		Control de Lectura 2
<b>14</b>	Sesión 24		Tercera exposición del avance del trabajo final
	Sesión 25	Transporte intermodal	<b>Entrega del Trabajo Final</b>
<b>15</b>	Sesión 26	Aduanas y seguros	
	Sesión 27	<b>Sustentación Trabajo Final</b>	
<b>16</b>	Sesión 28	<b>Sustentación Trabajo Final</b>	
	Exámenes finales		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Course:**

**Internacional Financial  
Management**

---

**Professor:**

***Dagoberto Díaz D.***

---

**March – July 2015**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SYLLABUS

**Course name: International Financial Management**  
**Code: 140093**

**Academic Department: Business Administration**

**Career: International Business**

**Prerequisite (s): International Business Management, Investment Decisions**

**Academic Semester: 2015-1**

**Section A: Prof. Dagoberto Díaz D. [dldiazdiaz@gmail.com](mailto:dldiazdiaz@gmail.com) / [diaz\\_dl@up.edu.pe](mailto:diaz_dl@up.edu.pe)**

**Classroom: Tuesday CEE 202 / Thursday A - 404**

### I. Summary

The globalization of markets and the increasing internationalization of the Peruvian economy requires that students have capabilities to analyze and make decisions related to the internationalization strategies of the company; so the course provides an overview of the financial international environment and interrelates the different theories, variables and concepts in order to take decisions and consider them in designing a financial strategy according to the needs of a company that is or will develop international activities, contributing to its international sustainability.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## **II. Responsibilities of the graduate**

### **➤ *Management and Productivity:***

The student will be able to formulate, identify, and / or evaluate financial decisions and / or strategies of companies active in the international environment, based on criteria of quality, productivity and international competitiveness.

### **➤ *Responsability:***

The participant will be able to design, manage and control international financial strategies for multinational and global companies managing the processes of internationalization under a broad sense of social responsibility.

### **➤ *Integral Vision:***

The student will develop a full view, open to change and to multidisciplinary processes of internationalization of the company

## **III. Goals and Learning Objectives**

- Our graduates will be able to make decisions based on their capacity for analysis and critical thinking.
- Our students will solve financial management problems (cases, simulations)
- Our students will demonstrate critical thinking skills through the development of a critical essay and / or solving and supporting an application case study.
- Our graduates will be effective and efficient managers in a global financial environment.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Our students analyze cases and situations related to the international financial markets, and propose solutions.

#### IV. Learning Outcomes

- Identify opportunities available for multi-national business operations as well as principal needs of such an enterprise
- Demonstrate clear awareness of risk factors relevant to international business.
- Understand and apply suitable tools and techniques in the management of long- and short-term assets and liabilities of a multi-national enterprise.

Will include topics from:

- Financing international trade
- Short- and long-term financing
- International cash management
- Multinational capital budgeting
- Understand various techniques and approaches to managing exposure to risk in international business
- Appreciate ethical and corporate governance issues relating to international business operations with emphasis on financial management and control

#### V. Content

##### Teaching Unit 1.- Environment of International Financial Management .

Theme 1: The Multinational Corporation

Theme 2: The International Monetary System



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Theme 3: The Balance of Payment and International Economic Linkages.

Theme 4: Parity Conditions and Currency Forecasting

Theme 5: Tax Factors and Transfer Pricing

### **Teaching Unit 2.- The Foreign Exchange Market.**

Theme 6: The Foreign Exchange Market (FOREX)

Theme 7: Spot and Forward Markets, Quotes and relationships

Theme 8: Futures, Options and Swaps (Currency, commodities)

### **Teaching Unit 3.- The Foreign Exchange Risk Management.**

Theme 9: Measuring and Managing Translation (FASB 52), Transaction and Economic Exposure. The Objectives of the International Financial Management Division

### **Teaching Unit 4.- Financing the Multinational Corporation**

Theme 10: The Off-shore Markets and Euromarkets

Theme 11: Development Banks

### **Teaching Unit 5.- Foreign Direct Investment**

Theme 12: Measuring Returns from Foreign Portfolio Investment

Theme 13: Country Risk Analysis

### **Teaching Unit 6.- Working Capital Management**

Theme 14: Financing Techniques in IF

Theme 15: Government Sources of Export Financing

### **Teaching Unit 7.- International Financial Crisis (IFC)**

Theme 16: IFC Causes, types, consequences and lessons.

Through the development of various contents, students will be able to understand problems in the International Financial area and as a result of it they will be able to make decisions to maximize the value of the company.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## **VI. Teaching Strategies**

The course will be developed on the basis of the seven teaching units, in order to permit the orderly assimilation of each of the topics on international financial management.

In parallel, over the course topics are included Corporate Social Responsibility and Responsible Leadership linking the role of strategist and manager in International Business.

Learning is achieved by:

- Presentation and discussion of relevant topics using audiovisual aids.
- Group Discussions.
- Planning and resolution of cases to clarify and / or exemplify the themes developed. These will be resolved individually or in groups.
- Research and selection of a real case of international finance which will be presented and discussed with the whole class, to exchange experiences and get a better view of the reality of Peruvian companies.
- Works of applied research.

The expected student participation is further specified in the following actions:

- Reading bibliographic material (the reading should be prior to the session corresponding class).
- Participation in class sessions and guest lectures.
- Case studies.
- Works and / or team discussions outside of class.

## **VII. Evaluation System**

The evaluation system uses the following criteria:

1. Conceptual Domain
2. Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts.
3. Ability to research.
4. Ability to decision making.
5. Ability to identify and develop strategies and evaluate corporate governance in the international arena



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### **Evaluation Tools:**

Tools			Criterias	Weight
Continuous assessment	Short Controls (02) (I)	40 %	Conceptual domain	50%
	Cases (02) (G)	40 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Ability to identify and develop strategies and evaluate corporate governance at the international level	
	Final work: Applied research (G)	10 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Research capacity	
Midterm exam (I)		Conceptual Domain, ability to decision making		20%
Final exam (I )		Conceptual Domain, ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Ability to decision making		30%

(I) = Individual

(G) = Group

In the newly displayed box nature of assessment tools that are used throughout the course (individual and group) and its weight is defined; defining a weight of 70% to individual assessments and 30% to the group evaluations.

<b>Individual Evaluation</b>	Short Controls	20.00 %	70.00 %
	Midterm Exam	20.00 %	
	Final Exam	30.00 %	
<b>Group Evaluation</b>	Cases	20.00 %	30.00 %
	Final work	10.00 %	

### **Assessment:**

Any failure to attend an assessment (short controls or cases) must be justified to the teacher. Any absence of the examinations must be justified in Academic Services. The notes of dynamic and qualified group activities in class will not recover. If a student does not work with his group, peers must exclude him or her from it. In this case, students without group will receive the grade of zero in the corresponding work.

### **Attendance and punctuality:**

- Once after the first 10 minutes of class, the student may not enter to the classroom.
- The maximum percentage of absences allowed is 30% of the classes.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### VIII. Bibliography:

The books shown are for reference and all are in the Library. Also during the development of classes students should review the Black Board (BB) and consult the relevant literature for each topic. Students should consult databases like SCOPUS, SCIENCE DIRECT, JSTOR, Proquest, EBSCO, and SCHOLAR of Google.

#### Required reading

- B1. **Eiteman, D. K., Stonehill, A. I., & Moffett, M. H.** (2011). *Las Finanzas en las Empresas Multinacionales*. Estado de México: Pearson Education.
- B2. **Madura, Jeff** (2008) Administración Financiera Internacional (9<sup>a</sup>. Edición) México. Cengage Learning.
- B3. **Shapiro, A. C.** (2010). *Multinational Financial Management*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

#### Further reading

**Kozikowski, Z.** (2007) Finanzas Internacionales. (2da Edición) México Mc Graw Hill

**Durán & Gallardo** (2013) Finanzas Internacionales para la Empresa (1ra Edición) Madrid Ediciones Pirámide



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX. Schedule of Activities:

Week No.	Dates	Units	Activities	Materiales	Homework
1	March 24 & 26	<b>Unit 1</b> . The international Financial System and the MNC . Objectives of the IFS . International vs Local Currency	Readings + Video + Discussion	B1. Cap 1 & 3 B2 Cap. 1 B3 Cap 1 & 3	Discussion Video
2	March 31	<b>Unit 1</b> <b>Balance of Payment and International Economic Linkages</b>	Readings	B1. Cap. 4 B2 Cap. 2 B3 Cap. 5	Discussion What is in my BP?
3	April 7 & 9	<b>Unit 1</b> <b>Parity Conditions and Currency Forecasting</b>	<b>1st Short control</b> Readings Bring a Lap top	B1. Cap. 7 B2 Cap. 7 & 8 B3 Cap. 2 & 4	Excercise How to select a currency?
4	April 14 & 16	<b>Unit 1</b> . Tax Environment . Transfer Prices	Readings + excercises	B1 Cap. 20 B2 Apendice 14 B3 Cap. 20. 2	Discussion about Social Responsibility
5 & 6	April 21 & 30	<b>Unit 2</b> .The Foreign Exchange Market . Quotes and Relations	<b>1st group Cases + excercises</b>	B1 Cap. 6 B3 Cap. 7	Practice Class Excercise
7	May 5 & 7	<b>Unit 2</b> .Futures, Options and Swaps	Readings + excercises	B1 Cap. 8 B2 cap 5 B3 Cap. 8	<b>1st group Cases + excercises</b>
8	May 12 & 14	Midterm Exam			



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

9	May 19 & 21	<b>Unit 3</b> . Measuring and Managing Foreign Exchange Risk . Translation, Transaction and Economic Exposure . Objectives of the IFD	Readings + exercises	B1 Cap. 11, 12 & 13 BL2 Cap 10, 11 & 12 B3 Cap. 10	Practice Class Exercise Bring a Lap top
10 & 11	May 26 & 28	<b>Unit 4</b> . Financing the MNC . Off-shore and Euromarkets . Development Banks	Readings + exercises	B1 Cap. 15 & 16 B3 Cap. 12 & 13	Practice Class Exercise
12	June 2 & 4	<b>Unit 5</b> . Foreign Direct Investment . FDI and Portfolios, CAPM, VPN, Returns	2nd Short control	B1 Cap. 18 B2 Cap. 13	Practice Class Exercise Bring a Lap top
13	June 9 & 11	<b>Unit 5</b> . Country Risk Analysis	Lecturas	B2 Cap. 16 B3 Cap. 6	Practice Class Exercise Bring a Lap top
14	June 16 & 18	<b>Unit 6</b> . Working Capital Management . Commercial Banking . Government Sources of Export Financing	2nd group Cases + exercises	B1 Cap. 22 B2 Cap. 20 B3 Cap 22	Practice Class Exercise Bring a Lap top
15	June 23 & 25	<b>Unit 7</b> . International Financial Crisis . Causes, Types, consequences and lessons	Lecturas	B1 Cap 3.4 B3 Cap. 18	2nd group Cases + exercises
16	July 7 & 9	<b>Final Exam</b>			



**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SYLLABUS**

---

**Module:**  
**International Affairs**

---

**Module convenor**

*Juan Carlos Ladines Azalia.*

---

**March – July 2015**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SYLLABUS

Name:	<b>International Affairs</b>
Code:	<b>40095</b>
Academic Department :	<b>Administración</b>
Prerequisite :	<b>Gestión del Comercio Internacional</b>
Semestre:	<b>2015-1</b>

### **Section y module convenor:**

Sección A: Prof. Juan Carlos Ladines Azalia      [ladines\\_jc@up.edu.pe](mailto:ladines_jc@up.edu.pe)

### I. Summary

This course introduces students to key ideas and debates in the field of international relations (IR). Students will be familiarised with Levels-of-Analysis and several leading IR theories including neo-liberalism, neo-realism, and strategic choice. Along with examining the political and military relations among the states, the lectures and readings will also focus on international political economy and the politics of global warfare (e.g., the environment, resource scarcity, north-south relations, poverty, disease, hunger, and human rights). Along with preparing students for upper-division coursework in international relations and international political economy, a key goal of this course is building analytic and critical thinking skills.

### II. Student Profile Competences

#### **➤ *Management and Productivity:***

The student will be able to analyse international strategies of different fields with the support of theoretical framework based on an international perspective. This will give to the student a world wide comprehension of the dynamic and complexities of a global system.

#### **➤ *Responsibility:***



The student will be capable to understand the social aspects of the international relations through the interpretation of different actors involved. Giving this a proper idea of how responsibility is address.

➤ ***Trasnversal Perspective:***

The student must be able to analyse, argue and produce critical thinking that can contrast with other perspective of authors, peers and other in the academic world.

### III. Learning Objetives

1. **Produce students that are capable of understanding the complexity if the international affairs arena through analysis and critical thinking.**
  - Our students will be able to solve international problems (casos, simulaciones)
  - Our students will be able to develop proper ideas through critical thinking essays.
2. **Students are able to be good managers of information and deliver efficiency in a global environment.**
  - Our students will be able to resolve practical and real world cases of the international affairs agenda and propose practical solutions.

### IV. Resultados de Aprendizaje

- The student will be able to have thorough and detailed understanding of a number of International Affairs issues. Ability to critically analyse and discuss the practical implications of these different issues for the international environment. Demonstrate awareness and appreciation of the methodological and theoretical challenges in researching international issues.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## V. Content

### **Unit 1.- Theoretical concepts of the international relations.**

- 1. Introduction**
- 2. Theoretical debate: Realism vs Liberalism**
- 3. Post colonialism**
- 4. International Society**
- 5. Constructivism, Marxism and critical thinking**

### **Unit 2.- Institutions, policy, politics.**

- 6. War, peace and military relations**
- 7. Global Security**
- 8. International Political Economy in the age of globalisation**
- 9. International Regimes and Transnational Actors**

### **Unit 3.- International agenda and the global business.**

- 10. Environmental issues**
- 11. Culture in world affairs**
- 12. Global Governance**
- 13. International intervention**
- 14. Geopolitics of Business**
- 15. Asia – Pacific Geopolitics**

## VI. Module presentations

Students are required to deliver one seminar presentation. The presentation will last no less than 30 minutes. Presenters should demonstrate sufficient work during the presentation. Presenters should actively contribute to all parts of the presentation, i.e. summary, synthesis and questions.

In the presentation students are asked to briefly summarize what they consider the main points and ideas from each week's essential and additional readings; synthesize these points into a coherent argument addressing the particular weeks' topic; and raise questions for further seminar discussion. Presenters are asked to circulate to the module convenor and students on the module a one-page hand out by 12:00PM on the day preceding the seminar. Students will be assessed on how they fulfil all of these tasks.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## VII. Evaluation

The following criterias are used:

1. Conceptual understanding of theoretical frameworks.
2. Research capabilities.
3. Ability to identify and formulate international strategies.

### Instruments:

Instrument		Criteria		Weight
Permanent evaluation	Revision Tests (02) (I)	25 %	Knowledge of theoretical concepts.	50%
	Seminar presentation and oral intervention (G)	40 %	Capabilites to relate perspectives, discussion in core ideas. Identify and formulate proposal to understand international problems.	
	Essay (G)	35 %	Capabilities of analyse and research	
Mid term exam (I)		Knowledge of theoretical concepts and discussion challenges for international environment.		20%
Final Exam (I )		Knowledge of theoretical concepts and discussion challenges for international environment.		30%

(I) = Individual

(G) = Group

### Asistance record:

- After the first 10 minutes of class the student is not allowed to enter.
- The maximum limit of absences is 30% of the whole semester



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## VIII. Bibliography:

### Unit 1.- Theoretical concepts of the international relations

#### 1. Introduction

Compulsory reading:

- Drezner, introduction and chapters 1-3;
- Doyle, Introduction;
- Brian Porter, Lord Davies, E.H. Carr, and the Spirit Ironic, 'International Relations 16 (2002)

#### 2. Theoretical debate: Realism vs Libearlism

Compulsory reading:

- Drezner, chapter 4; 5 and 6
- Doyle, Part one; Part two
- E. H. Carr, *The Twenty Years' Crisis*, chs. 1-6, 14;
- Robert Jervis, Cooperation under the Security Dilemma, 'World Politics 30:2 (1978);
- John Mearsheimer, E.H. Carr vs Idealism: the Battle Rages On' International Relations 19:2 (2005)
- Daniel Deudney, Geopolitics as Theory,' European Journal of International Relations 6:1 (2000).
- Daniel Deudney and John Ikenberry, The Nature and Sources of Liberal International Order, 'Review of International Studies 25:2 (1999);
- Kenneth Waltz, *Man, the State, and War* (Columbia University Press, 1959) chapter 1;
- Jack S. Levy and William R. Thomson, *Causes of War* (Wiley Blackwell, 2010) pp. 104-117.

Additional readings

- William Wohlforth, Realism,' in Christopher Reus-Smit and Duncan Snidal, eds., *Oxford Handbook of International Relations* (OUP, 2008).



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- John Mearsheimer, The False Promise of International Institutions,' *International Security* 19:3 (1994/5); Robert Keohane, ed., *Neorealism and its Critics* (Columbia University Press, 1986) chs 6-11;
- John Macmillan, A Kantian Protest against the Peculiar Discourse of Inter-Liberal State Peace, ll *Millennium* 24:3 (1995) pp. 549-62;
- Julian Reid, The Biopolitics of the War on Terror: Life Struggles, Liberal Modernity and the Defence of Logistical Societies (MacMillan, 2009), chapter 2.
- Martin Wight, Western Values in International Relations, ll in Butterfield and Wight (Allen & Unwin, 1966), *Diplomatic Investigations* , pp. 89-131;
- Keith Nelson and Spencer Olin, *Why War? Ideology, Theory, and History*, chapters 1-3;
- Hidemi Saganami, *On the Causes of War* (Clarendon, 1996) pp. 69-77, 101-111;

### 3. Post colonialism

Compulsory reading:

- Krishna, *Globalisation and Postcolonialism*, especially chapters 2, 3, 4 and 5;
- Meera Sabaratnam, IR in dialogue...but can we change the subjects? A typology of decolonising strategies for the study of world politics,' *Millennium: Journal of International Studies*, 39:3 (2011)pp. 781-803;
- Tarak Barkawi and Mark Laffey, The postcolonial moment in security studies,' *Review of International Studies*, 32 :4 (2006) pp. 329-352.
- Basaglia, Isabella, The Contribution of Post-Colonial Theory to the Construction of Identity of Identity in International Relations, *Cross-sections*, Volume VIII (2012) pp. 71 – 79
- Himadeep Muppidi, Shame and Rage: International Relations and the World School of Colonialism' in Robin Riley and Naeem Inayatullah (eds) *Interrogating Imperialism* (Palgrave, 2006)

Additional readings

- Neil Lazarus, Postcolonial Studies after the invasion of Iraq, *New Formations*, 59:1 (2006);
- Stuart Hall, When was the postcolonial: Thinking at the limitll in *The post-colonial question*:



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

*common skies, divided horizons*, Iain Chambers, Lidia Curti, eds. (Routledge, 1996) pp. 242-260;

- Geeta Chowdry and Sheila Nair, Introduction: Power in a postcolonial world: Race, gender and class in international relations, in Geeta Chowdry and Sheila Nair, eds. *Power, Postcolonialism and International Relations*. (Routledge, 2004) pp. 1-32;
- Elisabeth Armstrong and Vijay Prashad, Bandung Women: Vietnam, Afghanistan, Iraq and the necessary risks of solidarity, in Robin L Riley and Naeem Inayatullah, eds. *Interrogating Imperialism: Conversations on Gender, Race and War*. (Palgrave, 2006) pp. 15-49.

#### 4. International Society

Compulsory reading:

- Ian Hurd, **Legitimacy and Authority in International Politics**, *International Organization* 53:2 (1999);
- Bull Hedley, **Anarchical Society**, Chp. 1-4, McMillan.
- Barry Buzan, **From International to World Society: English School Theory and the Social Structure of Globalisation** (Cambridge University Press, 2004), Ch. 1.
- Andrew Linklater 'The English School' Theories of International Relations: (Palgrave, 2005), Ch. 4.

Additional readings

- Tim Dunne, 'The English School', in T. Dunne, M. Kurki, and S. Smith (eds), International Relations Theories: Discipline and Diversity (OUP, 2010), Ch. 7.
- Andrew Linklater and Hidemi Suganami, *The English School of International Relations: A Contemporary Reassessment* (Cambridge University Press, 2006), Ch. 2.
- Ian Clark, *Hegemony in International Society* (OUP, 2011), Introduction and Ch. 1.
- Tim Dunne, *Inventing International Society: A History of the English School* (MacMillan, 1998), Ch. 1;
- Ian Clark, *Legitimacy in International Society* (OUP, 2005), Part III.

#### 5. Constructivism, Marxism and critical thinking

Compulsory reading:

- Alexander Wendt, **Anarchy is what States Make of it: The Social Construction of Power Politics**, *International Organization*, 46:2 (1992).
- Dale Copeland, **The Constructivist Challenge to Structural Realism: A Review Essay**, *International Security*, 25:2 (2000);



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Emmanuel Adler, **Seizing the Middle Ground: Constructivism and World Politics**, *European Journal of International Relations* 3:3 (1997);
- Ted Hopf, 'The Promise of Constructivism in International Relations Theory', *International Security* 23:1 (1998);
- Alexander Wendt, 'Constructing International Politics', *International Security*, 20:1 (1995);
- Doyle, part three;
- Robert W. Cox, 'Social Forces, States and World Orders', *Millennium* 10:2 (1981).
- John Maclean, **Marxism and International Relations: A Strange Case of Mutual Neglect**, 'Millennium' 17:2 (1988) pp. 295-319.

Additional readings

- Mark Hoffman, Critical Theory and the Inter-Paradigm Debate, 'Millennium' 16:2 (1987);
- Jeffrey T. Checkel, 'The Constructivist Turn in International Relations Theory', *World Politics* 50:2 (1998).
- Christian Reus-Smit, Constructivism, in S. Burchill et al. (eds.), *Theories of International Relations*, 4th ed. (Palgrave Macmillan, 2009), Chapter 9.
- Karin Fierke, *Critical approaches to International Security* (Polity, 2006) pp. 55-118.
- Maja Zehfuss, *Constructivism in International Relations: The Politics of Reality* (Cambridge University Press, 2002) Chapters 2, 3, 4, and 5.
- Ian Hurd, Constructivism, in Reus-Smit and Snidal (eds.), *Oxford Handbook*;
- Richard Price, 'The Ethics of Constructivism', in Reus-Smit and Snidal (eds.), *Oxford Handbook*.
- Richard Devetak, 'Critical Theory', in S. Burchill and A. Linklater (eds) *Theories of International Relations* (Palgrave Macmillan, 2009).
- Andrew Linklater, 'Marxism', in S. Burchill and A. Linklater (eds) *Theories of International Relations* (Palgrave Macmillan, 2009).
- Andrew Linklater, 'Beyond Realism and Marxism: Critical Theory and International Relations', (Macmillan, 1990) ch. 1.
- Andrew Linklater, 'Critical Theory', in Martin Griffiths (ed) *International Relations Theory for the Twenty-First Century* (Routledge 2007).
- Andrew Linklater, 'Beyond Realism and Marxism: Critical Theory and International Relations'



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

(Macmillan 1990);

- Mark Rupert and Hazel Smith (eds) Historical Materialism and Globalization (Routledge, 2002);
- Benno Teschke, Marxism and International Relations, in Oxford Handbook of International Relations.

## **Unit 2.- Institutions, policy, politics.**

### **6. War, peace and military relations**

Compulsory reading:

- Kenneth N. Waltz, **Theory of International Relations, Chapter 5, pp. 79-101.**
- Jack Snyder, "One World, Rival Theories," **Foreign Policy** (November/December 2004), pp. 52-62. (W)
- **World Politics, Chapter 4: Domestic Politics and War (327.1 F84 2013)**
- **World Politics, Chapter 5: International Institutions and War (327.1 F84 2013)**
- Woodrow Wilson, "14 Points," **January 8, 1918, pp 1-5. (W)**
- **The United Nations Charter, June 26, 1945, abridged version, pp. 1-5.**
- Thomas Nagel, "War and Massacre", **Philosophy and Public Affairs, Vol. 1, No. 2 (1972), 123-44**

Additional readings

- Fred I. Greenstein, **The Presidential Difference: Leadership Style From FDR to Clinton** (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2000), Chapter 13, pp. 189-200.
- Robert O. Keohane and Joseph S. Nye, **Power and Interdependence: WP, in Transition** (Boston, MA: Little, Brown and Company, 1977), Chapter 2, pp 23-37.

### **7. Global Security**

Compulsory reading:

- David Baldwin, "The Concept of Security", **Review of International Studies 23, no. 1 (1997): 5–26.**
- Barry Buzan and Lene Hansen, **The Evolution of International Security Studies** (Cambridge University Press, 2009). Especially Chapter 7: „Widening and Deepening Security“, pp. 187–225.
- Michael C. Williams, "Neo-Realism and the Future of Strategy", **Review of International Studies 19, no. 2 (1993): 103–21.**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Arnold Wolfers, "National Security as an ambiguous symbol" Political Science Quarterly 67, no. 4 (1952): 481–502.
- Keith Krause and Michael C. Williams, "From Strategy to Security: Foundations of Critical Security Studies", in Critical Security Studies: Concepts and Cases (1997), pp. 33–59.
- Ken Booth, "Critical Explorations", in Critical Security Studies and World Politics (2005), pp. 1–18.

## 8. International Political Economy in the age of globalisation

Compulsory reading:

- Advanced Introduction To International Political Economy - Benjamin J. Cohen Chp 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8 and 9 (337 C73)

Additional readings

- Jessop, Bob, and Sum, Ngai-Ling. 2001. 'Pre-disciplinary and Post-disciplinary Perspectives'. New Political Economy, 6 (1) 89-101.
- Michie, Jonathan, Oughton, Christine and Wilkinson, Frank. 2002. 'Against the New Economic Imperialism: Some Reflections'. American Journal of Economics and Sociology, 61 (1) 351-365.
- Garnsey, Elizabeth. 1981. 'The Rediscovery of the Division of Labor.' Theory & Society. 10 (3) 337-358.
- Chattopadhyay P. 1974. 'Political Economy: What's in a Name', Monthly Review 25 (11).
- Krasner, S.D. and G.M. Hodgson. 1994. 'The Nature of International Political Economy', Review of International Political Economy 1 (1) 1-28.
- Strange, Susan. 1988. 'The Study of International Political Economy' pp. 7-42 of States and Markets, London, Pinter.
- Tooze, Roger. 1987. 'International Political Economy and International Relations' Millennium 16 (2) 295-319.
- Strange, Susan. 1994. 'Wake up, Krasner! The world has changed', Review of International Political Economy 1 (2) 209-219.
- Joseph Stiglitz, "The Promise of Global Institutions," in Globalization and Its Discontents (New York: W.W. Norton & Co., 2002), pp. 3-22. [CP1]
- John Gerard Ruggie, "International Regimes, Transactions, and Change," Embedded Liberalism in the Postwar Economic Order," International Organization 36, 2 (Spring 1982), pp. 379-415.
- Richard H. Steinberg, "In the Shadow of Law or Power? Consensus-Based Bargaining and Outcomes in the GATT/WTO," International Organization 56, 2 (Spring 2002), pp. 339-374.



- Graham Bird, "The IMF and Developing Countries: A Review of the Evidence and Policy Options," *International Organization* 50, 3 (Summer 1996), pp. 477-512.

## 9. International Regimes and Transnational Actors

Compulsory reading:

- Stephen D. Krasner, "Structural Causes and Regime Consequences: Regimes as Intervening Variables," *International Organization* 36, 2 (Spring 1982), pp. 185-205.
- John Gerard Ruggie, "Multilateralism: Anatomy of an Institution," *International Organization* 46, 3 (Summer 1992), 561-598.
- Lisa L. Martin, "Interests, Power, and Multilateralism," *International Organization* 46, 4 (Autumn 1992), pp. 765-92.
- G. John Ikenberry, "Is American Multilateralism in Decline?" *Perspectives on Politics* 1, 3 (September 2003), pp. 533-550.
- Andrew Moravcsik, "Preferences and Power in the European Community: A Liberal Intergovernmentalist Approach," *Journal of Common Market Studies* 31, 4 (December 1993), pp. 473-523.
- Leonard Schoppa, "The Social Context in Coercive International Bargaining," *International Organization* 53, 2 (Spring 1999), pp. 307-342.
- Stephen M. Walt, "International Relations: One World, Many Theories," *Foreign Policy* 110 (Spring 1998), pp. 29-46.
- Robert O. Keohane, "International Institutions: Can Interdependence Work?" *Foreign Policy* 110 (Spring 1998), pp 82-96.
- John J. Mearsheimer, "The False Promise of International Institutions," *International Security*, 19, 3 (Winter 1994/1995), pp. 5-49.
- Richard Price, "Reversing the Gun Sights: Transnational Civil Society Targets Landmines," *International Organization* 52, 3 (Summer 1998), pp 613-644.
- Alexander Cooley and James Ron, "The NGO Scramble: Organizational Insecurity and the Political Economy of Transnational Action," *International Security* 27, 1 (Summer 2002), pp. 5-39.

Additional readings

- Oran R. Young, "Regime Theory: Past, Present, and Future," in *Governance in World Affairs* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1999), pp. 189-216.
- Andreas Hasenclever, Peter Mayer, and Volker Rittberger, eds., "Interests, Power, Knowledge: The Study of International Regimes," *Mershon International Studies Review* 40, Supplement 2 (October 1996), pp. 177-228.



- Peter M. Haas, "Epistemic Communities and the Dynamics of International Environmental Co-operation," in Volker Rittberger, ed., *Regime Theory and International Relations* (New York: Oxford University Press, 1993), 168-201.
- Tom Keating, "The Sources of Multilateralism in Canadian Foreign Policy," in *Canada and World Order: The Multilateralist Tradition in Canadian Foreign Policy* (Toronto: Oxford University Press, 2002), pp. 1-16.
- Joseph S. Nye, Jr., "The Battle Between Unilateralists and Multilateralists," in *The Paradox of American Power* (New York: Oxford University Press, 2002), pp. 154-163.
- Lloyd Gruber, "Winners and Losers: The Case for Theoretical Reorientation," in *Ruling the World: Power Politics and the Rise of Supranational Institutions* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2000), pp. 33-57.
- Kenneth W. Abbott and Duncan Snidal, "Why States Act Through Formal International Organizations," *Journal of Conflict Resolution* 42, 1 (February 1998), pp. 3-32.
- Cheryl Shanks, Harold Jacobson, and Jeffrey Kaplan, "Inertia and Change in the Constellation of International Governmental Organizations, 1891-1992," *International Organization* 50, 4 (Autumn 1996), pp. 593-627.
- Margaret E. Keck and Kathryn Sikkink, "Transnational Advocacy Networks in International Politics: Introduction," in *Activists Beyond Borders: Advocacy Networks in International Politics* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1998), pp 1-38.

### **Unit 3.- International agenda and the global business.**

#### **10. Environmental issues**

Compulsory reading:

- **Newsweek**, "The Cooling World," April 28th, 1975, pp 1-2.
- **Fortune Magazine**, "Ominous Changes in the World's Weather," February 1974, pp. 90-95.
- **Byrd-Hagel Amendment**, US Senate, July 25, 1997, pp. 1-3.
- Clark, William C. "Environmental Globalization" in Nye, J. and Donahue, J., eds., *Governance in a Globalizing World*; (Washington: Brookings Institution Press, Washington, D.C., Chapter 4, pp. 86-108.
- Victor, D. et al "The Geoengineering Option" *Foreign Affairs*. 88, no. 2 (2009), pp. 64-76. (Read pp. 64-76) [11pp].
- Young, Oran R. "Effectiveness of international environmental regimes: Existing knowledge, cutting-edge themes, and research strategies." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 108.50 (2011): 19853-19860. [6pp].



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Katherine L. Jacobs, Greg Garfin and Melanie Lenart (2005), ‘More Than Just Talk: Connecting Science and Decisionmaking’
- David W. Cash (2001), “In Order To Aid in Diffusing Useful and Practical Information”: Agricultural Extension and Boundary Organizations’
- Thomas F. Homer-Dixon (1991), ‘On The Threshold: Environmental Changes as Causes of Acute Conflict’

## 11. Culture in world affairs

Compulsory reading:

- Michael Barnett and Martha Finnemore, “The Politics, Power, and Pathologies of International Organizations,” International Organization 53, 4 (Autumn 1999), pp. 699-732.
- Catherine Weaver and Ralf J. Leiteritz, “‘Our Poverty is a World Full of Dreams’: The World Bank’s Strategic Compact and the Tenacity of Organizational Culture,” paper presented at the annual meeting of the International Studies Association, New Orleans, LA, March 24-27, 2002.
- Roland Paris, “Peacekeeping and the Constraints of Global Culture,” European Journal of International Relations 9, 3 (September 2003), pp. 441-473.
- Robert W. Cox, “Gramsci, Hegemony, and International Relations,” in Approaches to World Order (New York: Cambridge University Press, 1996), pp. 124-143.
- Burity, Joanildo, “Inequality, Culture and Globalization in Emerging Societies: Reflections on the Brazilian Case” in Globalization and Emerging Societies, Development and Inequality (Palgrave Macmillan, 2011)

## 12. Global Governance

Compulsory reading:

- Oye, K. “Explaining Cooperation under Anarchy: Hypotheses and Strategies,” World Politics 38, no.1 (October 1985).
- Abbott K. & Snidal, D. “Values and Interests: International Legalization in the Fight Against Corruption,” Journal of Legal Studies, 31 (S1, January 2002)
- Xue, H. “Chinese Observations on International Law,” Chinese Journal of International Law 6, no. 13 (2007).
- Ruggie, John. “Reconstituting the Global Domain: Issues, Actors, and Practices,” European Journal of International Relations 10, no. 4 (2004).
- Stein, A. Why Nations Cooperate: Circumstance and Choice in International Relations (Ithaca: Cornell University Press 1990, pp. 3-20. Found at: [http://books.google.com.pe/books?id=77JTYATzFolC&pg=PA3&source=gbs\\_toc\\_r&cad=2#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.pe/books?id=77JTYATzFolC&pg=PA3&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Falkner et al, "International Climate Policy after Copenhagen: Towards a 'Building Blocks' Approach," *Global Policy*, 1 (October 2010).

Additional readings

- Koh, H. "Filartiga v. Pena-Irala: Judicial Internationalization into Domestic Law of the Customary International Law Norm Against Torture," in Noyes, Dickinson & Janis, eds, *International Law Stories*, chap. 2.

### 13. International intervention

Compulsory reading:

- International Commission on Intervention and State Sovereignty, *The Responsibility to Protect, Synopsis and Section 1 ("The Policy Challenge")*. Found at: <http://www.idrc.ca/EN/Resources/Publications/openebooks/960-7/index.html>
- Peic G and D. Reiter "Foreign imposed regime change, state power, and civil war onset, 1920-2004," *British Journal of Political Science* 41, no. 3 (2010): 453-475.
- Downes AB (2010) "Catastrophic success: Foreign-Imposed regime change and civil war." *American Political Science Association conference, Washington, DC, 2-5 September 2010.*
- Downes AB and Monten J "Freedom by force: Foreign-Imposed regime change and democratization," presentation to *The George Washington University Comparative Politics Workshop*, May 11, 2012.
- Pickering J and Peceny M (2006) Forging democracy at gunpoint. *International Studies Quarterly* 50(3): 539-560.

### 14. Geopolitics of Business

Compulsory reading:

**Handbook On The Geopolitics Of Business - Joseph Mark S. Munoz Edited by Joseph Mark S. Munoz, Professor of International Business, Millikin University, US (658.18 H6)**

- The Global Ocean: Geopolitics of Maritime Commerce Jonathan D. Greenberg
- Global Business, Geopolitics and the United Nations Global Compact: The Geographic Reach and Transnational Efficacy of Voluntary Sustainability Codes Van V. Miller, Luiz A. Perez-Batres and Michael J. Pisani
- Executive perspectives on geopolitics: management implications for international corporations. Joseph Mark S. Munoz and Anthony Liberatore.
- Expeditionary economics: stimulating entrepreneurship under geopolitical risk. Robert E. Looney
- From society to communities: new geopolitical scenarios for sustainable business strategies. Marco Tortora and Fabio Corsini



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- **Geopolitical forces and strategic approaches for the contemporary corporation.**  
**Joseph Mark S. Munoz and Michael Pettus**

## 15. Asia – Pacific Geopolitics

Compulsory reading:

**Asia - Pacific Geopolitics Hegemony vs. Human Security (327.101 A)**

- **Hegemony, Perilous Empire and Human Security, Mustapha Kamal Pasha**
- **Still Anchoring an American Asia Pacific? Nick Bisley**
- **Containing China: A Flawed Agenda, Chandra Muzaffar**
- **Japan, Australian and Niche Diplomacy in the South Pacific, Allan Patience**
- **Between Alliance and Regional Engagement: Current Realities and Future Possibilities Joseph A. Camilleri**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX Schedule

<b>Week</b>	<b>Date</b>	<b>Unit</b>	<b>Activities</b>	<b>Materials</b>	<b>Observations</b>
<b>Unit 1.- Theoretical concepts of the international relations</b>					
1	Mar. 23 y 25	Introduction to theoretical concepts	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	Discussion of basic concepts of international theory
2	Mar. 30 y Apr. 1	Theoretical debate: Realism vs Liberalism	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
3	Apr. 6 y 8	Post colonialism	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
4	Apr. 13 y 15	International Society	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	Reading Test 1
<b>Unit 2.- Institutions, policy, politics</b>					



5	Apr. 20 y 22	War, peace and military relations	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
6	Apr. 27 y 29	Global Security	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
7	May. 4 y 6	International Political Economy in the age of globalisation	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
8	11 – 16 Oct.	<b>Mid - Term Exams</b>			
9	May. 18 y 20	International Regimes and Transnational Actors	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	Essay work
		<b>Unit 3.- International agenda and the global business</b>			
10	May. 25 y 27	Environmental issues	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	



11	Jun. 1 y 3	Culture in world affairs	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
12	Jun. 8 y 10	Global Governance	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	Reading Test 2
13	Jun. 15 y 17	International intervention	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
14	Jun. 22 y 24.	Geopolitics of Business	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	
15	Jun. 29 y Jul. 1	Asia – Pacific Geopolitics	Debates, presentation	As specified in Bibliography section.	Due date for essay deliver
16	Jul. 6 – 11	<b>Final Exams</b>			





**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Course:**  
**Negocios  
Internacionales y  
Ciencias Jurídicas /  
International Business  
Law**

---

**Professor:**  
**Carlos Eduardo Humberto  
Artieda de La Sotta**

---

**2015 - I**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

<b>Course:</b>	<b>Negocios Internacionales y Ciencias Jurídicas / International Business Law</b>
<b>Code:</b>	<b>140096</b>
<b>Department:</b>	<b>Business Administration</b>
<b>Semester:</b>	<b>2015 - I</b>
<b>Professor:</b>	<b>Carlos Eduardo Humberto Artieda de La Sotta</b>
<b>Contact:</b>	<b>ceh.artiedad@up.edu.pe</b>

## I. Course description

The International Business Law course covers legal issues companies face in different settings globally nowadays. From all the different sources of the Law and in different environments, companies find a need to incorporate these legal issues from a managerial perspective in their day-to-day activities. In so doing, they face different challenges ranging from the legal form a company may adopt to suit its line of business; through the different legal instruments, known as contracts, which can be used to further their business needs and goals in international settings; to the protection of invaluable assets, such as those related to intellectual property.

The participant will be able to incorporate into the strategic process legal concepts and concerns vital for business value creation and management, and for managing associated risks. This will be possible through the clear identification of the defining features of different contracts, in an international environment where different regulations determine rights and obligations, and different ways of enforcement.

**Note:** The course of Negocios Internacionales y Ciencias Jurídicas is taught in English, under the equivalent denomination of International Business Law

## II. General Competencies of Graduate Students

- **Holistic Vision**

The graduate student is able to observe a situation from different perspectives and to analyze its multiple dimensions, using analytic, inductive, relational and synthetic capabilities. The graduate student is





able to demonstrate flexibility in his/her thinking, by appreciating differences, being open to dialogue, criticism and questioning, in order to achieve a holistic understanding of reality.

- **Flexibility and openness to change**

The graduate student is able to adapt his/her thinking, emotions and behaviors to an ever-changing environment, responding proactively to new situations. The graduate student receives and fosters opportunities for criticism and new insights in order to build new and better scenarios, enthusiastically assuming challenges and the possibility of improvement

### **III. Learning Goals and Learning Objectives**

#### **LG 2: Our graduate students will be able to make decisions based on strong analytical and critical thinking skills**

LO 2.1: Our students analyze different external and internal variables related to the internationalization of companies.

LO 2.2: Our students demonstrate critical thinking skills when proposing different strategic alternatives for the internationalization of companies.

#### **LG 3: Our graduate students will be effective managers in a global environment**

LO 3.1: Our students will be able to analyze cases and situations related to international markets and will be able to propose adequate solutions.

### **IV. Learning results**

Upon the completion of the course of International Business Law, the student will define strategic options from a legal standpoint in order to create and maintain business value; establish long-lasting contractual relationships; and manage risk accordingly, in an ever-changing global environment. In so doing, the student will be able to match sound management proposals to legally feasible alternatives.

### **V. Course Content**

#### **Unit 1: General Introduction to Law**

- Definition of Law: a general framework.
- Public and private dimensions of Law





- The Legal System:
  - Different perspectives around the world
  - Sources of the Law
  - Customary law: issues
  - Legal interpretation of the Law: conflict and good faith
  - Jurisdictional issues
  - Applicability of the Law
  - International Governance: an overview

### **Unit 2: Business and Managerial Perspectives of the Law**

- Beyond a culture of compliance: Strategic importance and decision-making
- The Creation and Management of Business Value
- The Management of Risk
- Managerial objectives throughout the stages of business development and the associated legal considerations.

### **Unit 3: Corporate Law**

- Choice of a Business Entity and the concept of Limited Liability
- Corporate Governance
- Shareholders' rights and obligations

### **Unit 4: General Introduction to Contract Law**

- **General considerations:**
  - Definition of Contracts
  - Capacity to Contract
  - The Formation of Contracts
  - Breach of Contracts: obligations and remedies
- **Specific Contracts:**
  - The Sale of Goods and Services
  - Commercial Agency
  - Distribution Agreements
  - Licensing Agreement

### **Unit 5: The International Regulation of International Business:**

- Multilateral and Bilateral aspects of Regulation
- The Regulation of Exports / Imports and associated contracts
- Foreign Investment

### **Unit 6: Contracts in International Business:**

- The International Sale of Goods Contract:
  - Vienna Convention (1980)
  - Contract formation



- Performance
- Provisions and remedies
- The International Joint Venture Contract:
- The International Distribution Contract
- The International Franchise Contract

### **Unit 7: Intellectual Property Rights:**

- Patents
- Copyrights
- Trade secrets
- Trademarks or Service Marks

### **Unit 8: The Resolution of International Business Disputes**

- Litigation
- Alternative Dispute Resolution: Negotiation, Mediation and Arbitration

### **Unit 9: Conclusion:**

- Strategic Management: The Law as a source of Competitive Advantage

## **VI. Didactic Approaches**

- Lecturing and classroom dialogue.
- Case study.
- Problem-based learning.
- Group dynamics.
- Debates and argumentation.
- Individual and Group Presentations

## **VII. Evaluation and grading policy**

Instruments	Evaluation Criteria	Weighing
Assigned readings controls	<ul style="list-style-type: none"><li>• Understanding of assigned material.</li><li>• Knowledge of models and analysis tools.</li><li>• Critical evaluation of concrete problems.</li></ul>	15%
Individual and Group Presentations	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identification and use of relevant information.</li><li>• Logical development: from premises to conclusions.</li><li>• Creativity.</li></ul>	15%



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clarity.</li> </ul>	
Class Participation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permanent participation in an orderly fashion during debates and presentations.</li> <li>• Capability to present in a critical and logical fashion points of view.</li> <li>• Active listening and respect for contending positions.</li> <li>• Intensive use of the Blackboard platform.</li> </ul>	10%
Mid-term Exam	Written: theoretical and case development.	30%
Final Exam	Written: theoretical and case development.	30%

## VIII. References

### Required readings:

- **Bagley, Constance E.**, "Winning legally: The Value of Legal Astuteness", 33 *Academy of Management Review*, Issue 2 –378, 378-9, April 2008.
- **Bagley, Constance E.**, "What's Law Got to Do With It?: Integrating Law and Strategy", *American Business Law Journal*, v. 47, Issue 4, 587-639, Winter 2010.
- **Bartlett, Christopher A., and Paul W. Beamish**, "Transnational management. Text, cases and readings in cross-border management". 6<sup>th</sup> edition, McGraw Hill Irwin, New York, 2011.
- **Bortolotti, Fabio** "Drafting and Negotiating International Commercial Contracts: A Practical Guide", International Chamber of Commerce, Paris, 2010.
- **Bravo Melgar, Sidney Alex**, "El contrato de Joint Venture", Editora Jurídica Grijley, Lima, Perú, 1997.
- **Cámara de Comercio Internacional**, "The ICC Model International Sale Contract", (Second ed.). Barcelona: CCI, 2004.
- **DiMatteo, Larry A.**, "Strategic Contracting: Contract Law as a Source of Competitive Advantage", *American Business Law Journal*, v.47, 727-794, Winter 2010.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- **Farina, Juan M.**, “*Contratos comerciales modernos*”, Vol. 1, Editora Astrea, Buenos Aires, 2014.
- **Hisrich, Robert D.** “*International Entrepreneurship. Starting, developing and managing a global venture*”, Sage Publications, Los Angeles, 2010.
- **Moens, Gabriël and Peter Gillies**, “*International Trade and Business: Law, Policy and Ethics*”, 2<sup>nd</sup> edition, Routledge Cavendish, Oxon, 2006.
- **Moses, Margaret L.** “*The Principles and Practice of International Commercial Arbitration*”, Cambridge University Press, Cambridge, 2010.
- **Nabi, Ijaz and Manjula Luthria (eds.)**, “*Building competitive firms. Incentives and capabilities*”, The World Bank, Washington D.C., 2002.
- **Pachomovosky, Gideon & Peter Siegelman**, “*Towards an Integrated Theory of Intellectual Property*”, 88 Virginia Law Review, No. 7, 1455, 1460-61, Nov. 2002.
- **Romano, Roberta**, “*Foundations of Corporate Law*”, 2<sup>nd</sup> edition, Foundation Press, New York, 2010.
- **Rubio, Correa, Marcial**, “*El Sistema Jurídico. Introducción al Derecho*”, 10ma. edición, Fondo Editorial PUC, 2009
- **Samuel, Geoffrey**, “*Law of Obligations*”, Edward Elgar, Cheltenham, U.K., 2010.
- **Schwenzer, Ingeborg, Christiana Fountoulakis and Mariel Dimsey**, “*International Sales Law: A guide to the CISG*”, 2<sup>nd</sup> edition, Hart Publishing, Oxford, 2012.
- **Siedel, George J. and Helena Haapio**, “*Using Proactive Law for Competitive Advantage*”, American Business Law Journal, v. 47, Issue 4, 642-686, Winter 2010.
- **Treitel, G. H.** “*An outline of the law of contract*”, 6<sup>th</sup> edition, Oxford University Press Inc., New York, 2004.

### Further Readings:

- **Reyes Villamizar, Francisco**, “*Derecho Societario en Estados Unidos. Introducción Comparada*”, 3ra edición, Legis, Bogotá, 2006.



**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Curso:**  
**Dirección Internacional  
de Empresas**

---

**Profesor:**  
**Oscar Malca G.**

---

**2015 - I**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Dirección Internacional de Empresas  
**Código:** 140801  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Administración del Comercio Internacional  
**Semestre académico:** 2015-I

**Secciones y docentes:**

Sección A: Prof. Oscar Malca G [malca\\_oe@up.edu.pe](mailto:malca_oe@up.edu.pe)

### I. Sumilla

La globalización de los mercados así como la creciente internacionalización de la economía peruana y la evolución constante de las empresas multinacionales, exigen que los alumnos tengan capacidades de analizar y tomar decisiones relacionadas a las estrategias de internacionalización de la empresa; por lo que el curso proporciona una visión del entorno internacional de las empresas e interrelaciona las diferentes teorías y variables a tener en cuenta para el diseño de una estrategia, con el fin de contribuir a la internacionalización de la empresa y/o a su sostenibilidad en los mercados internacionales.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ ***Gestión y Productividad:***

El estudiante será capaz de formular, identificar, y/o evaluar estrategias para la internacionalización de las empresas, bajo criterios de calidad, productividad y competitividad internacional.

➤ ***Responsabilidad:***

El participante será capaz de diseñar, dirigir y controlar la estrategia de internacionalización de su empresa y gestionar los procesos de internacionalización bajo un amplio sentido de responsabilidad social.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

➤ **Visión Integral:**

El estudiante desarrollará una visión integral, abierta al cambio y multidisciplinaria de los procesos de la internacionalización de la empresa,

### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

**1. Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.**

- Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones)
- Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un profundo dominio de las teorías relacionadas a los negocios internacionales y a través del análisis de *papers* y desarrollo de un ensayo crítico o caso.

**2. Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global.**

- Nuestros estudiantes analizarán casos y situaciones relacionadas con mercados internacionales, y propondrán soluciones.

### IV. Resultados de Aprendizaje

- El alumno diseña y evalúa estrategias de internacionalización pertinentes a los escenarios que le presentan los distintos mercados externos y en función a los recursos y capacidades de la organización a fin de optimizar los resultados y minimizar los riesgos del proceso de internacionalización de la empresa.

### V. Contenidos

**Unidad Didáctica 1.- Las teorías de la internacionalización de la empresa / El entorno internacional.**

Tema1: El Panorama de los Negocios Internacionales: Globalización, internacionalización de la empresa peruana.

Tema 2: Las teorías de la Internacionalización de la empresa: Enfoques: económico, procesos, redes, *International New Ventures - Born Global, Operaciones BPOO*



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Tema 3: El entorno de la empresa internacional: Cultural, político, económico, Institucional.

Tema 4: La Inversión Directa Extranjera.

Tema 5: Las Empresas Multinacionales y sus estrategias

Tema 6: Las cadenas globales de valor

Tema 7: Los aspectos éticos, culturales y su interrelación con los Negocios Internacionales

### **Unidad Didáctica 2.- El Proceso estratégico y la Internacionalización.**

Tema 8: Planeamiento Estratégico: Procesos para la formulación del plan estratégico de internacionalización

Tema 9: Modelos, Objetivos, valores y desempeño.

Tema 10: Herramientas para el análisis estratégico: Evaluación del entorno y de los recursos y capacidades de la empresa.

Tema 11: Evaluación y Selección de mercados.

Tema 12: Desempeño exportador

### **Unidad Didáctica 3.- Estrategias de Internacionalización.**

Tema 13: Estrategias de Entrada y de Operación: exportación, los acuerdos de cooperación estratégica: Alianzas y redes, P. Back. Rack Jobbing etc.

Tema 14: Joint ventures. - Metodologías de evaluación de alianzas estratégicas

Tema 15: Estrategias de Inversión Directa Extranjera.

Tema 16: Las estrategias genéricas de competencia

### **Unidad Didáctica 4.- La estructura organizacional internacional - Modelos para la pequeña empresa.**

Tema 17: Organización y la gestión de RRHH en las empresas internacionales. (pla)

Tema 18: Las *Trading Companies*: y los modelos de la PYME exportadora: consorcios, contrato por siembra, modelo ONG-PYME- Trader

A través del desarrollo de los diversos contenidos, los alumnos estarán en condiciones de leer y entender lecturas en inglés, asimismo, deberán estar enterados del acontecer nacional e internacional referidos a los hechos de repercusión sobre la gestión empresarial.

## **VI. Estrategias Didácticas**



El curso será desarrollado sobre la base de las cuatro unidades didácticas, a fin de permitir la asimilación ordenada de cada una de las etapas del proceso y gestión de la internacionalización de la empresa.

En forma paralela, a lo largo del curso son incluidos temas de Responsabilidad Social Empresarial y de Liderazgo Responsable vinculándolos al rol del estratega y gestor en los Negocios Internacionales.

El aprendizaje se logrará mediante:

- Exposición y discusión de los temas correspondientes haciendo uso de ayudas audiovisuales.
- Debates grupales.
- Planteamiento y resolución de casos a fin de aclarar y/o ejemplificar los temas desarrollados. Estos serán resueltos individualmente o en grupo.
- Investigación y selección de un caso real de internacionalización que será expuesto y discutido con toda la clase, a fin de intercambiar experiencias y obtener una mejor visión de la realidad de las empresas peruanas.
- Trabajos de investigación aplicada.

La participación esperada del estudiante se concretará además en las siguientes acciones:

- Lectura del material bibliográfico (la lectura debe ser previa a la sesión de clase correspondiente).
- Participación en las sesiones de clase y ponencias de invitados.
- Exposiciones grupales.
- Estudio de casos.
- Trabajos y/o discusiones de equipo fuera de clase.

## VII. Sistema de Evaluación

El sistema de evaluación utiliza los siguientes criterios:

1. Dominio conceptual
2. Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos.
3. Capacidad de investigación.
4. Habilidad para la toma de decisiones.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

5. Habilidad para identificar y formular estrategias y evaluar la gestión empresarial en el ámbito Internacional.

**Instrumentos de Evaluación:** En el cuadro siguiente se define la naturaleza de los instrumentos de evaluación que se utilizarán a lo largo del curso (individuales y grupales), así como su ponderación; definiéndose un peso de 65 % a las evaluaciones individuales y un 35 % a las evaluaciones grupales.

Instrumento		Criterio		Ponderación
Evaluación Continua	Controles de Lectura (03) (I)	30 %	Dominio Conceptual	50%
	Desarrollo de casos, análisis de "papers" (G)	20 %	Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos Habilidad para identificar y formular estrategias y evaluar la gestión empresarial en el ámbito internacional	
	Trabajo Final elaboración de un ensayo (G)	50 %	Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos Capacidad de investigación	
Examen Parcial (I)		Dominio Conceptual, habilidad para la toma de decisiones		20%
Examen Final (I )		Dominio Conceptual, Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos, Habilidad para la toma de decisiones		30%

(I) = Individual

(G) = Grupal

Evaluaciones Individuales	Controles de Lectura	15.00 %	65.00 %
	Examen Parcial	20.00 %	
	Examen Final	30.00 %	
Evaluaciones Grupales	Casos y Análisis de Papers	10.00 %	35.00 %
	Trabajo Final	25.00 %	

#### **Evaluaciones:**

Cualquier inasistencia a una evaluación (sólo controles de lectura o casos) deberá ser justificada al profesor. Sólo si ello sucede se procederá a lo siguiente: la última semana de clases se tomará una única prueba que incluirá todo lo visto desde el inicio del curso, la nota obtenida suplirá la nota de aquella evaluación a la que el/la estudiante no pudo asistir. Las notas de dinámicas y actividades grupales calificadas desarrolladas en clase no se recuperarán.

#### **Asistencia y puntualidad:**

- Una vez transcurridos los 10 primeros minutos de clase, el alumno no podrá ingresar a la misma.
- El porcentaje máximo de inasistencias permitidas es el 30% del total de las clases.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### VIII. Referencias Bibliográficas:

El material bibliográfico indicado es referencial y todos se encuentran en la Biblioteca. Asimismo, durante el desarrollo de las clases los alumnos deben revisar de manera obligatoria el **Black Board** (BB) y consultar la bibliografía respectiva para cada tema. Es responsabilidad de los alumnos consultar las bases de datos como SCOPUS, SCIENCE DIRECT, JSTOR, PROQUEST, EBSCO, SCHOLAR de Google. Asimismo según el Factor de Impacto los “*Journals*” más importantes en el área de Negocios Internacionales son:

- Journal of International Business Studies – JIBS
- Management International Review - MIR
- Journal of World Business
- International Marketing Review



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

# Departamento Académico de Administración

---

## SILABO

---

**Curso:**  
**Critical Issues in Globalisation**

---

***Profesores:***

**Neil Pyper**

---

**2015- I**

---

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Introduction and Overview

Welcome to Critical Issues in Globalisation!

An important consequence of an extended period of globalisation and rapid growth and development in emerging markets is a significant increase in opportunities for firms in emerging markets to enter and compete successfully in developed markets. The major Indian multinational Tata is now the largest private sector employer in the United Kingdom, while other emerging market multinationals, such as Brazil's Embraer and China's Huawei have also made significant inroads.

However, emerging market firms face significant challenges when they seek to enter and compete in advanced markets. These include significant differences and diversity in business environments, corporate ownership forms and corporate governance, as well as the need to manage differences in culture. Examples such as Mexico's Cemex show that the consequences of ill-judged entry to advanced markets can be extremely serious.

This course will explore these issues and offer insights into the challenges that you as future managers of emerging market multinationals will face if you seek to compete in advanced markets, as well as ideas for overcoming these challenges.

## Instructor Details

Instructor: Dr Neil Pyper

E-Mail: [Neil.Pyper@coventry.ac.uk](mailto:Neil.Pyper@coventry.ac.uk)

The best way to contact the instructor is by e-mail or at one of the sessions. There will be time during sessions for individual consultations. It is also possible to arrange meetings at other times. Please e-mail or speak to me to do so.

## Learning Outcomes

By the end of this course you will be able to:

- Outline the benefits and challenges of globalisation from the perspective of emerging market multinationals
- Identify and navigate different business environments in the major advanced economies
- Identify the key features of corporate governance in advanced economies and explain how these impact firms seeking to enter and compete in these markets
- Critically evaluate strategies for entering advanced markets
- Understand the impact of cultural differences in doing business successfully in advanced economies

## Teaching and Learning Strategy

The course will be delivered using a number of teaching methods. Lectures may be used to discuss key concepts. However, the focus will be on discussion, both of questions and issues proposed during



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

classes, as well as articles case studies that will be available for you to read in advance. This will involve class debates and other group activities. This means that while lecture slides for each topic are available on Blackboard, we may not cover all of the slides in class, and they are intended primarily as a reference resource for you.

We are a small group, and the aim is to foster an interactive and informal environment that allows us to share ideas and experiences. By debating with each other, you will develop skills of critical thinking and evaluation. For this approach to be successful it is important that you attend classes ready to participate, having read all articles, case studies and other preparatory materials. All contributions will be valued, with no such thing as a 'silly' question or comment. Past experience suggests that active contribution to classes leads to higher grades.

## Programme

Indicative content for the course is set out below. Because the course is discussion-based, there is scope for variation in order to adapt to issues that come up in class, or are of particular interest to students. It is important that you attend all sessions and bring necessary materials to classes (though you can use electronic rather than paper copies if you wish). Full references are in the reading list below. PDFs of all recommended journal articles and case studies are available on Blackboard. We will also spend some time in each class applying the theories and concepts we have encountered to the organisations you are researching for the essay. This will allow you to work with me on questions and challenges that arise.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

<b>Session</b>	<b>Topic</b>	<b>Case/Reading/Activity</b>
<b>1</b>	Introduction to the course; opportunities and challenges of globalisation	Martell (2007)  Class discussion on the implications of globalisation for firms in Peru
<b>2</b>	Varieties of capitalism	Hall and Soskise (2001)
<b>3</b>	Business groups	Schneider (2009)
<b>4</b>	Emerging market multinationals	Cuervo-Cazurra (2008)
<b>5</b>	Emerging market multinationals in advanced markets	Cemex: Globalization "The Cemex Way"  Please also investigate what has happened to Cemex since the case was originally written.
<b>6</b>	Business environments in advanced markets	Class discussion on the implications of the change of government in Peru for the country's political economy and business environment.
<b>7</b>	Corporate governance around the world	La Porta, Lopez-de-Silanes and Schleifer (1999)
<b>8</b>	Corporate governance in advanced markets	Corporate Governance in Three Economies
<b>9</b>	Strategies for analysing and entering advanced markets	Euro Disney
<b>10</b>	Culture, international business and the advanced economies	Debate on Hofstede: Baskerville (2003) and Hofstede (2003)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## Assessment

The course will be assessed through one essay. **This has a word limit of 3,500 words including all references, footnotes/endnotes, appendices, supplementary materials, etc.** There is an opportunity for the best essays to be developed for presentation at an international seminar about Latin America and the Asia Pacific region, which is being launched in October 2015.

In addition to an introduction and conclusion, the essay should consist of two main parts:

1. An analysis of a core international business issue of your choice, based on a **review of academic literature** on this issue. Examples of 'core' issues that you might investigate would be the following:

- Which criteria should companies take into account when choosing which country to expand into?
- How do varieties of capitalism shape business environments?
- What are the strengths and weaknesses of different corporate governance systems?
- What are the factors that account for the strengths and weaknesses of key advanced markets?
- What are the pros and cons of increasing globalisation?

All of these questions are **examples** of questions you may address. If you are uncertain about defining a question, please do not hesitate to talk to me. We will also discuss your choice of question during classes.

2. An **empirical** analysis of the issue that you have chosen to focus on. Again, you are free to choose a context for your analysis:

- A specific company: You may focus on any company of your choice.
- An organization such as the WTO or a trade association
- A country

Regardless of which unit of analysis you choose, make sure that you focus on the specific question you want to address. In other words, you should not just write down everything that is interesting about the company or country. Make sure you use specific qualitative and/or quantitative evidence to support your argument. Do not hesitate to use appropriate analytical tools (e.g., statistical tools, textual analysis, etc.).

## Assessment and Feedback

Your work will be marked and you will be provided with detailed written feedback about your performance and how you could improve future work. The form used for should give you an idea of the criteria that will be used to assess your work.



**Essay**                    **Feedback**                    **Form**

## Critical Issues in Globalisation

### Individual Essay Feedback

Student name:

Title of essay:

### Comments

<b>Structure, style and presentation</b>
<b>Depth of understanding and critical analysis</b>
<b>Quality of research and use of sources</b>
<b>How you could have improved this essay</b>

**Mark:**

**Date:**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## Reading

The following pages contain key readings on the topics covered in the course. Please note that this list is not exhaustive and you should actively seek other literature, for example in academic journals, which can access using library facilities and Google Scholar. You are not expected to read everything below, and it is important to be selective in your reading. PDFs of all journal articles are available on Blackboard.

## Textbooks

Two core textbooks offer useful starting points on many of the issues covered in this module. However, it will be important not to rely on these, but rather to ready more widely.

Griffin, Ricky W. and Pustay, Michael W. (2014) *International Business*. 8<sup>th</sup> edition. Harlow: Pearson.

Hill, Charles W.L. (2014) *International Business*. 10<sup>th</sup> edition. Maidenhead: McGraw Hill.

## Indicative reading by topic

\* = particularly recommended

## Opportunities and Challenges of Globalisation

Hill, Charles W.L. (2014) *International Business*. 10<sup>th</sup> edition. Maidenhead: McGraw Hill. Chapter 1

Bhagwati, J. (2007) *In Defence of Globalisation*. Oxford: Oxford University Press.

\*Florida, R. (2005) 'The World is Spiky: Globalization has Changed the Economic Playing Field, but Hasn't Leveled it', *Atlantic Monthly*, October: 48-51.

Friedman, T. (2005) *The Word is Flat: The Globalized World in the Twenty-First Century*. London: Penguin.

\*Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. and Perraton, J. (1999) *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity Press.

\*Hirst, P., Thompson, G. and Bromley, S. (2009) *Globalization in Question*. 3<sup>rd</sup> Edition. Cambridge: Polity.

Levitt, T. (2003) 'Globalisation of Markets', *Harvard Business Review* 61(3): 92-102

\*Martell, L. (2007) 'The Third Wave of Globalization Theory', *International Studies Review* 9(2): 173-196.

\*Scholte, J.A. (2005) *Globalization: A Critical Introduction*. 2<sup>nd</sup> Edition. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Stiglitz, J. (2002). *Globalisation and its Discontents*. London: Penguin.

Wolf, M. (2002). *Why Globalization Works*. New Haven: Yale University Press.



## Varieties of Capitalism

Boyer, R. (2005) 'How and why capitalisms differ', *Economy and Society* 34(4): 509-557.

\*Hall, P. and Soskice, D. (2001) An Introduction to Varieties of Capitalism in P. Hall, and D. Soskice (eds.) *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. Oxford: Oxford University Press: 1-68.

Hall, P. and Soskice, D. (eds.) (2001) *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. Oxford: Oxford University Press.

Hancke, B., Rhodes, M. and Thatcher, M. (eds.) (2007) *Beyond Varieties of Capitalism: Conflict, Contradiction and Complementarities in the European Economy*. Oxford: Oxford University Press.

Lane, C. and Wood, G.T. (eds.) (2014) *Capitalist Diversity and Diversity Within Capitalism*. London: Routledge.

Morgan, G. (2009) 'Globalization, Multinationals and Institutional Diversity'. *Economy and Society* 39(4): 629-654.

\*Morgan, G. (2011). Comparative Capitalisms: A Framework for the Analysis of Emerging and Developing Economies. *International Studies of Management and Organisation*, 41(1), 12-34.

Morgan, G. and Whitley, R. (eds.) (2014) *Capitalisms & Capitalism in the Twenty-First Century*. Oxford: Oxford University Press.

\*Schneider, B.R. (2009) 'Hierarchical Market Economies and Varieties of Capitalism in Latin America'. *Journal of Latin American Studies* 41(3): 553-575.

\*Schneider, B.R. (2014) *Hierarchical Capitalism in Latin America: Business, Labor and the Challenges of Equitable Development*. Cambridge: Cambridge University Press.

Thelen, K. (2004) *How Institutions Evolve: The Political Economy of Skills in Germany, Britain, the United States, and Japan*. Cambridge: Cambridge University Press.

Thelen, K. (2012) 'Varieties of Capitalism: Trajectories of Liberalization and the New Politics of Social Solidarity'. *Annual Review of Political Science* 15: 137-159.

Whitley, R. (2000) *Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems*. Oxford: Oxford University Press.

Whitley, R. (2007) *Business Systems and Organizational Capabilities: The Institutional Structuring of Competitive Competences*. Oxford: Oxford University Press.

\*Wood, G., Dibben, P., and Ogden, S. (2014) Comparative capitalism without capitalism, and production without workers: The limits and possibilities of contemporary institutional analysis. *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 384-396.



## Business Groups

Almeida, H.V. and Wolfenzon, D. (2006) 'A Theory of Pyramidal Ownership and Business Groups'. *Journal of Finance* 61(6): 2637-2680.

\*Carney, M., Gedajlovic, E.R., Pursey, P.M.A.R., Van Essen, M. and Van Oosterhout, J. (2011) 'Business Group Affiliation, Performance, Context and Strategy: A Meta-Analysis', *Academy of Management Review* 54(3): 437-460.

Colpan, A.M., Hikino, T. and Lincoln, J.R. (eds.) (2010) *The Oxford Handbook of Business Groups*. Oxford: Oxford University Press.

Ghemawat, P. and Khanna, T. (1998) 'The Nature of Diversified Business Groups: A Research Design and Two Case Studies', *Journal of Industrial Economics* 46(1): 35-61.

\*Guillén, M.F. (2000) 'Business Groups in Emerging Economies: A Resource-Based View', *Academy of Management Journal* 43(3): 362-380.

Hoskisson, R.E., Johnson, R.A., Tihanyi, L. and Whit, R.E. (2005) 'Diversified Business Groups and Corporate Refocusing in Emerging Economies', *Journal of Management* 31(6): 941-965.

Khanna, T. and Palepu, K. (2000) 'The Future of Business Groups in Emerging Markets: Long-Run Evidence from Chile', *Academy of Management Journal* 43(3): 268-285.

Khanna, T. and Rivkin, J. (2001) 'Estimating the Performance Effects of Business Groups in Emerging Markets', *Strategic Management Journal* 22: 45-74.

Khanna, T. and Rivkin, J. (2006) 'Interorganizational Ties and Business Group Boundaries: Evidence from an Emerging Economy', *Organization Science* 17(3): 333-352.

Khanna, T. and Yafeh, Y. (2005) 'Business Groups and Risk Sharing Around the World', *Journal of Business* 78(1): 301-340.

Khanna, T. and Yafeh, Y. (2007) 'Business Groups in Emerging Markets: Paragons or Parasites', *Journal of Economic Literature* 45(2): 331-372.

Kock, C.J. and & Guillén, M.F. (2001) 'Strategy and Structure in Developing Countries: Business Groups as an Evolutionary Response to Opportunities for Unrelated Diversification', *Industrial and Corporate Change* 10(1): 77-113

Schneider, B.R. (2008) 'Economic Liberalization and Corporate Governance: The Resilience of Business Groups in Latin America'. *Comparative Politics* 40(4): 379-397.

Schneider, B.R. (2009) 'A Comparative Political Economy of Diversified Business Groups, or How States Organize Big Business'. *Review of International Political Economy* 16(2): 178-201.

\*Schneider, B.R. (2009) 'Hierarchical Market Economies and Varieties of Capitalism in Latin America'. *Journal of Latin American Studies* 41(3): 553-575.

Silva, F., Majluf, N. and Paredes, R.D. (2006) 'Family Ties, Interlocking Directorates and the Performance of Business Groups in Emerging Countries: The Case of Chile', *Journal of Business Research* 59: 315-321.



## Emerging Market Multinationals

Carneiro, J. and Brenes, E.R. (2014) 'Latin American Firms Competing in the Global Economy'. *Journal of Business Research* 67: 831-836.

\*Cuervo-Cazurra, A. (2008) 'The Multinationalization of Developing Country MNEs: The Case of Multilatinas'. *Journal of International Management* 14(2): 138-154.

Cuervo-Cazurra, A. (2015) 'Multilatinas as Sources of New Research Insights: The Learning and Escape Drivers of International Expansion'. *Journal of Business Research* 69: 1963-1972.

Cuervo-Cazurra, A. and Ramamurti, R. (eds.) (2015) *Understanding Multinationals From Emerging Markets*. Cambridge: Cambridge University Press.

Casanova, L. (2010) *Global Latinas*. London: Palgrave Macmillan.

Fleury A. and Fleury, A. (2010) *Brazilian Multinationals*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gammeltoft, P., Pradhan, J.P. and Goldstein, A. (2010) 'Emerging multinationals: Home and Host Country Determinants and Outcomes', *International Journal of Emerging Markets*, 5(3/4): 254-265.

Goldstein. A. (2007) *Multinational Companies from Emerging Economies: Composition, Conceptualization and Direction in the Global Economy*. London: Palgrave Macmillan.

Grosse, R. and Mesquita, L.F. (eds.) (2007) *Can Latin American Firms Compete?* Oxford: Oxford University Press.

Khanna, T. and Palepu, K. (2006) 'Emerging Giants: Building World-Class Companies in Developing Countries', *Harvard Business Review* October: 60-69.

Luo, Y and Wang, S.L. (2012) 'Foreign Direct Investment by Developing Country Multinationals: A Diagnostic Model for Home Country Effects', *Global Strategy Journal*, 2: 244-261.

\*Ramamurti R. and Singh, J.V. (eds.) (2009) *Emerging Multinationals in Emerging Markets*. Cambridge: Cambridge University Press.

\*Ramamurti, R. (2004) 'Developing Countries and MNEs: Extending and Enriching the Research Agenda', *Journal of International Business Studies*, 35: 277-283.

Ramamurti, R. (2012) 'Competing with emerging market multinationals', *Business Horizons*, 55: 241-249.

Ramamurti, R. (2012) 'What is Really Different About Emerging Market Multinationals?', *Global Strategy Journal*, 2: 41-47.

\*Santiso, J. (2013) *The Decade of the Multilatinas*. Cambridge: Cambridge University Press.

Williamson, P.J., Ramamurti, R. Fleury A. and Fleury, M.T. (2013) *The Competitive Advantage of Emerging Market Multinationals*. Cambridge: Cambridge University Press.



## Business Environments

For this topic, it will be especially important to read about current political, economic and international issues, especially in the major developed and advanced economies. The electronic resources on page 14 should provide some useful starting points. The reading suggestions below will allow you to explore some of the larger themes that you need to consider when reading about current events.

Griffin, Ricky W. and Pustay, Michael W. (2014) *International Business*. 8<sup>th</sup> edition. Harlow: Pearson. Chapter 3

Hill, Charles W.L. (2014) *International Business*. 10<sup>th</sup> edition. Maidenhead: McGraw Hill. Chapters 2 and 3

Busse, M. and Hefeker, C. (2007) 'Political Risk, Institutions and Foreign Direct Investment', *European Journal of Political Economy*, 23(2): 397-415.

Cairns, G., Sliwa, M., and Wright, G. (2010) 'Problematizing International Business Futures Through a Critical Scenario Method', *Futures*, 42: 971-979.

\*Daude, C. and Stein, E. (2007) The Quality of Institutions and Foreign Direct Investment', *Economy & Politics*, 19(3): 191-205.

Dicken, P. (2015) *Global Shift*. 7<sup>th</sup> Edition. London: Sage.

\*Dunning, J. (ed.) (1997). *Governments, Globalization and International Business*. Oxford: Oxford University Press.

Dunning, J. (1998) 'An Overview of Relations with National Governments', *New Political Economy*, 3(2): 280-284.

Gourevitch, P.A. and Shinn, J. (2005) *Political Power & Corporate Control*. Princeton: Princeton University Press.

\*Hughes, O.E. and O'Neill, D. (2008) *Business, Government & Globalization*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

\*Morgan, G., Kristensen, P.H. and Whitey, R. (eds.) (2001) *The Multinational Firm: Organizing Across Institutional and National Divides*. Oxford: Oxford University Press.

O'Neill, J. (2013) *The Growth Map: Economic Opportunities in the BRICs and Beyond*. London: Portfolio Penguin.

Sharma, R. (2013) *Breakout Nations: In Pursuit of the Next Economic Miracles*, London: Penguin.



## Corporate Governance

Aguilera, R.V. and Jackson, G. (2003) 'The Cross-National Diversity of Corporate Governance: Dimensions and Determinants', *Academy of Management Review* 28(3): 447-465.

\*Aguilera, R.V. and Jackson, G. (2010) 'Comparative and International Corporate Governance', *Academy of Management Annals* 4(1): 485-556.

Barca, F. and Becht, M. (eds) (2001) *The Control of Corporate Europe*. Oxford: Oxford University Press.

Chong, A. and Lopez-de-Silanes, F. (2007) *Corporate Governance in Latin America*, Inter-American Development Bank Research Department Working Paper #591.

\*La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F. and Shleifer, A. (1999) 'Corporate Ownership Around the World', *The Journal of Finance* 54(2): 471-517.

La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. and Vishny. R. (2000) 'Investor Protection and Corporate Governance', *Journal of Financial Economics* 58: 3-27.

MacAvoy, P.W. and Millstein, I.M. (2004) *The Recurrent Crisis in Corporate Governance*. Stanford: Stanford Business Books.

Monks, R. A. G. and Minow (2011) *Corporate Governance*. 5<sup>th</sup> edition. Chichester: John Wiley and Sons Ltd.

\*Nordberg, D. (2011) *Corporate Governance*. London: Sage.

Roe, M.J. (2003) *The Political Determinants of Corporate Governance*. Oxford: Oxford University Press.

\*Schneider, B.R. (2008) 'Economic Liberalization and Corporate Governance: The Resilience of Business Groups in Latin America'. *Comparative Politics* 40(4): 379-397.

Smith, R.C. and Walter, I. (2006) *Governing the Modern Corporation. Capital Markets, Corporate Control, and Economic Performance*. Oxford: Oxford University Press.

Stout, L. (2012) *The Shareholder Value Myth: How Putting Shareholders First Harms Investors, Corporations and the Public*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## Strategies for Analysing and Entering Foreign Markets

Griffin, Ricky W. and Pustay, Michael W. (2014) *International Business*. 8<sup>th</sup> edition. Harlow: Pearson. Chapters 12 and 13

Hill, Charles W.L. (2014) *International Business*. 10<sup>th</sup> edition. Maidenhead: McGraw Hill. Chapter 15

Ansan, M. and Musteen, M. (2011) 'Multinational enterprises' entry mode strategies and uncertainty: A review and extension', *International Journal of Management Reviews*, 13: 376-392.

Bartlett, C. and Ghoshal, S. (1986) Tap Your Subsidiaries for Global Reach. *Harvard Business Review*, 64(6): 87-94.

\*Buckley, P.J. and Casson, M.C. (1998) 'Analyzing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internationalization Approach', *Journal of International Business Studies*, 29(3): 539-561.

Dunning, J.H. (1988) 'The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions', *Journal of International Business Studies*, 19(1): 1-31.

Dunning, J.H. (1995) 'Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism', *Journal of International Business Studies*, 3<sup>rd</sup> quarter: 461-491.

\*Dunning, J.H. (2001) 'The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future', *International Journal of the Economics of Business*, 8(2): 173-190.

Dyer, J.H., Kale, P. and Singh, H. (2001) 'How to Make Strategic Alliances Work', *California Management Review*, 42(4): 37-43.

\*Kogut, B. and Singh, H. (1988) 'The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode', *Journal of International Business Studies*, 19(3): 411-432.

Koka, B. and Prescott, J. (2002) 'Strategic Alliances as Social Capital: A Multidimensional View', *Strategic Management Journal*, 22(9): 795-816.

Luo, P. (2001) 'Determinants of Entry in an Emerging Economy', *Journal of Management Studies*, 38(3): 443-472.

Madhok, A. (1997) 'Cost, Value, and Market Entry Mode: The Transaction and the Firm', *Strategic Management Journal*, 18(1): 39-61.

\*Root, F.R. (1987) *Entry Strategies for International Markets*. Lexington: D.C. Heath.



## Culture in International Business

Griffin, Ricky W. and Pustay, Michael W. (2014) *International Business*. 8<sup>th</sup> edition. Harlow: Pearson.  
Chapter 4

Hill, Charles W.L. (2014) *International Business*. 10<sup>th</sup> edition. Maidenhead: McGraw Hill. Chapter 4

Ailon, G. (2008) 'Mirror, Mirror on the Wall: *Culture's Consequences* in a Value Test of its Own Design', *Academy of Management Review*, 33(4): 885-904.

\*Baskerville, R.F. (2003) 'Hofstede Never Studied Culture', *Accounting, Organizations and Society*, 28: 1-14.

Brouthers, K. and Brouthers, L. (2001) 'Explaining the National Cultural Distance Paradox', *Journal of International Business Studies*, 32(1): 177-189.

Hofstede, G. (1983) 'The Cultural Relativity of Organisational Practices and Theories', *Journal of International Business Studies*, 14(2): 75-89.

\*Hofstede, G. (1984) *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverley Hills: Sage Publications.

Hofstede, G. (1997) *Culture and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.

\*Hofstede, G. (2003) 'What is Culture? A Reply to Baskerville', *Accounting, Organizations and Society*, 28: 811-813.

Kogut, B. and Singh, H. (1988) 'The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode', *Journal of International Business Studies*, 19(3): 411-432.

Merkin, R.S. (2006) 'Uncertainty Avoidance and Facework: A Test of the Hofstede model', *International Journal of Intercultural relations*, 30: 213-228.

Triandis, H. (2004) 'The Many Dimensions of Culture', *Academy of Management Executive*, 18(1): 88-94.

Trompenaars, F. and Hampden-Turner, C. (1997) *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. 2nd edition. London: Nicholas Brealey.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## Electronic resources

You are encouraged to make full use of the many online resources that are available on these issues. These are an invaluable source both of up to date information and business intelligence.

Key sources are likely to include:

- The Economist – [www.economist.com](http://www.economist.com)
- Financial Times – [www.ft.com](http://www.ft.com)
- BBC News – [www.bbc.co.uk/news](http://www.bbc.co.uk/news)
- Google News – <http://news.google.com/news>
- BBC Mundo – [www.bbc.co.uk/mundo](http://www.bbc.co.uk/mundo)
- Infolatam – [www.infolatam.com](http://www.infolatam.com)
- Gestión – <http://gestion.pe>
- El Comercio – <http://elcomercio.pe>
- Proinversión – [www.proinversion.gob.pe](http://www.proinversion.gob.pe)

## About the Instructor

Dr Neil Pyper is Associate Head of School – Enterprise and Commercial in the School of Strategy and Leadership at Coventry University in the UK. He joined Coventry University after spending two years at the University of Liverpool Management School. His research interests focus on the internationalisation of Latin American multinationals; and strategic foresight and how strategists deal with uncertain external environments. He has published articles on forward looking analysis in a number of academic journals. His teaching interests cover international business and strategy, and he also delivers professional skills training.

Before pursuing an academic career, Neil spent over eleven years as a country analyst and consultant, nine of these at Oxford Analytica, a leading provider of country intelligence that draws on an extensive network of leading academics. In this role he advised multinational companies and governments on the business environment and political economy in key Latin American countries, including Peru and Mexico. He continues to write regularly on Latin American Affairs for a number of consultancies, including the Economist Intelligence Unit and Oxford Analytica.

Neil holds a PhD from the University of Liverpool, which focused on issues of identity in institutional contexts in Arequipa. He also holds degrees from the University of Liverpool and the Open University and is a Senior Fellow of the Higher Education Academy, which is the UK national body for enhancing learning and teaching in higher education.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SÍLABO

Nombre del curso: Teología

Código: 123108

Departamento académico: Humanidades

Semestre académico: 2015-2

Sección y profesor: secciones A y C, profesor Miguel Ángel Espinoza Soria; sección B, profesor Tomás Salazar Steiger; secciones D, E y H, profesora Paola Corrente; sección F, profesor José Piedra; sección G, profesor Bruno Príncipe Cotos

### I. Sumilla

El curso de Teología busca presentar al alumno, de una manera “científica” (es decir, clara, crítica, analítica, ordenada y sistematizada), los aspectos más importantes de la cosmovisión religiosa y de la cristiana en particular, así como sus repercusiones éticas y prácticas en la vida cotidiana y en las tensiones del mundo actual.

### II. Resultado de aprendizaje del curso

El alumno ha logrado un conocimiento claro y crítico de la religiosidad humana, con énfasis en las actuales formas religiosas, así como sus efectos en el actual momento histórico mundial, tanto político como económico.

### III. Competencias que desarrolla

#### a. General

El alumno compara, analiza y sintetiza los rasgos más importantes de las principales religiones del mundo, a partir de las respuestas a las preguntas fundamentales del ser humano.

#### b. Específicas

El alumno es capaz de:

- Evaluar los aportes positivos de las religiones a la humanidad y para el análisis en la toma de decisiones en general y en los negocios.
- Analizar, desde su perspectiva, diversos rasgos religiosos difíciles de comprender.
- Profundizar su experiencia religiosa desde la apertura a otras experiencias religiosas.

### IV. Contenidos

#### Unidad didáctica 1: Introducción, ¿Qué es la teología?

1.1. Diversos niveles del conocimiento humano, de la fe humana y religiosa.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- 1.2. La teología como inteligencia de la fe y como reflexión crítica de la realidad.
- 1.3. Sentido de un curso de teología en la formación integral universitaria.
- 1.4. Repercusiones de la teología en el ámbito personal y en las decisiones políticas, económicas, sociales, etc.

## **Unidad didáctica 2. El ser humano y sus preguntas fundamentales**

- 2.1. El ser humano se hace preguntas por sí mismo, por el mundo, por Dios (tres problemas generales: ¿De dónde venimos? ¿Cómo vivir juntos sin hacernos daño? ¿A dónde vamos? Es decir, problema de la vida, de la convivencia y de la muerte).
- 2.2. Posibles respuestas desde el ámbito religioso.
- 2.3. Posibles respuestas del ámbito ateo, agnóstico.
- 2.4. Evoluciones de la religión: intimismo religioso, religiones “a la carta”, sinccretismo religioso.

## **Unidad didáctica 3. Las grandes religiones del mundo**

### **3.1. Clasificar las religiones**

- 3.2. **Estudiar la religión:** perfil histórico; fuentes; principios y prácticas fundamentales (por ejemplo, el concepto de divinidad, de hombre, de salvación. Las escuelas de pensamiento/Las diferentes ramas)
  - 3.2.1 El mundo antiguo. Las religiones politeístas: Oriente Próximo, Mesopotamia y Egipto. Los indoeuropeos. Grecia y Roma. Las civilizaciones precolombinas.
  - 3.2.2 Las religiones de origen indio: hinduismo y budismo.
  - 3.2.3 Las religiones monoteístas: judaísmo, cristianismo, islam.

## **Unidad didáctica 4: Pluralismo y diálogo religioso**

- 4.1. Del choque de las civilizaciones al diálogo entre religiones.
- 4.2. Tareas y desafíos de las religiones en un mundo global, plural.

## **Unidad didáctica 5: Religión y economía**

Aspectos generales y perfil histórico

La economía según la religión: los casos del budismo, hinduismo, judaísmo, cristianismo e islam.

## **V. Estrategias didácticas**

- Aplicaciones de los contenidos conceptuales en el análisis de hechos concretos de actualidad planteados por el profesor.
- Lectura previa del material asignado.
- Participación en la discusión grupal.
- Elaboración de ensayos o controles de lectura.
- Análisis de textos sagrados de las diferentes religiones.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Exposiciones grupales.

## VI. Evaluación

<b>Instrumento</b>	<b>Criterio de evaluación</b>	<b>Ponderación</b>
Dos ensayos o controles	Elaborado por cada profesor.	20%
Exposición grupal	Presentación y análisis de rasgos fundamentales de una religión o de un tema del sílabo.	10%
Examen parcial	Elaborado por cada profesor.	25%
Examen final	Elaborado por cada profesor.	35%
Asistencia y participación	Cantidad y relevancia de la participación (según las lecturas indicadas); porcentaje de asistencia.	10%
Examen parcial: 25% Examen final: 35% Promedio de trabajos: 40%		100%

<b>CRITERIOS GENERALES</b>	<b>INSTRUMENTO</b>				
	<b>Asistencia y participación en clase</b>	<b>Dos ensayos o controles de lectura</b>	<b>Una exposición grupal en clase</b>	<b>Examen parcial (escrito)</b>	<b>Examen final (escrito)</b>
Manejo conceptual.		+	+	+	+
Buena redacción y ortografía.		+	+	+	+
Capacidad de análisis y síntesis para cruzar información en general y de los textos leídos.		+	+	+	+
Pertinencia, diálogo, respeto en la participación en clase.	+				
Capacidad para fundamentar puntos de vista.	+	+	+	+	+
Capacidad para pensar, reflexionar críticamente.	+		+	+	+
Capacidad para relacionar lo estudiado con la propia vida.	+	+	+	+	+
	<b>10%</b>	<b>20%</b>	<b>10%</b>	<b>25%</b>	<b>35 %</b>
<b>NOTA FINAL DEL CURSO (100%)</b>	<b>NOTA DE TRABAJO (40%)</b>			<b>EX. PARC. (25%)</b>	<b>EX. FINAL (35%)</b>



## VII. Referencia bibliográfica básica

- Benedicto XVI. Discurso en Ratisbona.
- Benedicto XVI. Jesús de Nazaret. Planeta, Madrid, 2007.
- Bentué, Antonio. La opción creyente. Sígueme, Salamanca, 1986.
- Busto, José Ramón. Cristología para empezar. Sal Terrae, Santander, 1991.
- Concilio Vaticano II. *Nostra aetate*.
- Concilio Vaticano II. *Dei verbum*.
- Coward, Harold. Una introducción al pluralismo en las religiones del mundo. Océano, México, 2002.
- Dalai Lama. El poder de la compasión. Longseller, Buenos Aires, 2004.
- De la Trinidad, Ramón. La revelación en el islam y en el cristianismo. Estudio desde la perspectiva de la teología fundamental. Cauriensia, Vol, IV (2009).
- Díaz, Manuel. Ustedes todos son hermanos. CEP, Lima, 2005.
- Espejo, Ricardo. Teología. Un viaje por la fe humana. Universidad del Pacífico, Lima, 2007.
- Eliade, Mircea: Historia de las creencias y de las ideas religiosas, vols. I-IV, Cristiandad, Madrid, 1978-1980.
- Fromm, Erich. Ética y psicoanálisis. Fondo de Cultura Económica, México, 1986.
- Galindo, Emilio. ¿Y si el islam fuera otra cosa? Conferencia.
- Gillman, Neil. Fragmentos sagrados. Recuperando la teología para el judío moderno. Lilmód, Buenos Aires, 2008.
- González-Carvajal, Luis. Creemos en un solo Dios. Sal Terrae, Santander, 1997.
- Guerra, Manuel. Historia de las religiones. BAC, Madrid, 2006.
- Gutiérrez, Gustavo. Teología de la liberación. Perspectivas. CEP, Lima, 1988.
- Kehl, Medard. Y después del fin, ¿qué? DDB, Bilbao, 2003.
- Idígoras, José Luis. La religión. Centro de Proyección Cristiana, 1986.
- Huntington, Samuel. ¿Choque de civilizaciones? Universidad de Harvard, 1993.
- Kasper, Walter. Jesús, el Cristo. Sígueme, Salamanca, 1982.
- Kassis, Hanna, en Coward Harold (ed.). Los escritos sagrados en las religiones del mundo, Desclée de Brouwer, Bilbao, 2006.
- Küng, Hung. En busca de nuestras huellas. La dimensión espiritual de las religiones del mundo. Debate, Barcelona, 2004.
- Marzal, Manuel. De los viejos ateísmos a los agnosticismos postmodernos. Revista anthropologica, PUC, año XVIII, N° 18 (2000).



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Marzal, Manuel. *Tierra encantada*. Trota, Madrid, 2002.
- Molloni, Javier. *Los ciegos y el elefante. El diálogo interreligioso*. Cristianisme i Justicia, 97.
- Panikkar, Raimon. *La experiencia filosófica de la India*, RBA, Barcelona, 2002.
- Poupard, Paul. (dir.): *Diccionario de las Religiones*. Herder, Barcelona, 1987.
- SAMUEL, Albert. *Para comprender las Religiones en nuestro tiempo*. Verbo Divino, Estella, 1998.
- Santuc, Vicente. *Postcristianismo*, AUSJAL, N°25, año 2007.
- Ska, Jean Louis. *Los enigmas del pasado*. Verbo Divino, Madrid, 2003.
- Smith, Huston. *Las religiones del mundo*. Kairós, Barcelona, 2002, 3<sup>a</sup>ed.
- Vives, Josep. *Dioses para no creer*. Sal Terrae, 5 (1991). Vásquez Borau, José Luis. *Las Religiones del Libro*, San Pablo, Madrid, 2002.
- Vásquez Borau, José Luis. *El hecho religioso*. San Pablo, Madrid 2003.
- Weiser, Alfons. *¿A qué le llama milagro la Biblia?* Paulinas, Madrid, 1975.

**Se trabajará con los siguientes textos religiosos:**

- Biblia de Jerusalén. Desclée de Brouwer, Bilbao, 1975.
- El Bhagavad-Gita. The bhaktivedanta book trust, Los Angeles, 1978
- Himnos Védicos. RBA, Barcelona, 2002.
- El Corán. Plaza y Janes, Barcelona, 1998.

**VIII. Cronograma (según la sección).**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



**Academic Department of  
Business Administration**

**SYLLABUS**

---

**Course:**

***Cross-Cultural  
Management***

---

**Professor:**

***Bernard Meunier***

---

**August - December 2015**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## SYLLABUS

**Course:** Cross-cultural Management  
**Code:**  
**Academic Department:** Business Administration  
**Prerequisite(s):**  
**Academic semester:** 2015-2

**Sections and teachers:**

Section A : Prof. Bernard Meunier e-mail: B.Meunier@up.edu.pe

### I. Summary

In general, the course aims to develop an understanding of how cultural factors can influence management decision-making, develop skills in identifying when culture is an influence in any one event (and when not) and in responding appropriately when culture is an influence. The course examines a range of business environments which influence management decision-making and, in particular, examines factors associated with culture. Comparative models of culture are introduced and their values to managers discussed. The body of the course examines how culture influences the design and implementation of a range of management systems, and discusses the problems faced by organizations working together when these internal systems reflect different cultural values. Some topics are: Culture and Communication, Dimensions of Culture (Edward Hall, Geert Hofstede, Trompenaars, Wrap up) Managing the Interface of Cultures, Marketing Across Cultures , Dining Etiquette, Cross cultural (Communication, negotiations, Time Orientation) Ethics in a Cross-Cultural Context.

### II. Student competencies profile

**• Management and productivity**

The graduate will be able to organize, coordinate and implement effectively the resources and tasks available to achieve the goals and priorities defined previously by promoting the engagement and participation of those working with him. The graduate will be able to transform the knowledge, skills and resources into useful elements to generate practical solutions, seeking to raise standards and exceed expectations going beyond specific tasks and functions.

**• Teamwork**

The graduate will be able to actively participate in the process of achieving a common goal, committing to it and taking mutual responsibility for results. The graduate recognizes that people skills are complementary and he(she) trust in dialogue, flexibility and respect as pillars of success in the work achieved.





### • Flexibility and openness to change

The graduate will be able to adapt his(her) thoughts, emotions and behaviors to a changing environment, responding proactively to new demands. The graduate will be able to promote and receive critical and innovative contributions to build new and better scenarios, assuming enthusiastically the challenge and the possibility of improvement

## III. Learning goals and objectives

- 1) Our graduates will be effective and efficient managers in a global environment
- 2) Our students will demonstrate their ability to work in multicultural situations. (Cases, simulators, role play and others.)

## IV. Learning outcomes

- 1) To recognize the importance of cultural differences and specificities in the company strategy design, management and implementation
- 2) To be able to interact in different cultural environments

## V. Contents

### Didactic unit I: Culture and Management

- 1) Determinants of culture
- 2) Dimensions of culture in business
- 3) Business cultures in the Western World
- 4) Business culture in Asia, Africa and Middle East
- 5) Cultural dimensions and dilemmas
- 6) Culture and styles of management

### Didactic unit II: Culture and Organizations

- 1) Culture and corporate structures
- 2) Culture and leadership
- 3) Culture and corporate strategy
- 4) Cultural change in organizations
- 5) Culture and international marketing management
- 6) Cultural diversity in organizations

### Didactic unit III: Culture and Communication

- 1) Business communication across cultures
- 2) Barriers to intercultural communication
- 3) Negotiating internationally



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



- 4) Working with international teams
- 5) Conflicts and cultural differences
- 6) Developing intercultural communicative competence

## VI. Didactic strategies

The course has been designed with a highly participatory approach involving case studies, collaborative work and close to the reality of the management in a cross-cultural business international environment. Together with the dynamic practices already mentioned, the theoretical development will be presented by the professor with different materials (video presentation, internet resources, etc.) and eventually guest speakers. The theoretical development must be accompanied by questions and opinions of the student and generated in a context benefiting the dialogue and constructive discussion.

The participation will be carried out through the following actions:

- Readings of bibliography material previous to the corresponding class session
- Class participation in each session
- Group presentations
- Case studies
- Group papers and/or discussions inside and outside the class
- Questions during Guests presentations

## VII. Assessment system

The assessment system uses the following criteria:

1. Conceptual domain
2. Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts.
3. Ability to research.
4. Ability to make decisions
5. Ability to identify and develop strategies and evaluate management practices in an international environment

**Assessment Tools:** The following table shows the nature of the assessment tools to be used throughout the course (individual and group) as well as their weighting. The weight of individual evaluations is 62.5% v.s. 37.5% for the group evaluations.

Assessment tools			Criteria	Weight
Continuous Assessment	Reading Exams (03) (I)	25 %	Conceptual domain	50%
	Case studies, panels participation, in-class activities (G)	40 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Ability to identify and develop strategies and evaluate management practices at the international level	
	Final Work: Essay	35 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



	(G)		theories and concepts Research ability	
Partial Exam (I)			Conceptual domain, decision making ability	20%
Final Exam (I )			Conceptual domain, ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts, decision making ability	30%

(I) = Individual

(G) = Group

<b>Individual assessment</b>	Reading Exams	12.50 %	62.5 %
	Partial Exam	20.00 %	
	Final Exam	30 %	
<b>Group assessment</b>	Case studies, panels participation, in- class activities	20 %	37.50 %
	Final Work: Essay	17.5 %	

IE: Individual Evaluation / GE: Group Evaluation

#### **Evaluations:**

Any failure to attend an assessment (readings exam or case studies) must be justified to the professor. If this happens we will proceed as follows: the last week of courses a single test that will include every material and concepts seen since the start of the course is taken, the grade obtained will replace the grade of the assessment the student was unable to attend. The grades from in-class participation and group activities will not be recovered.

#### **Participation:**

The first minutes of each class will be used to validate that students actually have read the materials assigned as mandatory to attend the corresponding class session. For this, the teacher will randomly choose a group of students who must respond individually to a question about the text assigned to the class session. The answers will be graded with a score ranging from 0 to 2.5 points. During the semester each student will have five chances to respond. The score for each participation will be summed up, thus obtaining the participation grade. The participation grade cannot be recovered

#### **Presence and punctuality:**

- Once lapsed the first 10 minutes of class, students will not be allowed to enter it.
- If a student arrives to the class after the checklist but before the 10 minute window for entering the classroom, the student must approach the teacher for recording his delay.
- The maximum percentage of absences allowed is 30% of the classes.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



## VIII. Bibliography

The indicated bibliography is a MUST and can be found at the Library.

As a reminder, it is mandatory to check the **Black Board (BB)** where the relevant readings for each session are uploaded.

L1: Thomas, D. C., & Thomas, D. C. (2008). Cross-cultural management: Essential concepts. Los Angeles: Sage Publications.

[http://www.amazon.com/Cross-Cultural-Management-Essential-David-Thomas/dp/1412939569/ref=sr\\_1\\_fkmr0\\_1?ie=UTF8&qid=1439917605&sr=8-1-fkmr0&keywords=Thomas%2C+Cross-cultural+management%3A+Essential+concepts.+Los+Angeles%3A+Sage+Publications](http://www.amazon.com/Cross-Cultural-Management-Essential-David-Thomas/dp/1412939569/ref=sr_1_fkmr0_1?ie=UTF8&qid=1439917605&sr=8-1-fkmr0&keywords=Thomas%2C+Cross-cultural+management%3A+Essential+concepts.+Los+Angeles%3A+Sage+Publications).

<https://books.google.com.pe/books?id=mDoXBAAQBAJ&lpg=PR4&dq=Cross-cultural%20management%3A%20Essential%20concepts%20Sage%20Publications&pg=PR6#v=onepage&q=Cross-cultural%20management:%20Essential%20concepts%20Sage%20Publications&f=false>

L2: Neuliep, James W (2011). Intercultural Communication: A Contextual Approach: Sage Publications.

[https://books.google.com.pe/books?id=mc0gAQAAQBAJ&lpg=PP1&dq=Neuliep%2C%20James%20W%20\(2011\).%20Intercultural%20Communication%3A%20A%20Contextual%20Approach%3A%20Sage%20Publications.&pg=PP1#v=onepage&q=Neuliep,%20James%20W%20\(2011\).%20Intercultural%20Communication:%20A%20Contextual%20Approach:%20Sage%20Publications.&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=mc0gAQAAQBAJ&lpg=PP1&dq=Neuliep%2C%20James%20W%20(2011).%20Intercultural%20Communication%3A%20A%20Contextual%20Approach%3A%20Sage%20Publications.&pg=PP1#v=onepage&q=Neuliep,%20James%20W%20(2011).%20Intercultural%20Communication:%20A%20Contextual%20Approach:%20Sage%20Publications.&f=false)

L3: Grande Ildefonso (2004). Marketing cross-cultural. Pozuelo de Alarcón (Madrid): ESIC

<https://books.google.com.pe/books?id=0fD5yOsVvP8C&lpg=PP1&dq=marketing%20crosscultural%20ildefonso%20grande&pg=PA6#v=onepage&q=marketing%20crosscultural%20ildefonso%20grande&f=false>

## DIGITAL REFERENCES

<http://www.intercultures.ca/cil-cai/countryinsights-apercuspays-eng.asp>

<http://www.cyborlink.com/besite/hofstede.htm>  
<http://geert-hofstede.com/countries.html>  
<http://www.geerthofstede.com/>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtwv 2L0=



[www.traderscity.com](http://www.traderscity.com)  
[www.executiveplanet.com](http://www.executiveplanet.com)

<http://www.kwintessential.co.uk/resources/country-profiles.html>

<http://businessculture.org/>

<http://edition.cnn.com/2007/TRAVEL/06/11/international.etiquette/>

<http://www.export.gov/>

<http://www.international-business-center.com/>  
[http://international-business-center.com/international\\_business\\_gifts\\_greetings.html](http://international-business-center.com/international_business_gifts_greetings.html)

<http://www.intercultural-academy.net/>  
<http://www.elsevier.com/journals/international-journal-of-intercultural-relations/0147-1767#description>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX. Chronogram

4 groups

Date	Session	Didactic Units	Contents	Activities	Materials / Mandatory bibliography	Deliverables
18-Aug	1	<b>Course Introduction</b>	Introduction	Class presentation	. L1 - PART1 - CHAP1 - p3 to p16 . L1 - PART1 - CHAP2 - p27 to p46 . L3 - CHAP.1 - p13 to p44	
22-Aug	2	<b>Culture and Management</b>	Definition and Determinants of culture	Lecture	. L2 CHAP 2 . Hofstede G, 1993, Cultural constraints in management theories, Academy of Management Executive, 7_1_, pages 81-94 . L3 - CHAP.1 - p47 to p109	
25-Aug	3	Culture and Management	Dimensions and dilemmas of culture in business	Lecture Activity in class	. Robert H, et al, 2002, Understanding cultures and implicit leadership theories across the globe an introduction to project Globe . Mansour J, et al, 2001, Cultural Acumen for the Global Manager Lessons from Project GLOBE . L1 - PART1 - CHAP3 - p47 to p69	
29-Aug	4	Culture and Management	Dimensions and dilemmas of culture in business	Lecture	. Comparison_Hall_Hofstede_Trompenaars	
1-Sep	5	Culture and Management	Dimensions and dilemmas of culture in	Lecture Activity in class	. L1 - PART1 - CHAP4 - p71 to p89	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

			business				
5-Sep	6	Culture and Management	Dimensions and dilemmas of culture in business	Lecture	. SPONY G, 2002, Centre for Research on the SPM_UK, introduction to SPM intercultural model		
8-Sep	7	Culture and Management	Business cultures in the Western World	Panel 1	<b>L4 - PART1 - CHAP3 - p46 to p66</b>	Questions preparation	
12-Sep	8	Culture and Management	Business culture in Asia, Africa and Middle East	Panel 2	<b>L4 - PART1 - CHAP4 - p74 to p94</b>	Questions preparation	
15-Sep	9	Culture and Management	Business culture in Asia, Africa and Middle East	Panel 3		Questions preparation	
19-Sep	10	Culture and Management	Culture and Management Wrap up	Groupal in class Activity	<b>L4 - PART1 - CHAP5 p99 to 111 and CHAP6 p114 to 129</b>	Results of the activity	
22-Sep	11	Culture and Organizations	Culture and Management Reading exam	Reading exam 1			
26-Sep	12	Culture and Organizations	Culture and corporate strategy	Case 1	. Almodovar Paloma, Rodriguez Oscar, 2008, La distancia cultural en la internacionalizacion . Chee W, et al, 1991, Effects of Management control and culture on manufacturing		
29-Sep	13	Culture and Organizations	Culture and corporate strategy	Case 1		Case preparation Groups presentation	
3-Oct	14	Culture and Organizations	Culture and corporate structures	Lecture	<b>L1 - PART 3 - CHAP 9 p191 to p215</b>		
<b>05/10 - 12/10</b>		<b>MID-TERM EXAMS</b>					



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

13-Oct	15	Culture and Organizations	Culture and leadership	Lecture	. L1 - PART 3 - CHAP 5 p93 to p116 - CHAP7 p145 to 165 . Northouse P, 2010, Leadership Theory and Practice, 5th ed, Sage, CHAP 2 - p15 to 27	
17-Oct	16	Culture and Organizations	Culture and styles of management	Groupal in class activity	<b>L2 - CHAP 11</b>	Results of the activity
20-Oct	17	Culture and Organizations	Culture and international marketing management	Lecture	<b>L3 - CHAP.2</b>	
24-Oct	18	Culture and Organizations	Culture and international marketing management	Panel 4	Lesher R, et al, 2012, Integrating Cross-Cultural Marketing Research	
27-Oct	19	Culture and Organizations	Culture and international marketing management	Lecture	<b>L3 - CHAP.3 -</b>	Question preparation
31-Oct	20	Culture and Organizations	Culture and Organizations Wrap up	Case 2		Case preparation and presentation
3-Nov	21	Culture and Communication	Business communication across cultures	Reading exam 2 Lecture	. Geddie T, 1999, Moving Communication Across Cultures, Communication World, April_May 1999 . L2 - CHAP 7 and CHAP8	
7-Nov	22	Culture and Communication	Business communication across cultures	Lecture	<b>L2 - CHAP 10</b>	
10-Nov	23	Culture and Communication	Business communication across cultures	Case 3		Case preparation and presentation
14-Nov	24	Culture and Communication	Negotiating internationally	Lecture	. Bird A, et al, 2003, Integrating Twelve Dimensions of Negotiating Behavior and Hofstede Work-Related . L1 - PART2 - CHAP6 - p117 to p144	
17-Nov	25	Culture and Communication	Negotiating internationally	Groupal class activity		Results of the activity



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



21-Nov	26	Culture and Communication	Working with international teams	Lecture	. L1 - PART3 - CHAP8 - p169 to p190	
24-Nov	27	Culture and Communication	Working with international teams	Reading exam 3 Lecture	. Jarvenpaa, S. L.; Knoll, K. ; Leidner, D. E. (1998) Is Anybody Out There? Antecedents of Trust in Global Virtual Teams, Journal of Management Information Systems, Spring, Vol. 14, No. 4, pages 29-64 . Bell, B. and Kozlowski, S. W. (2002) A Typology of Virtual Teams, Implications for Effective Leadership, Group & Organization Management, Vol. 27, No. 1, March, pages 14-49	
28-Nov	28	Culture and Communication	Culture and Communication	Course Wrap up	. L2 - CHAP 12 . L4 - PART 3 - CHAP 18 - p364 to p377	
<b>30/11 – 05/12</b>		<b>FINAL EXAMS</b>				



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=



## X. Professor background

Bernard Meunier is an MBA graduate from EM Lyon business School (France) and IE Business School (Spain) with a bachelor degree in Business Administration from Ecole Supérieure de Commerce de Compiègne (France).

He has more than 15 years of international experience in multinational companies in marketing, sales and business development management positions and has worked in countries like Peru, France, Spain, the USA, or Vietnam.

He has lead the strategic planning and new business development of Valrhona worldwide. He has also lead and established the sales action plans from marketing, trade marketing and category management planning to negotiation in multinationals like Unilever, Beierdorf (Nivea) or Henkel.

E-mail: [B.Meunier@edu.up.pe](mailto:B.Meunier@edu.up.pe)

<https://pe.linkedin.com/in/bernardmeunier>

Nombre y Firma del Coordinador del Curso:	Nombre y Firma del Jefe de Departamento:
Oscar Malca	
Fecha: 14/08/2015	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## Departamento Académico de Administración

# SILABO

---

**Curso:**

***Gestión Estratégica de la  
Responsabilidad Social***

---

**Profesor:**

***Maria Matilde Schwab***

---

**Agosto – Diciembre 2015**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Gestión Estratégica de la Responsabilidad Social  
**Código:** 40743  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Gerencia  
**Semestre académico:** 2015-2

**Secciones y docentes:**

Sección D: Prof. María Matilde Schwab e-mail: [schwalb\\_mm@up.edu.pe](mailto:schwalb_mm@up.edu.pe)

**Secretaría Académica:** Ruth Madariaga, Pabellón H, anexo 2528.

### I. Sumilla

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha pasado de ser una actividad asociada a la filantropía a ser un elemento central de la estrategia empresarial. El curso se alinea con esta visión y promueve en los alumnos una actitud proactiva hacia la RSE que ha de evidenciarse en el ejercicio de los diversos roles que asumirá a lo largo de su trayectoria profesional.

A través del desarrollo del curso los alumnos conocerán, desde una perspectiva estratégica, los procesos e instrumentos relacionados con la gestión socialmente responsable. Específicamente se tratarán temas como la relación entre desarrollo y responsabilidad social empresarial, el diálogo con los grupos de interés, la estrategia organizativa y la responsabilidad social, los mecanismos de gestión de la responsabilidad social y, la rendición de cuentas y los estándares e indicadores de responsabilidad social.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ ***Gestión y Productividad:***

El egresado será capaz de organizar, coordinar y ejecutar eficazmente los recursos y tareas disponibles para concretar las metas y prioridades previamente definidas haciéndolo de manera que promueva el compromiso y la participación de quienes laboran con él. Podrá transformar los conocimientos, habilidades y recursos en elementos útiles para generar soluciones prácticas, buscando elevar los estándares y superar las expectativas yendo más allá de tareas y funciones concretas.

➤ ***Responsabilidad:***

El egresado será capaz de cumplir con dedicación, calidad y puntualidad a los compromisos asumidos, aspirando siempre al mejor resultado posible, sin necesidad de recordatorios o



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

motivaciones externas. Reconoce sus fortalezas e identifica aquellas áreas donde necesita el apoyo de otros, aprovechando así las oportunidades que la diversidad le ofrece para generar óptimos resultados.

➤ ***Visión integral:***

El egresado será capaz de observar una situación desde diversas perspectivas y analizarla en sus múltiples dimensiones, haciendo uso de las capacidades de análisis, inducción, relación y síntesis. Demuestra un pensamiento flexible, valorando las diferencias, abierto al diálogo, la crítica y al cuestionamiento con el fin de lograr una comprensión holística de la realidad.

### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

1. **Nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones.**

- Nuestros estudiantes prepararán propuestas que incluyan componentes de Responsabilidad Social Empresarial.

2. **Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y de pensamiento crítico.**

- Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones).

### IV. Resultados de Aprendizaje

El estudiante evalúa y diseña estrategias, políticas, planes, programas y acciones de responsabilidad social empresarial considerando su alineación con la estrategia de la organización así como la creación de valor económico y social.

### V. Contenidos

#### **Unidad didáctica I: El contexto y marco conceptual de la RSE.**

1. Evolución de la teoría del desarrollo.
2. Integración estado - empresa - sociedad civil: La función social de la empresa
3. Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad
4. La ética y la responsabilidad social
5. Compromisos globales promotores de la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial.

#### **Unidad didáctica II: La gestión de la RSE.**

1. Alineamiento de RSE con la estrategia del negocio: Perspectiva estratégica de la RSE, modelos de gestión socialmente responsables y plan de RSE



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

2. Alineamiento de la RSE con la estrategia del negocio: Sistemas de diagnóstico y reporte de la RSE. La comunicación de la RSE.
3. El Plan de RSE: Selección y diseño de acciones de RSE alineadas con la estrategia del negocio
4. Gestión de los grupos de interés.
5. Monitoreo y evaluación de las acciones de RSE con la comunidad
6. Estructura organizativa para la gestión de la RSE

### **Unidad didáctica III: Materias de la responsabilidad social empresarial**

1. Gobernanza de la organización
2. Medio ambiente, y participación activa y desarrollo de la comunidad
3. Responsabilidad ante los consumidores
4. Prácticas laborales, derechos humanos y prácticas justas de operación

### **Unidad didáctica IV: Modelos de negocios para el cambio social**

1. Empresas sociales y emprendimiento social

## **VI. Estrategias Didácticas**

La asignatura ha sido pensada con un enfoque eminentemente participativo y aplicativo que incluye el estudio de casos, el trabajo colaborativo y el acercamiento a la realidad de la gestión de la responsabilidad social en la empresa peruana. A la dinámica práctica mencionada seguirá el desarrollo teórico, a través de la exposición del docente, la presentación de videos y eventualmente la participación de expositores invitados. El desarrollo teórico deberá ser acompañado por preguntas y opiniones del alumno generadas en un contexto propicio al diálogo y la discusión constructiva.

La participación esperada del estudiante se concretará además en las siguientes acciones:

- Lectura del material bibliográfico (la lectura debe ser previa a la sesión de clase correspondiente).
- Participación en las sesiones de clase.
- Exposiciones grupales.
- Estudio de casos.
- Trabajos y/o discusiones de equipo fuera y dentro de clase.
- Entrevistas fuera de clase a personal de empresas que implementan acciones de RS.



## VII. Sistema de Evaluación

INSTRUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN	
		E.I	E.G
Trabajo en clase (50%)	Controles de lectura <b>(40%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asertividad</li> <li>• Habilidad comunicativa (oral)</li> <li>• Manejo conceptual.</li> <li>• Capacidad analítica y sintética.</li> </ul>	<b>100%</b>
	Casos <b>(50%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad analítica y sintética.</li> <li>• Capacidad propositiva con enfoque multidisciplinario y holístico).</li> <li>• Habilidad comunicativa (oral).</li> </ul>	<b>100%</b>
	Asistencia a clase y participación <b>(10%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad analítica y sintética.</li> <li>• Capacidad propositiva con enfoque multidisciplinario y holístico).</li> <li>• Habilidad comunicativa (oral).</li> </ul>	<b>100%</b>
Trabajo final: equivalente al examen final (50%)	<b>Entrega primera parte trabajo final (40%)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo escrito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la teoría a la práctica.</li> <li>• Capacidad analítica y sintética</li> <li>• Capacidad crítica</li> <li>• Habilidad comunicativa (escrita)</li> </ul>	
	<b>Entrega segunda parte trabajo final (60%)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposición grupal</li> <li>• Exposición individual</li> <li>• Trabajo escrito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la teoría a la práctica.</li> <li>• Habilidad comunicativa (oral y escrita).</li> <li>• Capacidad propositiva.</li> <li>• Capacidad para el trabajo en equipo.</li> <li>• Capacidad analítica y sintética</li> </ul>	<b>60%</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

EI: Evaluación individual / EG: Evaluación Grupal

**Recuperación de evaluaciones:**

Cualquier inasistencia a una evaluación (sólo controles de lectura o casos) deberá ser justificada al profesor. Sólo si ello sucede se procederá a lo siguiente: la última semana de clases se tomará una única prueba que incluirá todo lo visto desde el inicio del curso. La nota obtenida suplirá la nota de aquella evaluación a la que el/la estudiante no pudo asistir. Las notas de dinámicas y actividades grupales calificadas desarrolladas en clase no se recuperarán.

**Calificación de asistencia y participación:**

La calificación final de asistencia a clase y participación se obtendrá como promedio simple de las notas de asistencia, participación en dinámicas y concepto.

- La nota de asistencia de cada alumno se inicia con 20 puntos y va disminuyendo en la medida en que aumenta el número de inasistencias. Este componente de la nota tiene por objeto premiar la puntualidad y la constancia del alumno que ha asistido con regularidad y puntualidad a las sesiones de clase programadas. La puntuación de asistencia se definirá de acuerdo con lo señalado en la tabla al final de esta sección del silabo.

**Registro de faltas y puntualidad:**

- Una vez transcurridos los 10 primeros minutos de clase, el alumno no podrá ingresar a la misma.
- En caso el alumno llegara a clase luego de pasada la lista pero, antes de los 10 minutos de tolerancia para el ingreso al aula, deberá acercarse al profesor, al finalizar la sesión de clase, para que éste registre su tardanza. Dos tardanzas hacen una inasistencia.
- El porcentaje máximo de inasistencias permitidas es el 30% del total de las clases. Superado ese porcentaje, SAR inhabilitará automáticamente al alumno/a para rendir el examen final o la prueba establecida como equivalente.

Calificación de asistencia			
Inasist. . .	Nota máx. obtenible	Inasist.	Nota máx. obtenible
1	20	11	0
2	18	12	0
3	16	13	0
4	14	14	0
5	12	15	0
6	10	16	0
7	8	17	0
8	6	18	0
9	4	19	0
10	2	20	0



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

## VIII. Bibliografía

### Sesión 02:

#### *Obligatoria*

- Tim Jackson (2011) *Prosperidad sin crecimiento. Economía para un planeta finito.* Montevideo: Icaria. Capítulo 12: Una prosperidad duradera.

#### *Consulta*

- Sen, A. (1998). *Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI.* Universidad Nacional de Colombia. Cuadernos de economía:
- PNUMA (2011). Hacia una economía verde. Recuperado en 2013. Páginas 1-23

### Sesión 03:

#### *Obligatoria*

- Milton Friedman (septiembre 1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, *The New York Times Magazine*.
- Charles Handy, (2005) ¿Para qué son los negocios?, de Harvard Business Review America Latina.

#### *Consulta*

- A. Vives,. (2011). Cap. 2: "Responsabilidad social de la empresa ante la sociedad". pp.45-63 en: Vives & E. Peinado-Vara, Edits. *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina.*

### Sesión 04:

#### *Obligatoria*

- Garriga, E., & Mele, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory.* Journal of Business Ethics 53;
- Mark R. Kramer, Michael E. Porter (2011) *La filantropía empresarial como ventaja competitiva* Harvard Business Review.

#### *Consulta*

- Comunicación de la Comisión Europea al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre responsabilidad social en las empresas (2011).

### Sesión 05:

#### *Obligatoria*



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Valleays, F. Virtud, justicia, sostenibilidad: una ética en 3 dimensiones para la responsabilidad social de las organizaciones (2013). Ponencia presentada en el primer Congreso de Responsabilidad Social CIRS 2013.

*Consulta*

- Argandoña, A. (2007). *La Responsabilidad Social de la Empresa a la luz de la Ética*. IESE Business School. Documento de Investigación, DI nº 708 :

Sesión 06:

*Obligatoria*

- Overview of Selected Initiatives and Instruments Relevant to Corporate Social Responsibility.

*Consulta*

- Informe Ruggie: Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos: puesta en práctica del marco de las Naciones Unidas para "proteger, respetar y remediar".
- Olcese, A., Rodríguez, M., & Alfaro, J. (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible. Conceptos y herramientas de la Responsabilidad Social Corporativa o de la Empresa*. España: McGraw-Hill. Páginas: 284 – 290 y 318 – 334

Sesión 07:

*Obligatoria*

- Kramer, M., & Porter, M. (2011). Creating shared value. How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth. Harvard Business Review.
- Porter, M. y Krammer, M.R (2006) The link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review Spotlight

*Consulta*

- A. Vives, & E. Peinado-Vara, Edits. (2011). Cap. 10: La Responsabilidad social de la empresa en América Latina. pp.203-224
- Bach, David, y Allen Bruce David (Junio, 2010). Lo que todo consejero delegado debería saber sobre estrategias ajena al mercado. Harvard Deusto Business Review N° 191. Universidad de Costa Rica.

Sesión 9:

*Obligatoria*

Perera (2011). Cap. 13: "Indicadores para la gestión de la RSE", en Vives y Peinado-Vara, pp. pp. 267-290 *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina..*

*Consulta*

- IARSE-ETHOS. *PLARSE Programa Latinoamericano de RSE, Versión 2.0. (2010), "Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria. Guía de Autoaplicación"*.
- G4 Sustainability Reporting Guidelines



### Sesión 10:

#### *Obligatoria*

- RS Kaplan *Having Trouble with your strategy Then Map It* Harvard Business Review Sept- Oct 2000 167-176

#### *Consulta*

- Muñoz, M., & Cabaleiro, R. (2009). *Adaptación del balance scorecard para la gestión de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.* Obtenido de Revista de Responsabilidad Social de la Empresa.

### Sesión 11

#### *Obligatoria*

- Del Castillo (2011), Cap. 11: "Estrategias de responsabilidad social empresarial", pp. 229-248. En: A. Vives, & E. Peinado-Vara, Edits. (mayo de 2011). *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina.*

#### *Consulta*

- Sheila M. J. Bonini, Lenny T. Mendonca, and Jeremy M. Oppenheim (Member Edition/22 September 2006). When Social Issues Become Strategic.

### Sesión 12:

#### *Obligatoria*

- Mitchell , R., Agle, B., & Wood, D. (1997). *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts.*

#### *Consulta*

- *Identificar y priorizar stakeholders, clave para una buena gestión de crisis,* en *Insights: Documentos de estrategia I04/2011, Corporate Excellence-Centre for Reputation Leadership,* 2011

### Sesión 13

#### *Consulta*

- Del Castillo, E. y Schwalb, M (2011) *Guía Práctica para la gestión de proyectos con responsabilidad social.* Lima: Universidad del Pacífico, Graña y Montero y Espacio Azul.

### Sesión 14:

#### *Obligatoria*

- Mokane, Karen (2000). *Convirtiendo al "mounstruo" en aliado: La evaluación como herramienta de la gerencia social.*



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

### Sesión 15:

#### *Obligatoria*

- Social Enterprise Knowledge Network-SEKN (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica.* Washington D.C.: Interamerican Development Bank, David Rockefeller Center for Latin American Studies, Harvard University.

#### *Consulta*

- Carvedo, Baltazar, Caravedo, Baltazar (1998). *Perú: Empresas responsables.* Lima: SASE-Peru 2021 Editions. pp.8-14

### Sesión 16:

#### *Obligatoria*

Guía ISO 26000 p.p. 21-75

### Sesión 17

#### *Obligatoria*

Perera (2012) Cap. 15: "Gobierno Corporativo" (2011), pp. 305-322. En: A. Vives, & E. Peinado-Vara, Edits. (2011). *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina*

#### *Consulta*

CONASEV. (julio de 2002). *Principios de buen gobierno para las sociedades peruanas.*

### Sesión 18

#### *Obligatoria*

- González, A., & Márquez, P. (2007). *Empresa y comunidad: la necesidad de un nuevo contrato social.* Debates IESE, XII(3), 22-28.

#### *Consulta*

- Nguyen, Hanh, Stuchey Martin y Zils Markus (2014) *Remaking Industrial Economy* McKinsey Quarterly.

### Sesión 19

#### *Obligatoria*

- Schwalb (2011), Cap. 4: "Responsabilidad de la empresa ante los consumidores" pp. 87-110" En: Vives, & E. Peinado-Vara, Edits. *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina.*

### Sesión 22

#### *Obligatoria*

- Peinado Vara (2011), Cap. 7: "RSE, grandes compradores y la cadena de valor", en: A. Vives, & E. Peinado-Vara, Edits. *La Responsabilidad social de la empresa en América Latina.*



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

*Consulta*

- Principios laborales del Pacto Mundial de las Naciones Unidas Guía para empresas.  
Organización Internacional del Trabajo (OIT),

Sesión 23

*Obligatoria*

- Defourny J. & Nyssens M. (2012). The EMES approach of social Enterprise in a comparative perspective.

*Consulta*

- Reficco, E. (2010). *Negocios inclusivos y responsabilidad social: un matrimonio complejo.* Debates IESA, Vol. XV, N°3:

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

<a href="http://www.oecd.org">www.oecd.org</a> <a href="http://www.globalcompact.org">www.globalcompact.org</a> <a href="http://www.europa.eu.int">www.europa.eu.int</a> <a href="http://www.accountability.org.uk">www.accountability.org.uk</a> <a href="http://www.bsr.org">www.bsr.org</a> <a href="http://www.csreurope.org">www.csreurope.org</a> <a href="http://www.empresa.org">www.empresa.org</a> <a href="http://www.empresaysociedad.com">www.empresaysociedad.com</a> <a href="http://www.gemi.org">www.gemi.org</a> <a href="http://www.globalreportin.org">www.globalreportin.org</a> <a href="http://www.ethos.org.br">www.ethos.org.br</a> Social Responsibility Journal: <a href="http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1747-1117">http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1747-1117</a> Triodos Bank: <a href="http://www.triodos.es/es/conozca-triodos-bank/que-hacemos-overview/">www.triodos.es/es/conozca-triodos-bank/que-hacemos-overview/</a>	<a href="http://www.projectsigma.com">www.projectsigma.com</a> <a href="http://www.efqm.org">www.efqm.org</a> <a href="http://www.sekn.org">www.sekn.org</a> <a href="http://www.iso.org/sr">www.iso.org/sr</a> <a href="http://www.pnuma.org">www.pnuma.org</a> <a href="http://www.cepal.org">www.cepal.org</a> <a href="http://www.cepaa.org">www.cepaa.org</a> <a href="http://www.wbcsd.org">www.wbcsd.org</a> <a href="http://www.sustainability.com/library">http://www.sustainability.com/library</a> <a href="http://www.oitandina.org.pe/documentos/colombia_manual_de_balance_social.pdf">www.oitandina.org.pe/documentos/colombia_manual_de_balance_social.pdf</a> World Business Council for Sustainable Development: <a href="http://www.wbcsd.org/publications-and-tools.aspx">www.wbcsd.org/publications-and-tools.aspx</a> CSR Initiative HBS: <a href="http://www.hks.harvard.edu/mrcbg/CSRI/pub_workpapers.html">http://www.hks.harvard.edu/mrcbg/CSRI/pub_workpapers.html</a>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## IX. Cronograma

Sem.	Fecha	Sesión	Unidad didáctica	Contenidos	Actividades a realizar	Materiales / Bibliografía obligatoria	Entregables en clase
1	M 18/08	01	Sesión introductoria	Revisión de los contenidos del curso. Pautas para el desarrollo de trabajos.		<ul style="list-style-type: none"><li>• Silabo</li><li>• Instrucciones trabajo final</li><li>• Instrucciones desarrollo de casos</li></ul>	
	J 20/08	02	El contexto y marco conceptual	Evolución de la teoría del desarrollo Integración Estado-empresa-sociedad civil.	Exposición de la profesora Laboratorio: Sección B: E-303 Sección C: E-306.	Tim Jackson (2011). Prosperidad Sin Crecimiento	
2	M 25/08	03	El contexto y marco conceptual	La función social de la empresa	Debate sobre lecturas Exposición de la profesora	Milton Friedman (1971) The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits  Charles Handy, (2005). ¿Para qué son los negocios?", Harvard Business Review America Latina	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

Sem.	Fecha	Sesión	Unidad didáctica	Contenidos	Actividades a realizar	Materiales / Bibliografía obligatoria	Entregables en clase
	J 27/08	04	El contexto y marco conceptual	El marco conceptual: Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad	Exposición de la profesora	Elisabet Garriga and Domènec Melé (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory.  Mark R. Kramer, Michael E. Porter (2011). La filantropía empresarial como ventaja competitiva.	<u>Inscripción de la empresa para el trabajo final</u>
3	M 01/09	05	El contexto y marco conceptual	La ética y la responsabilidad social	Charla 1: La relación entre la ética y la responsabilidad social	Valleays (2013) Virtud, justicia y sostenibilidad: Una ética en 3 dimensiones para la responsabilidad social de las organizaciones	<b>Control 1 (lecturas obligatorias sesiones 4, 5 y 6)</b>
	J 03/09	06	El contexto y marco conceptual	Compromisos globales promotores del desarrollo sostenible y RS	Exposición de la profesora  Charla 2: Pacto Mundial	Overview of Selected Initiatives and Instruments Relevant to Corporate Social Responsibility.	
4	M 08/09	07	La gestión de la RSE	Alineamiento de la RSE con la estrategia del negocio: Perspectiva estratégica de la RSE	Exposición de la profesora	Porter, M. y Krammer, M.R (2006) The link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review Spotlight  Porter, M. y Krammer, M.R (2011) Creating shared value. How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth	



Sem.	Fecha	Sesión	Unidad didáctica	Contenidos	Actividades a realizar	Materiales / Bibliografía obligatoria	Entregables en clase
	J 10/09	08	La gestión de la RSE	Alineamiento de la RSE con la estrategia del negocio.	Charla 3: : Integración de la estrategia del negocio y de la estrategia de responsabilidad social		
5	M 15/09	09	La gestión de la RSE	Alineamiento de la RSE con la estrategia del negocio: Herramientas de gestión para facilitar el alineamiento.	Exposición de la profesora	Perera Cap. 13: "Indicadores para la gestión de la RSE". En: Vives, Antonio; Peinado-Vara, Estrella (2011).	
	J 17/09	10	La gestión de la RSE	Alineamiento de la RSE con la estrategia del negocio: Herramientas de gestión para facilitar el alineamiento	<b>Caso 1: Amanco</b>	Kaplan, R & Norton D (2000) Having troble with your strategy? Then Map it	
	M 22/09	11	La gestión de la RSE	El plan de RSE: Diseño de acciones de RS alineadas con la estrategia del negocio	Exposición de la profesora	Del Castillo, Cap 11: "Estrategias de responsabilidad social". En: Vives, Antonio; Peinado-Vara, Estrella (2011).	
6	J 24/09	12	La gestión de la RSE	El plan de RSE: Gestión de los grupos de interés	<b>Caso 2: Antamina</b>	Ronald K. Mitchell, Bradley R. Angle, Donna J. Wood (1997).Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts.	
7	M 29/09	13	La gestión de la RSE	El Plan de RSE: Diseño de acciones de RSE alineadas con la estrategia del negocio	Exposición de la profesora Dinámica en clase		<u>Entrega primera parte del trabajo final</u>



Sem.	Fecha	Sesión	Unidad didáctica	Contenidos	Actividades a realizar	Materiales / Bibliografía obligatoria	Entregables en clase
	J 01/10	14	La gestión de la RSE	El Plan de RSE: Evaluación de proyectos con la comunidad	Charla 4: Evaluación de proyectos sociales	Mokate, Karen. Convirtiendo al "mounstro" en aliado: La evaluación como herramienta de la gerencia social.	
8	<b>05-12/10</b>		<b>EXÁMENES PARCIALES</b>				
9	Jue 15/10	15	La gestión de la RSE	Estructura organizativa para la gestión de la RSE	<b>Caso 3: Cementos Lima</b>	Social Enterprise Knowledge Network-SEKN (2006). Gestión efectiva de emprendimientos sociales	
10	M 20/10	16	La gestión de la RSE	Estructura, liderazgo, cultura. Materias y principios de la RSE	Exposición de la profesora	ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones	<b>Control de lectura 2 (lecturas obligatorias 7, 9 y 11)</b>
	J 22/10	17	Materias de la RSE	Gobernanza de la organización	Charla 5: Prácticas de buen gobierno corporativo	Perera, Cap. 15: "Gobierno Corporativo". En: Vives, Antonio; Peinado-Vara, Estrella (2011).	
11	M 27/10	18	Materias de la RSE: Buenas prácticas	Medio ambiente y participación activa y desarrollo de la comunidad	Charla 6: La gestión responsable del medio ambiente y de las relaciones con la comunidad.	González, A., Márquez, P. (2007). Empresa y comunidad: la necesidad de un nuevo contrato social	
	J 29/10	19	Materias de la RSE: Buenas prácticas	Asuntos de consumidores	Exposición de la profesora	Schwalb, Cap. 4: "La responsabilidad de la empresa ante los consumidores". En: Vives, Antonio; Peinado-Vara, Estrella (2011).	<b>Control 3 (lectura obligatoria sesión 12,16 y 23)</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Sem.	Fecha	Sesión	Unidad didáctica	Contenidos	Actividades a realizar	Materiales / Bibliografía obligatoria	Entregables en clase
12	M 03/11	20	<b>Sesión de asesoría para el trabajo final</b>				
	J 05/11	21	<b>Sesión de asesoría para el trabajo final</b>				
13	M 10/11	22	Materias de la RSE: Buenas prácticas	Prácticas laborales, derechos humanos y prácticas justas de operación	Charla 6: La gestión responsable de los colaboradores y las prácticas justas de operación.	Peinado-Vara, Cap 7: "RSE, grandes compradores y la cadena de valor". En: Vives, Antonio; Peinado-Vara, Estrella (2011).	
	J 12/11	23	Modelos de negocio para el cambio social	Empresas sociales y emprendimiento social	Exposición de la profesora	Defourny J. & Nyssens M (2012). The EMES approach of Social Enterprise in a comparative perspective	<u>Entrega del trabajo final</u>
14	M 17/11	24	<b>Exposición trabajo final (2 grupos sorteados)</b>				
	J 19/11	25	<b>Exposición trabajo final (2 grupos sorteados)</b>				
15	M 24/11	26	<b>Exposición trabajo final (2 grupos sorteados)</b>				
	J 26/11	27	<b>Exposición trabajo final (1 grupo sorteado)</b>				
	<b>30/10 – 05/12</b>		<b>EXÁMENES FINALES</b>				



## X. Información del profesor

La profesora Schwalb es Doctor en Economía y Administración de Empresas por la Universidad de Deusto, España (2009) y tiene un MBA en Marketing y Negocios Internacionales por la Universidad de Miami, USA (1990). Ha sido Vicerrectora de la Universidad del Pacífico (2009-2014) y Decana de la Facultad de Administración y Contabilidad (1992-2002). Ha sido profesora visitante de la Universidad de Deusto en 2014 y de la Universidad de las Américas de Puebla, México, en 2007.

Actualmente es profesora Principal del Departamento de Administración de la Universidad del Pacífico donde enseña desde 1980. En el Pregrado ha tenido a su cargo cursos de Marketing, Gerencia, Proyecto Empresarial, Gestión de la Responsabilidad Social, y Metodología de la Investigación, entre otros. También ha enseñado en el Posgrado de la UP en los Programas de Maestría en Desarrollo Organizacional y Dirección de Personas, en el MBA, en la Dirección de Marketing y Gestión Comercial y en el Diplomado de RSE y Negocios Inclusivos. Asimismo, es profesora en el Programa del Doctorado en Gestión Estratégica Ética y Responsabilidad Social del Consorcio de Universidades Peruanas que se iniciará en Lima en setiembre próximo.

La profesora Schwalb es también consultora en RSE para instituciones internacionales como el BID, PNUD, Save the Children, WRI, CESVI, GTZ, así como también para organizaciones privadas y ONGs.

Durante los últimos 20 años, ha estado muy involucrada con la promoción de la RSE y, por ello fue llamada a colaborar como miembro del Comité Organizador de la Conferencia EMAN Americas - *Environmental & Sustainable Management Accounting Network* (2005-2014); miembro del Comité Consultivo de la *Interamerican Conference of CSR* auspiciada por el Interamerican Development Bank - BID (2005, 2006, 2007 and 2012); coordinadora responsable de la Secretaría Andina del *Latin American Business-Environment-Leadership - LA-BELL* (2000-2005); Presidente del Comité Editorial de la revista *Consumo Respeto* (2002-2004); miembro del Comité de Ética del Consejo Nacional para la Auto Regulación Publicitaria (1995-1997; 2014-hoy), y del Comité de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI, 1995-1997), entre otros. Adicionalmente, ha sido miembro del Directorio de instituciones privadas y públicas y también ha contribuido con el sector público como miembro del Comité Asesor de los Ministros de Salud (1993), Agricultura (2001) y Trabajo (2004).



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Sus últimas publicaciones están referidas a la responsabilidad social de las empresas, en general y al marketing ético y consumo político, en particular. Entre estas tenemos: "Comida Chatarra, Estado y Mercado" (2014, en coautoría), "Dimensiones de la responsabilidad social del marketing" (2013), "El Marketing que la Sociedad Reclama" (2012), "Un modelo educativo para la formación de líderes de empresas socialmente responsables. La experiencia de la Universidad del Pacífico" (2012), "Lo que nos dejó Río a las Instituciones de Educación Superior para los Negocios" (2012), "La responsabilidad de la empresa ante los consumidores" (2011, en Vives y Peinado-Vara, "La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina"), "Guía Práctica para la Gestión de Proyectos con Responsabilidad Social" (2011, en coautoría), "Un Estudio del Consumidor Limeño sobre la Responsabilidad Social del Marketing" (2009), "El Gobierno Corporativo en el Perú: Reflexiones académicas sobre su aplicación" (2009), "Responsabilidad social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible" (2006); entre otras. Asimismo, ha publicado una colección de casos peruanos sobre la responsabilidad social de las empresas y ha impartido una serie de conferencias a nivel nacional e internacional sobre la RSE y el marketing responsable.

La profesora Schwalb se está reincorporando este semestre a la UP luego de gozar un año de licencia por Año Sabático que pasó entre Inglaterra y España, donde estuvo como investigadora visitante y participando en programas de coaching para profesores.

Correo electrónico: [schwalb\\_mm@up.edu.pe](mailto:schwalb_mm@up.edu.pe)

Teléfono: 219-0100, Anexo 2265

<i>Nombre y Firma del Coordinador del Curso:</i>   María Angela Prialé	<i>Nombre y Firma del Jefe de Departamento:</i>
	Fecha: 10/08/2015



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Curso:**  
**Gestión de Mercados  
Globales**

---

**Profesor:**

***Rossana Montero S.***

---

**Agosto – Diciembre 2015**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Gestión de Mercados Globales  
**Código:** 140803  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Logística Internacional, International Affairs y Gestión Internacional de Empresas  
**Semestre académico:** 2015-2

**Secciones y docentes:**

Sección A: Prof. Rossana Montero S. [montero\\_gr@up.edu.pe](mailto:montero_gr@up.edu.pe)

### I. Sumilla

Este curso presenta una visión general de los aspectos únicos del marketing internacional y el marketing global. Estos conceptos serán vinculados tanto con el proceso de internacionalización de la empresa como con la posibilidad de constituir una ventaja competitiva en el mercado global a través del diseño e implementación de una estrategia de marketing global.

En función a la realidad peruana inicialmente se presenta el marketing de exportaciones para luego derivar en el análisis y evaluación de las oportunidades de los mercados globales, haciendo hincapié en el proceso de toma de decisiones en las áreas de análisis del mercado externo, las decisiones respecto al producto, la promoción, los canales de distribución y el precio en un entorno global.

Se profundizará en temas como en dilema de la estandarización versus la adaptación, el branding, la relación del marketing global con; el concepto de país de origen, la Responsabilidad Social Corporativa, las economías emergentes y el marketing de servicios.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ ***Gestión y Productividad:***

El estudiante será capaz de formular, identificar, y/o evaluar estrategias para la internacionalización de las empresas, bajo criterios de calidad, productividad y competitividad internacional.

➤ ***Responsabilidad:***

El participante será capaz de diseñar, dirigir y controlar la estrategia de internacionalización de su empresa y gestionar los procesos de internacionalización bajo un amplio sentido de responsabilidad social.

➤ ***Visión Integral:***

El estudiante desarrollará una visión integral, abierta al cambio y multidisciplinaria de los procesos de la internacionalización de la empresa,

## III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

**1. Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.**

- Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones)
- Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un ensayo crítico o caso.

**2. Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global.**

- Nuestros estudiantes analizarán casos y situaciones relacionadas con mercados internacionales, y propondrán soluciones.
- Nuestros estudiantes demostrarán su capacidad de trabajar en equipo.

**3. Nuestros Estudiantes realizarán propuestas estratégicas e innovadoras en situaciones relacionadas con los mercados internacionales**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Fórmula objetivos de investigación de mercados internacionales a partir de las necesidades de la empresa, de acuerdo a las diferentes etapas de internacionalización.
- Identifica oportunidades de internacionalización sobre la base del análisis de información del mercado internacional.
- Identificar con precisión los requisitos, normas de acceso y reglas de la competencia de los mercados internacionales, que la empresa debe tener en cuenta para poder competir en ellos.
- Diseña estudios de investigación de mercados cualitativos y cuantitativos, (Czinkota & Ronkainen, 2013) (Cateora, Gilly, & Graham, 2010) información más adecuado.
- Define los métodos estadísticos pertinentes para el procesamiento de los datos que contribuyen a precisar la toma de decisiones.
- Propone planes de mercados internacionales.

#### IV. Resultados de Aprendizaje

- El alumno diseña y evalúa estrategias de marketing pertinentes a los escenarios institucionales que le presentan los distintos mercados externos y a los recursos y capacidades de la organización a fin de optimizar los resultados y minimizar los riesgos del proceso de internacionalización de la empresa.

#### V. Contenidos

##### **Unidad Didáctica 1.- Repaso Conceptual y Marketing de Exportación**

Tema 1: Capacidad exportadora y competitividad sistémica

Tema 2: Exportación indirecta, directa y conjunta

Tema 3: Marketing de exportaciones: Selección de Mercado y las 4 Ps  
Para exportación

Tema 4: Bases de datos del CCI (Trade Map – TPI)

Tema 5: Rol de las TPOs

##### **Unidad Didáctica 2.- Investigación de Mercados Externos**

Tema 6: Investigación de Mercados Internacionales

Tema 7: Fuentes de Información y Sistematización del Proceso de Investigación



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Tema 8: Selección del Mercado de Destino y Modos de Ingreso  
Tema 9: Diseño de un sistema de información

### **Unidad Didáctica 3.- Planeamiento y El Marketing Mix**

Tema 10: Comportamiento del consumidor Internacional  
Tema 11: Segmentación, Targets y Posicionamiento  
Tema 12: Estandarización versus Adaptación  
Tema 13: Decisiones respecto al Producto  
Tema 14: Decisiones respecto al Precio  
Tema 15: Decisiones respecto a la Plaza  
Tema 16: Decisiones respecto a la Promoción

### **Unidad Didáctica 4.- Global Branding**

Tema 16: Administración de la marca  
Tema 17: Valor y posicionamiento de la marca

### **Unidad Didáctica 5.- Temas y Tendencias Globales**

Tema 18: Marketing Global, Organización y Control  
Tema 19: Marketing global para servicios  
Tema 20: Marketing Global: Country of Origin and Product – Country Image  
Tema 21: Marketing Global y mercados emergentes

A través del desarrollo de los diversos contenidos, los alumnos estarán en condiciones de leer y entender lecturas en inglés, asimismo, deberán estar enterados del acontecer nacional e internacional referidos a los hechos de repercusión sobre la gestión empresarial.

## **VI. Estrategias Didácticas**

El curso será desarrollado sobre la base de las cinco unidades didácticas, a fin de permitir la asimilación ordenada de los conceptos, teorías, y metodologías a ser presentadas.

En forma paralela, a lo largo del curso son incluidos temas de Responsabilidad Social Empresarial y de Liderazgo Responsable vinculándolos al marketing global.

El aprendizaje se logrará mediante:



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Exposición y discusión de los temas correspondientes haciendo uso de ayudas audiovisuales.
- Debates grupales y participación frente a invitados externos.
- Planteamiento y resolución de casos a fin de aclarar y/o ejemplificar los temas desarrollados. Estos serán resueltos individualmente o en grupo.
- Desarrollo de un plan de marketing internacional que será expuesto y discutido con toda la clase, a fin de intercambiar experiencias y obtener una mejor visión de la realidad.

La participación esperada del estudiante se concretará además en las siguientes acciones:

- Lectura del material bibliográfico (la lectura debe ser previa a la sesión de clase correspondiente).
- Participación en las sesiones de clase y ponencias de invitados.
- Exposiciones grupales.
- Estudio de casos.
- Trabajos y/o discusiones de equipo fuera de clase.

## VII. Sistema de Evaluación

El sistema de evaluación utiliza los siguientes criterios:

1. Dominio conceptual
2. Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos.
3. Capacidad de investigación.
4. Habilidad para la toma de decisiones.
5. Habilidad para identificar y formular estrategias y evaluar la gestión empresarial en el ámbito Internacional.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

### Instrumentos de Evaluación:

Instrumento		Criterio	Ponderación
Evaluación Continua	Controles de Lectura (03) (I)	30 %	Dominio Conceptual
	Desarrollo de casos y análisis de artículos (G)	30 %	Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos Habilidad para identificar y formular estrategias y evaluar la gestión empresarial en el ámbito internacional
	Trabajo Final (G)	40 %	Dominio Conceptual, Capacidad de analizar, sintetizar e interrelacionar teorías y conceptos, Habilidad para la toma de decisiones
Examen Parcial (I)		Dominio Conceptual, habilidad para la toma de decisiones	25 %
Examen Final (I)		Dominio Conceptual, habilidad para la toma de decisiones	25 %

(I) = Individual

(G) = Grupal

En el cuadro recién mostrado se define la naturaleza de los instrumentos de evaluación que se utilizarán a lo largo del curso (individuales y grupales), así como su ponderación; definiéndose un peso de 65 % a las evaluaciones individuales y un 35 % a las evaluaciones grupales.

#### Evaluaciones:

Cualquier inasistencia a una evaluación (controles de lectura) deberá ser justificada al profesor. Sólo si ello sucede se procederá a lo siguiente: la última semana de clases se tomará una única prueba que incluirá todo lo visto desde el inicio del curso, la nota obtenida suplirá la nota de aquella evaluación a la que el/la estudiante no pudo asistir. Las notas de dinámicas y actividades grupales calificadas desarrolladas en clase no se recuperarán.

#### Asistencia y puntualidad:

- Una vez transcurridos los 10 primeros minutos de clase, el alumno no podrá ingresar a la misma.
- El porcentaje máximo de inasistencias permitidas es el 30% del total de las clases.

### VIII. Referencias Bibliográficas:

Los libros indicados son de referencia y todos se encuentran en la Biblioteca. Asimismo, durante el desarrollo de las clases los alumnos deben revisar el **Black Board** (BB) y consultar la bibliografía respectiva para cada tema.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## BIBLIOGRAFIA

- Aichner, T. (2014). Country-of-Origin Marketing: A List of Typical Strategies With Examples. *Journal of Brand Management*, 81-93.
- Ali, M. Y., & Shamsuddoka, A. K. (2014). Impacto on export promotion programs on SME export performance: empirical evidence from an emerging nation. En C. J. Craig , *Research handbook on export marketing* (págs. 12-44). Glos: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Cateora, P. R., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2010). *Marketing Internacional*. México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Cavusgil, S. T., Knight, G., Riesenberger, J., & Yaprak, A. (2009). *Conducting Market research for International Business*. New York: Business Expert Press, LLC.
- Cavusgil, S. T., Zou, S., & Naidu, G. M. (1993). Product and Promotion Adaptation in Export Ventures: An Empirical Investigation. *Journal of International Business Studies*, 479-506.
- Center for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI). (2004). *Export Planner; a Comprehensive Guide for Prospective Exporters in Developing Countries* . Rotterdam: Searce.
- Czinkota , M., & Ronkainen, I. A. (2013). *Marketing Internacional*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Jain, S. C. (1989). Standardization of International Marketing Strategy: Some Research Hypothesis. *Journal of Marketing*, 70-79.
- Johansson, J. K. (2006). *Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing, And Global Management* . New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Keller, K. L. (2008). *Branding - Administración Estratégica de la Marca* . México : Pearson Education .
- Levitt, T. (1983). The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*, 20-30.
- Meyer - Stamer, J. (2005). *Systemic Competitiveness Revisited*. Duisburg : Mesopartner.
- Onkvisit, S., & Shaw, J. J. (2009). *International Marketing*. Oxon: New York.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Roth, M. S., & Romeo, J. B. (1992). Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-of-Origin Effects. *Journal of International Business Studies*, 477-497.
- Tedlow, R. S., & Abdelal, R. (2004). Theodore Levitt's "The Globalization of Markets" An Evaluation After Two Decades. En J. Quelch, & R. Deshpande, *The Global Market Developing a Strategy to Manage Across Borders* (págs. 11-30). San Francisco: John Wiley & Sons Inc.
- Young, R. B., & Javalgi, R. G. (2007). International Marketing Research:a Global Project Management Perspective. *Businesss Horizons*, 113-122.
- Zou, S., Fang, E., & Zhao, S. (2003). The Effect of Export Marketing Capabilities on Export Performance: An Investigation of Chinese Exporters. *Journal of International Marketing*, 32-55.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX Cronograma

Semana	Fechas	Sesión	Tema	Bibliografía	Actividad
<b>UNIDAD DIDÁCTICA N° 1: REPASO CONCEPTUAL y MARKETING DE EXPORTACIONES</b>					
1	Ago 17 y 19	1 Y 2	Presentación del Curso  Repaso Conceptual: Capacidad exportadora, competitividad sistémica	(Meyer - Stamer, 2005)	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase. Conformación de equipos. Exposición del profesor y discusión.  Debate: El rol de la institucionalidad y competitividad exportadora
<b>UNIDAD DIDÁCTICA N° 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EXTERNOS</b>					
2	Ago 24 y 26	3 Y 4	Exportaciones, desarrollo de capacidades de marketing y desempeño exportador  Marketing de Exportaciones: Selección de Mercado y las 4 Ps para Exportaciones  Bases de Datos del CCI  Rol de los Trade Promotion Organizations (TPOs)	(Center for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI), 2004)  (Zou, Fang, & Zhao, The Effect of Export Marketing Capabilities on Export Performance: An Investigation of Chinese Exporters, 2003)  (Ali & Shamsuddoka, 2014)	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase. Exposición del profesor y discusión.  Debate: Desarrollo de las capacidades de la empresa y apoyo de los TPOs



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

3	Ago 31 y Set 2	5 y 6		(Young & Javalgi, 2007)  (Cateora, Gilly, & Graham, 2010) Capítulo 8: Desarrollar Una Visión Global Mediante Las Investigación Del Marketing. Pag. 210 – 241.	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase. Exposición del profesor y discusión.  Debate: Presentación Invitado  <b>Caso N°1 a ser entregado</b>
4	Set 7 y 9	7 y 8	Investigación de Mercados Internacionales  Fuentes de Información y Sistematización del Proceso de Investigación  Selección del Mercado de Destino y Modos de Ingreso	(Cavusgil S. T., Knight, Riesenberger, & Yaprak, 2009)  (Onkvisit & Shaw, 2009) Capítulo 7: Consumer Behavior in the International context Psychological and Social Dimensions Pag. 219-247	  <b>CONTROL DE LECTURA N ° 1</b>
5	Set 14	9	Diseño de un sistema de información		

### **UNIDAD DIDÁCTICA N° 3: PLANEAMIENTO Y MARKETING MIX**

5	Set 16	10	Comportamiento del Consumidor Internacional  Segmentación, Targeting y Posicionamiento	(Czinkota & Ronkainen, 2013) Capítulo 8: Análisis De Personas Y Mercados. Pag. 235 – 278.	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase, Exposición del profesor. Discusión  <b>Presentación resolución Caso N° 1</b> <b>Caso N°2 a ser entregado</b>
---	--------	----	----------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



6	Set 21 y 23	11 Y 12	<p>Estandarización versus Adaptación Decisiones respecto al Producto</p>	<p>(Levitt, 1983) The Globalization of Markets  <a href="http://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets">http://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets</a></p> <p>(Tedlow &amp; Abdelal, 2004)</p> <p>(Jain, 1989)</p> <p>(Cavusgil, Zou, &amp; Naidu, Product and Promotion Adaptation in Export Ventures: An Empirical Investigation, 1993)</p> <p>(Johansson, 2006) capítulo 12: Global Products Pág. 383 - 413</p>	<p>Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase. Exposición del profesor. Discusión</p>	
7	Set 28 y 30	13 Y 14	Decisiones respecto al Precio	<p>(Johansson, 2006) capítulo 14: Global Pricing Pág. 443 - 470</p>	<p>Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase, conformación de equipos, Exposición del profesor. Discusión</p>	
8	Oct 5 y 12		<b>SEMANA EXAMENES PARCIALES</b>			
9	Oct 12 y 14	15 Y 16	Decisiones respecto a la Plaza	<p>(Johansson, 2006) capítulo 15: Global Distribution Pág. 471 - 498</p>	<p>Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase, conformación de equipos, Exposición del profesor. Discusión</p>	
<b>CONTROL DE LECTURA N° 2 (14 de Octubre)</b>						



10	Oct 19 y 21	17 Y 18	Decisiones respecto a la Promoción	(Johansson, 2006) Capítulo 16: Global Advertising Pág. 499 – 528 y Capítulo 17: Global Promotion, E-Commerce and Personal Selling Pag: (531 – 542) y Pag (548 - 558 )	<b>Presentación Resolución</b> <b>Caso N° 2</b> <b>Caso N°3 a ser entregado</b>
<b>UNIDAD DIDACTICA N° 4: BRANDING</b>					
11	Oct 26 y 28	19 y 20	Branding: Administración de la marca Valor y posicionamiento de la marca	(Keller, 2008) Capítulo 1: Las marcas y la administración de la marca. Pág. 1 - 46 Capítulo 2: Valor capital de la marca basado en el cliente. Pág 47 – 96 . Capítulo 3: Posicionamiento de la Marca Pág. 97 - 138	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase, conformación de equipos, Exposición del profesor. Discusión  Debate: Presentación Invitado
<b>UNIDAD DIDACTICA N° 5: TEMAS Y TENDENCIAS GLOBALES</b>					
12	Nov 2 y 4	21 y 22	Marketing Global, Organización y Control	(Johansson, 2006) Capítulo 18: Organizing for Global Marketing Pág. 559 - 584	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase, Exposición del profesor. Discusión



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

13	Nov 9 y 11	23 y 24	Marketing Global y Servicios	(Johansson, 2006), Capítulo 13: Global Services, Pág. 415 - 442	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase, Exposición del profesor. Discusión  Debate: Presentación Invitado
14	Nov 16 y 18	25 y 26	Marketing Global, Country of Origin and Product – Country Image	<a href="http://placebrandobserver.com/">http://placebrandobserver.com/</a>  (Roth & Romeo, 1992) (Aichner, 2014)	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase. Exposición del profesor. Discusión  <b>Presentación Resolución Caso N° 3</b>
			Marketing Global y Mercados Emergentes	(Cateora, Gilly, & Graham, 2010) Capítulo 9: Mercados Emergentes pag. 242-275  <a href="http://globaledge.msu.edu/mpi">http://globaledge.msu.edu/mpi</a>	Lectura de Textos indicados previo a la sesión de clase, Exposición del profesor. Discusión
15	Nov 23 y 25	27 y 28			<b>EXPOSICIÓN Y SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS FINALES</b>  <b>CONTROL DE LECTURA N° 3 (25 de Noviembre)</b>
16	Nov 30 a Dic 5			<b>SEMANA EXAMENES FINALES</b>	



## X. INFORMACIÓN DEL PROFESOR

Magister en Administración por la Universidad del Pacífico, Economista por la Universidad de Lima. Profesora de los cursos de Gestión Internacional de Empresas (GIE) Gerencia de Mercados de Exportación (GME), Estrategias de Internacionalización, y Proyecto Empresarial en el pregrado y de los curso de Negocios Internacionales y Marketing Internacional en la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico.

Se ha desempeñado como Directora Académica de las Maestrías de Gestión en Agronegocios y Alimentos, Supply Chain Management, Negocios Globales y Economía de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico. Ha dictado talleres de Negocios Internacionales. Actualmente se desempeña como profesora e investigadora a tiempo completo en la Universidad del Pacífico.

Su experiencia abarca tanto cargos en el sector privado como en el sector público. Ha desempeñado el cargo de Gerente Comercial en diferentes empresas exportadoras peruanas especialmente en el sector de agro negocios, así como también ha representado a empresas extranjeras como agente comprador en nuestro país. En el sector público ha desempeñado el cargo de Directora Nacional de Descentralización de Comercio y Cultura Exportadora en el ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y de Gerente Central de Regiones y Desarrollo en Prompex (ahora Promperu).

Como consultora ha realizado estudios para la selección de mercados externos, internacionalización de empresas peruanas, así como también relacionadas al análisis de la presencia de empresas extranjeras en el Perú. Sus temas de investigación están vinculados a temas de Selección de Mercados Externos, Inversión Extrajera Directa, Marketing Internacional y Cadenas Globales de Valor "Global Factory".

Actualmente cursando la Maestría en Investigación en Ciencias de la Administración por ESAN.

Correo electrónico: [montero\\_gr@up.edu.pe](mailto:montero_gr@up.edu.pe)

Teléfono de contacto: 219-0100 anexo 2573



<i>Nombre y Firma del Coordinador del Curso:</i>	<i>Nombre y Firma del Jefe de Departamento:</i>
<b>Rossana Montero Santos</b>	<b>Alejandro Flores</b>
Fecha ____ / ____ / ____	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Syllabus

Course: International Business Negotiations

Code: 143480

Department: Business Administration

Prerequisite(s):

Semester: 2015-II

Professor: Carlos Eduardo Humberto Artieda de La Sotta

e-mail: ceh.Artiedad@up.edu.pe

### I. Course description

The International Business Negotiations course covers different aspects related to the structure of conflicts and decision-making processes within a rational process of international negotiations. The participant will understand the development of the different strategies, tactics; as well as the processes of negotiating contracts, mediation and arbitration, and how they relate to issues of culture diversity and negotiating styles. Amongst others, the participant will be able to develop a deep understanding of different negotiating structures, such as, integrative and distributive negotiations.

The course will also develop concepts related to processes and legal frameworks within which multilateral and bilateral negotiations take place, among countries and international organizations such as the World Trade Organization, Free Trade Agreements and others.

### II. General Competencies of Graduate Students

- **Holistic Vision**

The graduate student is able to observe a situation from different perspectives and to analyze its multiple dimensions, using analytic, inductive, relational and synthetic capabilities. The graduate student is able to demonstrate flexibility in his/her thinking, by appreciating differences, being open to dialogue, criticism and questioning, in order to achieve a holistic understanding of reality.

- **Flexibility and openness to change**

The graduate student is able to adapt his/her thinking, emotions and behaviors to an ever-changing environment, responding proactively to new situations. The graduate student receives and fosters opportunities for criticism and new insights in order to build new and better scenarios, enthusiastically assuming challenges and the possibility of improvement

### III. Learning Goals and Learning Objectives

#### **LG 1: Our graduate students are effective and efficient managers**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

LO 1.1: Our students are able to solve problems related to international management based on a holistic vision and an in-depth analysis of the international, national and sectorial reality, from a standpoint closely related to the resources and capabilities of the organization.

LO 1.2: Our students identify opportunities for internationalization; manage and define strategic and innovative initiatives for the international markets.

**LG 2: Our graduate students are strategic leaders in international and multicultural settings**

LO 2.2: Our students identify critical aspects of the environment affecting the processes of international negotiations.

**IV. Learning results**

Upon the completion of the course of International Business Negotiations, the students identify all the different aspect involved in a negotiation carried within an international framework, so they can assume direct participation in these processes from different standpoints, with different and appropriate negotiation styles; defining strategies and evaluating their pertinence for the attainment of organizational objectives, and being able to calibrate all these aspects using a multicultural mindset.

**V. Course Content**

**Unit 1: The Fundamentals of Negotiations**

- Defining framework and nature of international business negotiations.
- Dimensions of Negotiations: distribution, integration and solution.
- The Negotiator: particular skills.
- Power and conflict.
- Strategic considerations: Strategy, Tactics and Decision-making.
- Cultural considerations: time, individualism, collectivism, communications and relationship-building.

**Unit 2: The Pre-negotiation Stage**

- Basic preparations:
  - Information gathering and analysis.
  - Planning.
- Content analysis:
  - Objectives and Interests: defining, clarifying and priority setting.
  - Analysis of assumptions and restrictions.
  - “Best Alternative to a Negotiated Agreement” (BATNA) and initial alternatives.
- Preliminary counterpart evaluation:
  - Interests and objectives.
  - SWOT Analysis.
  - Cultural differences.



- Strategic definitions for the negotiating process:
  - Negotiating styles and roles.
  - Argumentation and communicative adequacy.
  - Setting the negotiation agenda.
  - Material aspects for the organizing negotiations.

### **Unit 3: The Negotiations Stage**

- Proposal presentation: opportunity and adequate form.
- Analyzing the atmosphere and mood:
  - Reactions.
  - Use of verbal and non-verbal language.
  - Cultural differences.
- Response to proposals:
  - Clarification
  - Analysis and building of alternatives.
- Within the process itself:
  - Tactics and counter-tactics.
  - Attitudes.
  - Positioning: reinforcement and debate.
  - Strengthening one's own negotiating position.
  - Weakening the counterpart's position.

### **Unit 4: The Closing Stage**

- Methods: concessions, splitting the difference, distribution, different possible outcomes, new incentives or sanctions.
- Concessions.
- Hypothetical proposals.
- Final proposal: highlighting mutual benefits.
- Final debate of agreed-upon terms and confirmation.
- Formalizing the agreement.
- Failure to reach an agreement.

### **Unit 5: The Implementation of the Agreement**

- Agreement over essentials aspects for implementation.
- Allocating relevant responsibilities.
- Establishing a time frame for implementation and setting up monitoring and control mechanisms.

### **Unit 6: Issues in particular international negotiations cases**

- Bilateral and Multilateral Negotiations.
- Contract for the International Sale of Goods.
- Joint-Venture Contracts.
- Distribution Contracts.

### **Unit 7: Alternative Dispute Resolution Methods**

- Conciliation.
- Mediation.



- International Commercial Arbitration: International Chamber of Commerce.

## VI. Didactic Approaches

- Lecturing and classroom dialogue.
- Case study.
- Problem-based learning.
- Group dynamics.
- Debates and argumentation.

## VII. Evaluation and grading policy

Instruments	Evaluation Criteria	Weighing
Assigned readings controls	<ul style="list-style-type: none"><li>• Understanding of assigned material.</li><li>• Knowledge of models and analysis tools.</li><li>• Critical evaluation of concrete problems.</li></ul>	15%
Individual and Group Presentations	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identification and use of relevant information.</li><li>• Logical development: from premises to conclusions.</li><li>• Creativity.</li><li>• Clarity.</li></ul>	15%
Class Participation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Permanent participation in an orderly fashion during debates and presentations.</li><li>• Capability to present in a critical and logical fashion points of view.</li><li>• Active listening and respect for contending positions.</li><li>• Intensive use of the Blackboard platform.</li></ul>	10%
Mid-term Exam	Written: theoretical and case development.	30%
Final Exam	Written: theoretical and case development.	30%

## VIII. References

### Required readings:

- Cámara de Comercio Internacional (2004). The ICC Model International Sale Contract (Second ed.). Barcelona: CCI
- Lax, D. And Sebenius J. (1986). The Manager as Negotiator. Bargaining for Cooperation and Competitive Gain. New York: The Free Press.



- Lewicki, R. et. al. (2011). Essentials of Negotiations (Fifth ed.). New York: McGraw-Hill.
- Lewicki, R. et. al. (2010). Negotiation. Readings, Exercises and Cases (Sixth ed.). New York: McGraw-Hill.
- Moore, C. and Woodrow, P. (2010). Handbook of Global and Multicultural Negotiation. San Francisco: Jossey-Bass.
- Shell, G.R. (2006). Bargaining for Advantage. Negotiation Strategies for Reasonable People (Second ed.). New York: Penguin Books.
- Sierralta Rios, A. (2005). Negociaciones Comerciales Internacionales. Textos y Casos. Lima: Fondo Editorial PUC.
- Sierralta Rios, A. (1998). Contratos de Comercio Internacional (Tercera ed.). Lima: Fondo Editorial PUC.

**Further Readings:**

- Altschul, C. (2003). Dinámica de la Negociación Estratégica (Segunda ed). Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Fisher, R. and Shapiro, D (2005). Beyond Reason. Using Emotions as you Negotiate. New York: Viking.
- Flint, P. (2007). Negociación Integral. Herramienta eficaz para la Resolución de Conflictos y la Creación de Valor. Lima: Editora Jurídica Grijley
- Olekalns, M. and Adair, W., editors (2013). Handbook of Research on Negotiation. Cheltenham: Edgar Elgar Publishing.
- Raiffa, H. (2003). The Art and Science of Negotiation. How to resolve conflicts and get the best out of bargaining. Cambridge: Harvard University Press.
- Ury, W. (1991). Getting past No. Negotiating with difficult people. New York: Bantam Books.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## IX. Timetable

Week	Dates	Unit	Content	Activities	References	Classroom Hand-in
1	17 – 21 August	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Defining framework and nature of international business negotiations.</li> <li>• Dimensions of negotiations: distribution.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lecturing and classroom dialogue.</li> <li>• Debate.</li> </ul>	Lewicki (2011) Ch.1,2 Moore (2010) Ch. 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "My personal case of a negotiation". (2<sup>nd</sup> session)</li> </ul>
2	24 -28 August	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensions of Negotiations: Integration and solution.</li> <li>• The Negotiator: Particular Skills.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate: required readings</li> </ul>	Lewicki (2011) Ch.3 Shell (2006) Ch. 1	
3	31 August – 04 September	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Power and conflict.</li> <li>• Strategic considerations: Strategy, Tactics and Decision-Making.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate: required readings.</li> <li>• Debate.</li> </ul>	Lewicki (2011) Ch.1 Lewicki (2010) 1.1 Lewicki (2010) 5.2	
4	07 -11 September	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basic preparations: information gathering and analysis, and planning.</li> <li>• Content Analysis: Objectives and interests</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assigned Readings Control</li> <li>• Debate: required readings.</li> </ul>	Lewicki (2011) Ch.4 Lewicki (2010) 1.4 Moore (2010) Ch. 5 Lax (1986) Ch. 4	
5	14 – 18 September	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Content Analysis: assumptions and restrictions</li> <li>• Content Analysis: BARNA and initial alternatives.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate: required readings.</li> <li>• Individual Presentations</li> <li>• Case Study</li> </ul>	Lewicki (2011) Ch.4 Lewicki (2010) 1.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual Presentation.</li> <li>• Executive Summary.</li> </ul>
6	21 – 25	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preliminary counterpart evaluation:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debate:</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual</li> </ul>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

	September		interests and objectives; SWOT Analysis; and Cultural Differences.	required readings. • Individual Presentations.		Presentation. • Executive Summary.
7	28 September – 02 October	2	• Strategic Definitions: Negotiating styles and roles; argumentation and communicative adequacy; setting the agenda; and material aspects.	• Debate: required readings. • Case Study	Lewicki (2010) 1.2	• Executive Summary.
Mid-Term Exams: October 5 <sup>th</sup> to 12 <sup>th</sup> , 2015						
8	16 -19 October	3	• Proposal presentation: opportunity and form. • Analyzing the atmosphere and mood: Reactions.	• Debate: required readings.	Moore (2010) Ch. 6 Shell (2006) Ch. 9	
9	23 – 26 October	3	• Analyzing the atmosphere and mood: Use of verbal and non-verbal language; and Cultural Differences. • Response to proposals: Clarification; and Analysis and building of alternatives.	• Assigned Readings Control • Case Study.	Lewicki (2010) 3.4	• Executive Summary.
10	30 October – 02 November	3	• Within the process itself: Tactics and countertactics; Attitudes; Positioning; Strengthening and Weakening of Positions.	• Debate: required readings. • Group Presentations and Debate	Lewicki (2010) 1.8	• Group Presentation. • Executive Summary.
11	06 -09 November	4	• The Closing Stage	• Debate: required readings. • Group	Lewicki (2010) 1.6 Moore (2010) Ch. 12 Shell (2006) Ch.	• Group Presentation. • Executive Summary.



				Presentations and Debate	10	
12	13 – 16 November	5	• The Implementation of the Agreement	• Assigned Readings Control	Lax (1986) Ch. 13 Sierralta (2005) Ch. 5	
		6	• Bilateral and Multilateral Negotiations.			
13	20 -23 November	6	• Contract for the international sale of goods. • Joint-Venture Contract. • Distribution Contract	• Debate: required readings. • Analysis of Contract Models	Sierralta (1998) Ch. 4 y 5	• Executive Summary: contract negotiations checklist.
14	27 November	7	• Conciliation • Mediation • International Commercial Arbitration	• Debate: required readings. • Analysis of Contract Models	Moore (2010) Ch. 15 Sierralta (1998) Ch. 9	• Executive Summary: contract negotiations checklist.
Final Exams: November 30 to December 5 <sup>th</sup> , 2015						
Return of Final Exams: December 14 <sup>th</sup> , 2015						



Academic Department of  
Business Administration

---

# SYLLABUS

---

**Course:**

***International Human  
Resource Management***

---

**Professors:**

***Gabriela Elgegren  
Carla Salvador***

---

**March - July 2016**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SYLLABUS

<b>Course:</b>	<b>International Human Resources Management</b>
<b>Code:</b>	
<b>Academic Department:</b>	<b>Business Administration</b>
<b>Prerequisite(s):</b>	<b>Cross Cultural Management</b>
<b>Academic semester:</b>	<b>2016-1</b>

### **Sections and teachers:**

Section A : Prof. Gabriela Elgegren e-mail: [GB.ElgegrenV@up.edu.pe](mailto:GB.ElgegrenV@up.edu.pe)  
Prof. Carla Salvador e-mail: [CB.SalvadorA@up.edu.pe](mailto:CB.SalvadorA@up.edu.pe)

### I. Summary

International Human Resource Management builds on the foundations of Human Resource Management (HRM) ideas. As companies and organizations become increasingly international, issues of national culture, systems and institutions might often stand in the way of a seamless progression of HRM across national boundaries.

The course starts with an examination of the history and nature of HRM before embedding it in a global context. The drivers of business internationalization and its impacts onto strategic international HRM will be discussed. From an institutional perspective, the course will also explore how institutional and socio-cultural context have an impact on IHRM patterns in different countries as well as on international assignees management. Taking into consideration the role of HRM in different international organizations' structures, the employment cycle and main tasks concerning global talent management and future trends of IHRM will be presented and discussed.

### II. Student competencies profile

#### **Criteria**

The student must be able to analyze, argue and produce critical thinking that can contrast with other perspectives (authors, peers, etc.) to produce their own knowledge, opinions and ideas in order to propose solutions, resolve problems and take appropriate decisions with responsibility. In this sense, the student will be able to analyze strategies of different fields with the support of theoretical and practical frameworks based on an international perspective. This will provide the student with a worldwide comprehension of the dynamics and complexities of a global human resource management system.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## **Teamwork and flexibility**

The student will be able to organize, coordinate and implement effectively the resources and tasks available to achieve common goals and priorities defined previously, committing to them by promoting mutual responsibility, engagement and participation of those working with him/her as a group. To achieve this, the student should understand and respect people's skills are complementary and he/she should trust in dialogue and flexibility as the pillars of success in the human resources management field, adapting his/her thoughts, emotions and behaviors according with a changing environment and responding proactively to new challenges.

## **Integral vision**

The student will be aware of his/her role to contribute to sustainable development in a globalised world, paying attention to the economic, social and environmental factors. The student will develop business and operational strategies to achieve competitive advantages with a global and integral vision of its organization and context.

### **III. Learning goals and objectives**

- 1) Our students will be effective and efficient managers in a global environment.
- 2) Our students will understand the importance of international human resource management as a strategic approach to the overall management of an organization's most valuable assets – its employees.
- 3) Our students will gain insight and appreciation for the complexities and differences of managing HR in an international context.

### **IV. Learning outcomes**

- 1) To recognize and assess the impact of internationalization on strategic human resource management in different business models.
- 2) To have a broader understanding of the role and importance of human resource management in companies as they operate throughout the world.
- 3) To understand and recognize the importance of socio-cultural and institutional contexts in global human resource management.
- 4) To be familiar with the main tasks and functions of global talent management.
- 5) To understand the implications of expatriation/repatriation.



## V. Contents

### **Didactic unit I: Introduction to Human Resource Management (HRM)**

- 1) Definition of HRM
- 2) HRM vs Personnel Management
- 3) HR Activities
- 4) HR Challenges

### **Didactic unit II: Going international: managing HR across the world**

- 1) Drivers of the Internationalization of Business
- 2) HRM vs IHRM
- 3) Different settings of international human resource management
- 4) Strategic IHRM
- 5) Socio-cultural contexts of IHRM: Cultural impediments and practical complications
- 6) Institutional Context of IHRM
- 7) International Employment Law, Labor Standards and Ethics

### **Didactic unit III: Different international organizations' structures and HRM**

- 1) Design and structure of the MNE
- 2) Basic characteristics associated with different organizations' structures and IHRM implications
- 3) Knowledge transfer within a MNE
- 4) Basic nature of international models: HRM in International Mergers & Acquisitions, Joint Ventures and Alliances:

### **Didactic unit IV: Global Talent Management and Future trends**

- 1) Foreign assignments: managing expatriates
- 2) International workforce planning and staffing
- 3) International recruitment, selection and repatriation
- 4) International training and management development
- 5) International employee performance management
- 6) Well-Being of the International Workforce and International HRIS
- 7) International compensation, benefits and taxes
- 8) Professionalization and future of IHRM



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## VI. Didactic strategies

The course has been designed using a participatory approach involving case studies, collaborative work and closer to the reality of international human resource management. Together with the dynamic practices yet mentioned, the theoretical development will be presented by the professor and guest speakers. The theoretical development shall be accompanied by questions and opinions of the student and generated in a context benefiting dialogue and constructive discussion.

Participation will be carried out through the following actions:

- Reading of bibliographic material previous to the corresponding class session
- Class participation in each session
- Group presentations
- Case studies
- Group papers and/or discussions inside and outside the class
- Questions during guest speakers' presentations

## VII. Assessment system

The assessment system uses the following criteria:

1. Conceptual domain
2. Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts with practical examples.
3. Ability to research
4. Ability to resolve problems and take decisions
5. Ability to identify and develop strategies/actions in an international environment
6. Ability to participate through constructive opinions to promote discussion and reflection

**Assessment Tools:** The following table shows the nature of the assessment tools to be used throughout the course (individual and group) as well as their weighting. The weight of individual evaluations is 62.5% vs. 37.5% for the group evaluations.

Assessment tools		Criteria		Weight
Continuous Assessment	Reading Exams (03) and participation (I)	25 %	Conceptual domain	50%
	Case studies, panels participation, in-class activities (G)	40 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Ability to identify and develop strategies and evaluate management practices at the international level	
	Final Work (G)	35 %	Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts Research ability	
Partial Exam (I)		Conceptual domain, decision-making ability		20%
Final Exam (I )		Conceptual domain, ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts, decision making ability		30%

(I) = Individual

(G) = Group



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=

<b>Individual assessment</b>	Reading Exams	7.5 %	62.5 %
	Participation	5 %	
	Partial Exam	20 %	
	Final Exam	30 %	
<b>Group assessment</b>	Case studies, panel participation, in-class activities	20 %	37.5 %
	Final Work	17.5 %	

IE: Individual Evaluation / GE: Group Evaluation

#### **Participation:**

The first minutes of each class will be used to validate that students actually have read the articles/papers assigned as mandatory to attend the corresponding class session. To do so, the teacher will randomly choose a group of students who must respond individually to a question about the paper assigned to the class session. Furthermore, participation will be measured across the whole cycle.

#### **Presence and punctuality:**

- Once passed the first 10 minutes of class, students will not be allowed to enter.
- The maximum percentage of absences allowed is 30% of the classes.

## **VIII. Bibliography**

L1: Tayeb Monir H (2005). International Human Resource Management. Oxford University Press.

L2: Briscoe Dennis; Schuller Randall; Tarique Ibraiz (2012 – Fourth edition). International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises. Routledge.

L3: Hayton James; Biron Michal; Castro Christiansen Liza y Kuvaas Bard (2012). Global Human Resource Management Casebook. Routledge

L4: Kramar Robin; Syed Jawad. (2012) Human Resource Management in a global context, a critical approach.

It is mandatory to check the **Black Board (BB)** where the relevant readings for each session are uploaded.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX. Chronogram

Date	Session	Didactic Units	Contents	Activities	Mandatory bibliography	Case study / Video
02/04	1	<b>Course Presentation</b> <b>Introduction to Human Resource Management</b>	Outlining the course syllabus Understanding the course structure and students' expectations, responsibilities, duties and rights  Definition of HRM HRM vs Personnel Management HR Activities HR Challenges	Class presentation and discussions / Activity in class  Lecture Group class activity Video	HRM for MBA students – Chapter 1 (pages 1-19) Article HBR : A new mandate for HR	Case study: HRM in Brunei's public sector – L4 (p. 27) Case study: An HRM strategy for Caledonian Healthcare (Henderson – p. 28)  Video: Animation HRM Video: Interview Google VP Operations
09/04	2	<b>Going international : managing HR across the world</b>	Drivers of the internationalization of business HRM vs IHRM Different settings of international human resource management Strategic International HRM	Lecture Groupal class activity Video	L2 Chapter 1 Paper HRM: Issues and Challenges in the new millennium Paper SHR: a new source for competitive advantage in the global arena	Case study: Harry Ramsden's goes international (UK) – L2 (p. 27)  Video: Introduction to IHRM Video: HCN Video: How can SHRM help in modern organizational growth



16/04	3	<b>Going international : managing HR across the world</b>	Strategic International HRM	Lecture Group class activity Video	L2 Chapter 2 L1 Chapter 5 Paper: From an ethnocentric to a geocentric approach to IHRM	Case study: Ford Motor Company goes international – L2 (p. 54) Case study: The effective global firm of the future - L2 (p. 56) Case study: Seiko Instruments – L1 (p. 107)  Video: Ten best practices
23/04	4	<b>Going international : managing HR across the world</b>	Socio-cultural contexts of IHRM	Lecture Group expositions Group class activity Video Expert invited	L1 Chapter 2 L2 Chapter 5 L2 Chapter 14 Paper: Influence of culture on SHRM practices in MNC in Kenya	Case study: Mexican Experiences from a Danish firm: “Changing” Mexican culture – L3 (p. 368) Case study: Oki UK Ltd - L1 (p. 38)  Video: Getting to yes across cultures
30/04	5	<b>Going international : managing HR across the world</b>	Institutional contexts of IHRM International Employment Law,	Lecture Group class activity Video Expert invited	L1 Chapter 3 L2 Chapter 6-7 Paper: The impact of CSR on employee motivation	Case study: Non-Compete agreements and Value Partners S.A. v. Bain & Co



			Labor Standards and Ethics Employment laws and regulation, ethical standards, CSR and corporate governance into IHM policies and practices			(Italy/US/Brazil) – L2 (page 174) Case study: Elements and Michelin – L1 (p. 59) Video: HCN Video: Global Compact
07/05	6	<b>Going international : managing HR across the world</b>	Institutional context of Human Resource: wrap up	Reading exam Group expositions Group class activity Expert invited	Paper: The impact of institutional context HRM in three Chinese societies	Case study: Unions begin to develop in China (China) – L2 (p. 197)
09/05 - 14/05	<b>MID-TERM EXAMS</b>					
21/05	7	<b>International organizations / business models and HRM</b>	Design and structure of the MNC Knowledge transfer within a MNC	Lecture Group class activity Expert invited Choose your case	L2 Chapter 3 L1 Chapter 6-7 Paper: Behind knowledge transfer Paper: Contemporary debates and new directions in HRM in MNCs	Case study: Copgemini, a transnational organization (France) – L2 (p. 81) Case study: Becoming an HR Transnational at Germany's OBI – L2 (p. 427) Case study: Transfer of knowledge in OKI – L1



						Video: 5 questions that drive knowledge transfer
28/05	8	<b>International organizations / business models and HRM</b>	Basic nature of international models: HRM in International Mergers & Acquisitions, International Joint Ventures and Alliances.  Other forms of international organizations and HRM	Lecture Group class activity  Expert invited	L2 Chapter 4 L1 Chapter 8 Paper: International JV System Complexity an HRM	Case study: Comex Group – L2 p108 Case study: BCE's Acquisition of Teleglobe International (Canada) – L2 p. 109 Case study: Babarian Auto Works in Indonesia (Germany/Indonesia) – L2 p. 437  Case study: The changing management process at Farmers' Future – L4 (p. 59) Video: International business: IHRM and market entry strategies
04/06	9	<b>Global Talent Management and Future Trends</b>	Foreign assignments: Managing expatriates	Lecture Group class activity Video Expert invited	L1 Chapter 9 Article: Should you accept an international assignment?	Video: The top countries for expatriates Case study: Tubular Industries Scotland Ltd. – L1 (p. 196) Case study: View Corporation – L4 (p. 71)
11/06	10	<b>Global Talent Management and Future Trends</b>	International workforce planning and staffing	Reading Exam Lecture Group class activity	L2 Chapter 8 Article: Workforce planning for a global economy	Case study: Internationalization of a local manufacturer



			International recruitment, selection and repatriation	Video Role play	L2 Chapter 9 Paper: La selección de directivos en las multinacionales	Barden (US/Germany) – L2 (p. 218) Video HRP Video: Global staffing approaches  Case study: Firms Woo Executives from “Third” Countries (Global) – L2 (p. 252) Video: Heineken The candidate Video: G Adventures – G Factor Video: Choosing the right people for overseas assignments
18/06	11	<b>Global Talent Management and Future Trends</b>	International Training and Management Development  International Employee Performance Management	Lecture Group class activity Video Role play	L2 Chapter 10 Paper: The training of international managers: Success factor in IB Paper: International training and management development – theory and reality  L2 Chapter 12 Paper: Expatriate performance management: The case of Nokia Telecommunications	Case study: Training managers in Malawi (Africa) – L2 (p. 287) Video: Cultural competence – a key discipline for the 21 <sup>st</sup> century Video: The transcultural leader



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

					Paper: Expatriate performance management from MNEs of different national origins	Case study: Cross cultural performance evaluation in Thailand. – L2 (p. 365) Video: How to give effective feedback?
25/06	12	<b>Global Talent Management and Future Trends</b>	Well-Being of the International Workforce and International HRIS  International compensation, benefits and taxes  GTM: Wrap Up	Lecture Group class activity	L2 Chapter 13  Paper: Personal safety for expatriates Paper: Health and social welfare for expatriates in Southeast Asia   L2 Chapter 11  Article: Unraveling comp, benefits for expatriates Article: Protecting expatriates' pay Article: Tax planning for expatriates	Case study Global Health and Safety Concerns (Romania/UK) – L2 (p. 386)   Case study: Compensation problem with a global workforce – L2 (p. 338)  Wrap Up: Case study: Organon Laboratories Ltd Scotland – L1 (p. 210) Case study: Rio Tinto: Going Global to Last (UK) – L2 (p. 430)
02/07	13	<b>Global Talent Management and Future Trends</b>	GTM: Wrap Up  Professionalization and Future of IHRM	Reading Exam Lecture Groupal class activity (case and exposition) Expert invited	L2 Chapter 15  Paper : The future perspective of IHRM Article : HR's future in a global setting	Choose your case



<b>04/07</b> - <b>09/07</b>	<b>FINAL EXAMS</b>
-----------------------------------	--------------------



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## X. Professor background

**Gabriela Elgegren** is Deputy Attaché for Cooperation at the Embassy of Belgium in Lima. She holds this position since November 2008 when she returned to Peru after about 7 years living and working abroad (Spain, Belgium, the Netherlands and Democratic Republic of Congo) in the field of international development cooperation.

A Peruvian and Belgian, she obtained the first place when graduated in Business Administration from the University del Pacifico in Peru and earned her degree with a thesis about "Role of Human Ressources in the Digital Era". She furthermore has a Master degree in International Cooperation and Development from the Universidad Complutense in Spain and complementary specializations in International Business at the University of Maastricht in the Netherlands, as well as Design, Management and Project Evaluation at the Catholic University of Lima in Peru. After her first experience working as an academic assistant at the Faculty of Management at the University del Pacifico and as Assistant Manager of Marketing and Logistics in a regional position for Latin America at the multinational Unilever, she decided to develop professionally in the field of international cooperation development where she has worked for 14 years in various positions, managing development programs and consultancies in prestigious Belgian and international organizations. A specialist in the construction of multi-player alliances and working with multicultural human resources teams to find solutions and to create value for organizations. She is the author of several articles on international cooperation and development and is also a researcher and speaker at conferences as well as a national and international workshop facilitator.

Her intensive and varied professional experience in various strategic positions in companies, NGOs and the public sector have enriched her vision of sustainable development, strategic management of Corporate Social Responsibility and international human resources management.

E-mail: [GB.ElgegrenV@up.edu.pe](mailto:GB.ElgegrenV@up.edu.pe)

**Carla Salvador** is an MBA graduate from IAE Business School (Argentina) with a bachelor degree in Business Administration and Accounting from Universidad del Pacífico (Perú).

She has over 14 years experience in multinational companies in human resource positions, such as HR Manager at Hipermercados Tottus, HR Manager at Gilat to Home Perú and HR Business Partner at Movistar Peru and Movistar Argentina. Currently, she works as Talent Partner for South America at G Adventures.

E-mail: [CB.SalvadorA@up.edu.pe](mailto:CB.SalvadorA@up.edu.pe)

<https://pe.linkedin.com/in/cbsalvadora>



<i>Nombre y Firma del Coordinador del Curso:</i>  Oscar Malca	<i>Nombre y Firma del Jefe de Departamento:</i>
<i>Fecha:</i>	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=



## Departamento Académico de Administración

# SILABO

---

**Curso:**  
**Investigación**

---

**Profesor:**  
**Martín Hernani Merino**

---

**Marzo – Julio 2016**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SÍLABO

<b>Nombre del curso:</b>	<b>Investigación en Negocios Internacionales.</b>
<b>Código:</b>	<b>140100</b>
<b>Departamento académico:</b>	<b>Administración</b>
<b>Prerrequisito(s):</b>	<b>Gestión de mercados globales, Análisis estadístico para los negocios.</b>
<b>Semestre académico:</b>	<b>2016-1</b>

### **Sección – docente**

Sección A: Prof. Dr. Martín Hernani Merino Oficina: D-508

### **I. Sumilla**

El curso de investigación busca asistir a los alumnos en la identificación de la problemática a estudiar, la formulación del objetivo, la relevancia y justificación del estudio para el mundo académico y profesional, la revisión de la literatura y el planteamiento de hipótesis en el contexto de los negocios internacionales. El producto final del curso comprende la elaboración de un plan de investigación con base en el método científico. El estudio representa un aporte teórico-práctico al desarrollo de los negocios internacionales.

### **II. Competencias del Perfil del Egresado**

#### **➤ Visión integral:**

El estudiante será capaz de observar distintas prácticas en los negocios internacionales desde diversas perspectivas y evaluarlas en sus múltiples dimensiones, haciendo uso de las capacidades de análisis, inducción, relación y síntesis. Demuestra un pensamiento flexible, valorando las diferencias, abierto al diálogo, la crítica y al cuestionamiento con el fin de lograr una comprensión holística de la realidad objeto de estudio.

#### **➤ Trabajo en equipo**

El estudiante será capaz de participar activamente en el proceso de alcanzar una meta común, comprometiéndose con él mismo y asumiendo una mutua responsabilidad por los resultados. Será capaz de reconocer que las habilidades de sus compañeros son complementarias y confía en el diálogo, la flexibilidad y el respeto como pilares del éxito en el trabajo de investigación realizado.

#### **➤ Flexibilidad y apertura al cambio**

El estudiante será capaz de adaptar sus pensamientos, emociones y comportamientos a un entorno cambiante, respondiendo de manera proactiva a las nuevas exigencias de los



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtw 2L0=



negocios internacionales. Será capaz de promover y recibir las críticas y los aportes novedosos teórico-prácticos para construir nuevos y mejores escenarios, asumiendo con entusiasmo el reto y la posibilidad de mejora en su actuar profesional.

### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

#### 1 Nuestros egresados mejorarán los resultados de la gestión internacional a través de la investigación aplicada.

- Nuestros estudiantes desarrollarán planes de investigación pertinentes a la internacionalización de la empresa.

#### 2 Nuestros egresados serán estrategas en entornos internacionales y pluriculturales.

- Nuestros estudiantes examinarán los elementos de la cultura de la sociedad, especialmente la ética y la responsabilidad social.
- Nuestros estudiantes identificarán los aspectos críticos del entorno que afecta al proceso de la negociación internacional.

### IV. Resultados de Aprendizaje

Al finalizar el curso de investigación, los estudiantes estarán en capacidad de:

- Elaborar un plan de investigación aplicada que se basa en la identificación de oportunidades/problemas en los mercados internacionales, enmarcado en el método científico.

### V. Contenidos

- Tema 1: Introducción a la investigación
- Tema 2: Identificación y definición de temas de investigación
- Tema 2: Planteamiento del problema de investigación
- Tema 3: Revisión de la literatura
- Tema 4: Formulación de hipótesis
- Tema 5: Diseño de la investigación

### VI. Estrategias Didácticas

La estrategia didáctica está enfocada a desarrollar un curso eminentemente teórico-práctico, con la activa participación de los alumnos. Los principios teóricos y las herramientas del



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



método científico facilitadas por el profesor durante las discusiones en clase, serán complementados con las siguientes actividades de aprendizaje:

- Presentaciones sobre el desarrollo del plan de investigación.
- Lectura de artículos y libros.
- Entrevistas a especialistas sobre el fenómeno estudiado para corroborar la orientación teórica de la investigación.
- Ejercicios metodológicos para reforzar el desarrollo de los planes de investigación.
- Investigación de marco teórico y exposición de avances.
- Discusión de opiniones sobre el desarrollo y dirección teórico-práctico del plan de investigación.

## VII. Sistema de Evaluación

Instrumento	Criterios de Evaluación	Pesos	
		EI	EG
<b>Trabajos y aportes (25%)</b>	Asistencia a clases y asesorías	- Razonamiento analítico y sintético, resolución de problemas en el proceso de investigación, expresión oral y aportes en clase.	15%
	Participación en clase y talleres		
	Controles de lectura	- Comprensión de lectura, razonamiento analítico y sintético, y expresión escrita.	10%
<b>Avances del plan de investigación (45%)</b>	Primer avance	- Resolución de problemas en el proceso de investigación, aplicación de conceptos de negocios internacionales en la realidad estudiada, razonamiento analítico y sintético, expresión escrita y expresión oral.	5% 10%
	Segundo avance		5% 10%
	Tercer avance		5% 10%
<b>Plan de investigación final (30%)</b>		- Resolución de problemas en el proceso de investigación, aplicación de conceptos de negocios internacionales en la realidad estudiada, razonamiento analítico y sintético, expresión escrita y expresión oral. - Habilidad para desarrollar un plan de investigación que contribuya en el campo de internacionalización de la empresa.	10% 20%

Nota. EI. Evaluación individual, EG. Evaluación grupal.

## VIII. Actores

### Alumnos



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



Los alumnos trabajarán el plan de investigación de forma grupal. Es responsabilidad de los alumnos:

- Elegir un tema para su plan de investigación.
- Elegir un asesor.
- Comunicar la fecha y hora de la presentación del plan de trabajo al asesor.
- Asistir a todas las actividades y cumplir con los plazos establecidos en el cronograma.

### **Asesores**

El asesor elegido por los alumnos guiará en la elaboración de la propuesta del plan de investigación y sugerirá bibliografía que deberán revisar los alumnos para elaborar su trabajo.

### **Jurados**

Cada grupo contará con un jurado perteneciente a la Universidad del Pacífico, elegido por el profesor del curso de investigación. El jurado asistirá a la presentación final del plan de investigación y emitirá una calificación.

### **Profesor del curso de investigación**

Guiará a los alumnos en la parte metodológica de sus planes de investigación. Brindará asesorías, realizará dinámicas y dirigirá talleres de discusión en clase para facilitar la aplicación de conceptos y herramientas del método científico.

## **IX. Plan de investigación**

El plan de investigación contará con una extensión máxima de **12 páginas** en formato paper (segundo, tercero, cuarto avances y entrega final). Deberán ser referenciados en la bibliografía **20 papers** como mínimo; pudiendo citar adicionalmente libros, manuales, páginas Webs reconocidas, entre otros si lo consideran necesario.

### **Formato**

Normas para citas y bibliografía: APA

Tipo de letra: Times New Roman

Tamaño de letra: 12

Interlineado: 1.5

## **X. Bibliografía**

### **Obligatoria:**

1. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. 6<sup>a</sup> ed. México: Mc Graw Hill Education.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



### Complementaria:

1. Buckley, P. J. (2002). Is the International Business Research Agenda Running out of Steam? *Journal of International Business Studies*, 33(2), 365-373.
2. Guerra, F. M., Peña, A. G. S. R., Viveros, F. S., & American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*. México: El Manual Moderno.
3. Kumar, R. (2011). *Research methodology: a step-by-step guide for beginners*. 3<sup>rd</sup> ed. London: SAGE.
4. Machi, L. A., & McEvoy, B. T. (2012). *The Literature Review: Six Steps to Success*. 2nd Ed. United States of America: Corwin.
5. Peng, M. W. (2004). Identifying the big question in international business research. *Journal of International Business Studies*, 35, 99-108.
6. Wallace, E., Buil, I., de Chernatony, L., & Hogan, M. (2014). Who —Likes|| You ... and Why? A Typology of Facebook Fans From —Fan||-atics and Self-Expressives To Utilitarians and Authentics. *Journal of Advertising Research*, 54(1), 92-109.

Otros textos indicados por el profesor.

### XI. Cronograma

Semana	Fecha	Contenidos	Bibliografía	Actividades
1	22 de marzo	Clase introductoria		Presentación del profesor y alumnos
2	29 de marzo	Bases de datos y recursos de la biblioteca UP		Taller de biblioteca
	31 de marzo	Identificación y definición de temas de investigación	Hernández et al. (2014): Cap 1.	Ejercicios metodológicos en clase
3	05 de abril	Identificación y definición de temas de investigación	Hernández et al. (2014): Cap 2. Paper: Facebook	Ejercicios metodológicos en clase
	07 de abril	Planteamiento del problema de investigación	Hernández et al. (2014): Cap 3.	Ejercicios metodológicos en clase <b>Control de lectura: 1</b>
4	12 de abril	Planteamiento del problema de investigación		<b>Taller de discusión 1</b>
	14 de abril			Asesoría en oficina del profesor
5	19 de abril			<b>Entrega y presentación: primer avance del plan de investigación</b>
	21 de abril	Revisión de la literatura	Hernández et al. (2014): Cap 4.	Ejercicios metodológicos en clase
6	26 de abril	Revisión de la literatura		Ejercicios metodológicos en clase
	28 de abril			Asesoría en oficina del profesor





7	03 de mayo	Revisión de la literatura		<b>Taller de discusión 2</b>
	05 de mayo			Asesoría en oficina del profesor
<b>09 al 14 de mayo</b>		<b>EXAMEN PARCIAL</b>		

Semana	Fecha	Contenidos	Bibliografía	Actividades en Clase
9	17 de mayo			Asesoría en oficina del profesor
	19 de mayo			<b>Entrega y presentación: segundo avance del plan de investigación</b>
10	24 de mayo	Revisión de la literatura		Ejercicios metodológicos en clase <b>Control de lectura: 2</b>
	26 de mayo	Revisión de la literatura		<b>Taller de discusión 3</b>
11	31 de mayo			Asesoría en oficina del profesor
	02 de junio			Asesoría en oficina del profesor
12	07 de junio	Revisión de la literatura		<b>Taller de discusión 4</b>
	09 de junio			<b>Entrega y presentación: tercer avance del plan de investigación</b>
13	14 de junio	Diseño de la investigación - Hipótesis y variables – diseño de la investigación	Hernández et al. (2014 caps. 5, 6 y 7)	Ejercicios metodológicos en clase <b>Control de lectura: 3</b>
	16 de junio			Asesoría en oficina del profesor
14	21 de junio			Asesoría en oficina del profesor
	23 de junio			<b>Taller de discusión 5</b>
15	28 de junio			<b>Entrega final del plan de investigación</b>
	30 de junio			<b>Presentación final del plan de investigación</b>
<b>04 al 09 de julio</b>		<b>EXAMEN FINAL</b>		

## XII. Información del profesor

Profesor-investigador contratado a tiempo completo del programa Chan Chan en la Universidad del Pacífico, en Lima-Perú. Ha trabajado en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=



(RENIEC), reconocida institución gubernamental en el Perú. También, se ha desempeñado como profesor investigador a tiempo completo en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) Perú, en donde recibió, el año 2008, por parte del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, el premio y reconocimiento anual al profesor que demostró un buen desempeño en actividades docentes, publicaciones e investigaciones.

Posee artículos científicos en congresos y revistas indexadas; los cuales fueron publicados en países como Brasil, Chile, China, Croacia, México, Perú y Turquía. Su trabajo, principalmente, se centra en tres áreas: modelaje en comportamiento del consumidor, investigación de mercados y marketing internacional. Esas áreas las evalúa utilizando estadística multivariada aplicada.

## Formación

Graduado como licenciado en Ciencias con mención en Administración de Empresas por la Universidad de Piura – Perú. Maestría en ciencias (M. Sc.) en Administración de Empresas – Marketing en la Escuela de Administración de la Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Brasil, su tesis analizó el tema de personalidad de marcas globales presentes en Brasil y Perú. Doctor en Ciencias (D. Sc.) en Administración de Empresas – Marketing por la Universidade de São Paulo (USP) – Brasil, cuya tesis de doctorado evaluó la susceptibilidad hacia la cultura de consumo global bajo la óptica de marcas globales; para tal fin, comparó metodologías utilizadas habitualmente en ciencias sociales (Teoría Clásica de los Tests) y poco exploradas en marketing (Teoría de Respuesta al Ítem). También, cuenta con estudios sobre nuevos productos, innovación y marketing realizados durante su etapa doctoral en la Fundación Getulio Vargas (FGV) de São Paulo, Brasil.

**Correo electrónico:** [mn.hernanim@up.edu.pe](mailto:mn.hernanim@up.edu.pe)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

**Departamento Académico  
de Administración**

---

**SILABO**

---

**Curso:**

**Negocios Internacionales  
Digitales (NID)**

---

**Profesor:**

***Freddy Linares Torres***

---

**Marzo – Agosto 2016**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Negocios Internacionales Digitales (NID)  
**Código:** 140806  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Gestión del Comercio Internacional  
**Semestre académico:** 2016-I

**Secciones y docentes:**

Sección A: Freddy Linares Torres e-mail: freddy.linares@cominstall.com

### I. Sumilla

Internet constituye un espacio natural de innovación y alcance a gran escala, si bien algunas iniciativas comienzan con pruebas piloto a escala local la ruta hacia la internacionalización es ineludible. En este curso se presentarán y debatirán casos de empresas que han trascendido fronteras, qué tipo de problemas enfrentaron y cómo superaron esos retos en un entorno digital.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ ***Responsabilidad:***

El egresado será capaz de cumplir con dedicación, calidad y puntualidad los compromisos asumidos, aspirando siempre al mejor resultado posible, sin necesidad de recordatorios o motivaciones externas. Reconoce sus fortalezas e identifica aquellas áreas donde necesita el apoyo de otros, aprovechando así las oportunidades que la diversidad le ofrece para generar óptimos resultados.

Un líder globalmente competitivo: orienta a otros hacia la consecución de un objetivo común, inspirándolos a la acción, integrando sus aportes y opiniones y desarrollando su potencial. Es capaz de desempeñarse profesionalmente en diferentes contextos y con diferentes grupos humanos, constituyéndose en un referente al que se busca seguir por voluntad propia.

➤ ***Visión integral:***

El participante será capaz de plantear estrategias de operaciones para el logro de ventajas competitivas y gestionar los procesos operativos con una visión global e integral de la organización y su entorno, y de manera alineada a las estrategias de las áreas funcionales.

➤ ***Trabajo en equipo:***



El egresado será capaz de participar activamente en el proceso de alcanzar una meta común, comprometiéndose con el mismo y asumiendo una mutua responsabilidad por los resultados. Reconoce que las habilidades de las personas son complementarias y confía en el diálogo, la flexibilidad y el respeto como pilares del éxito en el trabajo realizado.

### **III. Metas y Objetivos de Aprendizaje**

Nuestros egresados serán líderes socialmente responsables en las diversas organizaciones.

- Nuestros estudiantes prepararán una propuesta que incluya componentes de gestión digital.

Nuestros egresados serán capaces de tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.

- Nuestros estudiantes resolverán problemas gerenciales (casos, simulaciones).
- Nuestros estudiantes demostrarán capacidad de pensamiento crítico a través de un ensayo escrito.

Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes en un entorno global.

- Nuestros estudiantes demostrarán su capacidad de trabajar en equipos.

### **IV. Resultados de Aprendizaje**

Al finalizar el curso, los alumnos estarán en capacidad de:

- ✓ Formular estrategias, planes y políticas pertinentes a las necesidades de una empresa digital en ruta hacia el mercado global.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## V. Contenidos

- Unidad Didáctica I: Oportunidades y retos globales
  - Oportunidades y retos para el comercio electrónico
  - Entorno social e impacto del idioma y cultura en los proyectos
  - Aspectos legales y económicos (sharing economy)
- Unidad Didáctica II: Estrategia de entrada a mercados
  - Las nuevas multinacionales
  - Retos durante el proceso de expansión
  - Estrategias de expansión
- Unidad Didáctica III: Segmentación global del consumidor online
  - Por qué es importante segmentar y criterios de segmentación
  - Consumidores online de las economías emergentes (BRIC)
  - Modelo de segmentación de clientes online
- Unidad Didáctica IV: Decisiones en el proceso de globalización
  - Estandarizar vs. Localizar
  - Centralizar vs. Descentralizar
  - In-House vs. Outsourcing
- Unidad Didáctica V: Sitios web para audiencias globales
  - Globalización, internacionalización y localización de websites
  - Unicode
  - Lista corta para la internacionalización
- Unidad Didáctica VI: Gestionando la cadena de valor online
  - Componentes de la cadena de valor
  - Actividades durante el proceso de expansión
- Unidad Didáctica VII: Optimizando sitios web para audiencias globales
  - Uso de gestores de contenidos
  - Uso de gestores de traducción
  - Mejores prácticas vía SEO
- Unidad Didáctica VIII: Evaluando sitios web para audiencias globales
  - Pruebas de usabilidad
  - Analítica web
  - Aceptación de contenidos
- Unidad Didáctica IX: Tendencias de la industria
  - La web móvil
  - Crowdsourcing
  - Ejes de inversión global para proyectos de tecnología



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## VI. Estrategias Didácticas

El curso será teórico y práctico a partir de exposiciones de los aspectos teóricos, y mediante la aplicación de casos y ejercicios grupales, los cuales demandan una intervención activa de los alumnos en la discusión de los temas tratados. Asimismo, se realizarán dinámicas y exposiciones grupales que permitan complementar los conceptos teóricos. Se requiere de la permanente participación de los alumnos a través de preguntas y opiniones en un clima de diálogo y discusión constructiva.

El curso comprenderá las siguientes actividades:

- Discusión en clase sobre la base de los temas tratados.
- Resolución de casos propuestos.
- Lectura de textos sobre temas seleccionados.
- Trabajo de investigación.
- Trabajo cooperativo en grupo.
- Exposición de trabajos prácticos.
- Presentación de videos.
- Eventual visita de expositores invitados.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## VII. Sistema de Evaluación

Instrumento	Criterios de Evaluación	Individual	Grupal
<b>Nota de Trabajo (40%)</b>			
Participación (P)	Razonamiento analítico y sintético. Capacidad para resolver problemas, expresión oral.	20%	
Control de lectura (CL)	Razonamiento analítico y sintético. Capacidad para resolver problemas, expresión escrita y expresión oral.	20%	
<b>Nota Parcial (30%)</b>			
Trabajos de Investigación (TI)	Razonamiento analítico y sintético. Comprensión de lecturas. Expresión escrita.	20%	10%
<b>Nota Trabajo Final (40%)</b>			
Trabajo final escrito (TF)	Razonamiento analítico y sintético. Capacidad para resolver problemas, expresión escrita.		20%
Exposición del trabajo final (TF)	Razonamiento analítico y sintético. Expresión oral.	20%	
<b>TOTAL</b>		<b>70.00%</b>	<b>30.00%</b>

NOTA: El componente de calificación individual no puede ser menor a 60%.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

## VIII. Bibliografía

### **Libro base (LB): Nitish Singh (2012), Localization Strategies for Global E-Business (Primera Edición), Cambridge University Press**

Lectura 1: Lianxi Zhou, Aiqi Wu, and Bradley R. Barnes (2012). The Effects of Early Internationalization on Performance Outcomes in Young International Ventures: The Mediating Role of Marketing Capabilities. *Journal International Marketing*, Volume 20, Number 4

Lectura 2: Robert M. O'keefe, George M. Giaglis, Stefan Klein (2002), The Role of Intermediaries in Electronic Marketplaces, Department of Financial and Management Engineering, University of the Aegean , Greece; Institute for Information Systems , University of Muenster.

Lectura 3: Christine Volkmann, Kim Oliver Tokarski (2006), Growth strategies for young e-ventures through structured collaboration, Department of Computer Science and Business Economics, University of Applied Sciences Gelsenkirchen.

Lectura 4: Rajeswararao S. Chaganti (2012), Pathways to Failure of New Ventures: Markers of Failed Internet Ventures, *Journal of Management & Public Policy* Vol. 4, No. 1, pp. 4-16.

Lectura 5: Dariusz Zarzecki, Prof. (2010), Valuing Internet Companies, *Folia Oeconomica Stetinensis*.

Lectura 6: James Manyika, Jacques Bughin, Susan Lund, Olivia Nottebohm, David Poulter, Sebastian Jauch, and Sree Ramaswamy (2014), Global flows in a digital age, McKinsey Global Institute

Lectura 7: Lectura: Growth strategies for young e-ventures through structured collaboration, Christine Volkmann, Kim Oliver Tokarski, Department of Computer Science and Business Economics, University of Applied Sciences Gelsenkirchen, 43, Neidenburger Str., 45877, Gelsenkirchen, Germany.

Lectura 8: Mining the Silicon Valley Mind <http://carlosbaradello.com/2012/06/29/mining-the-silicon-valley-mind-a-perspective/>

Lectura 9: Lectura: The Effects of Early Internationalization on Performance Outcomes in Young International Ventures: The Mediating Role of Marketing Capabilities. Lianxi Zhou, Aiqi Wu, and Bradley R. Barnes

Lectura 10: Lectura: 10 Startups Marissa Mayer Bought Before Tumblr. By: Flynn, Mary Kathleen; Noto, Anthony. *Mergers & Acquisitions Report*. 5/27/2013, Vol. 26 Issue 21, p7-7. 1p.

Video 1: Business Models for Entrepreneurs and Innovators  
<http://www.youtube.com/watch?v=inQ8bATUoFM&feature=youtu.be>

Video 2: My Startup Story: Alex Ljung, Soundcloud

Video 3: My Startup Story: Joe Fernandez, Klout



## IX. Cronograma

<b>S</b>	<b>S</b>	<b>Tema</b>	<b>Bibliografía</b>	<b>Actividad</b>
1	01	Oportunidades y retos para el comercio electrónico. Entorno social e impacto del idioma y cultura en los proyectos. Aspectos legales y económicos (sharing economy)	LB. CAP 1. Lectura 9	Def. Equipos. Caso: Airbnb: More Than a Place to Crash. Selección de TI.
2	02	Las nuevas multinacionales. Retos durante el proceso de expansión. Estrategias de expansión. "Mindset", competencias y características. Estrategias de crecimiento.	LB. CAP 2. Lectura 10	Expositor invitado (30') Cabify Presentación de Video 1
3	03	Por qué es importante segmentar y criterios de segmentación. Consumidores online de las economías emergentes (BRIC). Modelo de segmentación de clientes online. Valoración de empresas digitales	LB. CAP 3. Lectura 5	Presentación de Video 2
3	04		LB. CAP 3.	Presentación de Video 3
4	05	<b>SESIÓN PREPARATORIA: TRABAJO FINAL</b>		
4	06	Decisiones en el proceso de globalización. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estandarizar vs. Localizar</li> <li>• Centralizar vs. Descentralizar</li> <li>• In-House vs. Outsourcing</li> </ul>	LB. CAP 4. Lectura 7 Lectura 8	
5	07	Sitios web para audiencias globales. Globalización, internacionalización y localización de websites. Unicode. Lista corta para la internacionalización. Cómo trabajar en un entorno g(local)	LB. CAP 5.	Debate
6	08	Componentes de la cadena de valor. Actividades durante el proceso de expansión		Debate
6	09	<b>CONTROL DE LECTURA</b>		
7	10	Gestionando la cadena de valor online. Uso de gestores de contenidos. Uso de gestores de traducción. Mejores prácticas vía SEO	LB. CAP 7.	Caso Facebook
		<b>EXAMENES PARCIALES</b>		
8	11	Optimizando sitios web para audiencias globales	LB. CAP 8.	
9	12	Evaluando sitios web para audiencias globales	LB. CAP 9.	
10	13	Tendencias de la industria	LB. CAP 10.	
11	14	Exposición de trabajo final		Entrega de trabajo final
		<b>EXÁMENES FINALES</b>		



## X. Información del profesor

Ph.D. (c) en Filosofía de la Tecnología por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Magister en Dirección y Gestión de Tecnología de la Información. Licenciado en Administración de Empresas y en Contabilidad por la Universidad del Pacífico.

14 años de experiencia en gestión de proyectos de base tecnológica. Profesor de los cursos de Web 2.0 y Empresa así como de Neurociencias del Consumidor y Usabilidad Web en pregrado y posgrado en la Universidad del Pacífico. Director de Cominstall Corp., empresa consultora especializada en el diseño de procesos de negocio online.

Ha sido Past President del Comité de Internet de la Cámara de Comercio Americana en el Perú y Past President de Internet Society Perú. Socio Fundador de Neurometrics LLC.

<i>Nombre y Firma del Coordinador del Curso:</i>	<i>Nombre y Firma del Jefe de Departamento:</i>
<i>Freddy Linares</i>	<i>Alejandro Flores</i>
<i>Fecha: / /</i>	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Curso:**

**Simulación de Operaciones de  
Comercio Internacional**

---

**Profesor:**

***Luis Porras Sosa***

---

**Marzo – Julio 2016**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

**Profesor: Luis Porras**

Correo: [porras\\_la@up.edu.pe](mailto:porras_la@up.edu.pe)

**I. Sumilla**

Al finalizar el curso los alumnos evaluara los procedimientos de exportación e importación y reconocerá la documentación necesaria, aplicando las diversas herramientas de gestión, que le permitirán incursionar de manera correcta en las operaciones del comercio internacional.

**II. Objetivo del Curso**

- Los estudiantes tendrán una visión integral de los procedimientos de comercio exterior y el rol de cada operador que interviene, contribuyendo a la optimización de la toma de decisiones.

**III. Competencias que desarrolla**

- Gestionar los procesos del comercio exterior de mercancías, para optimizar los recursos de la empresa y ejecutar eficazmente tareas.
- Sistematizar información derivada de los procesos de importación y exportación
- Trabajar en equipo
- Reconocer rol de las empresas que interviene en las operaciones y determinar sus responsabilidades.
- Generar actitudes proactivas en la gestión de operaciones de comercio exterior.
- Reconocer y elaborar documentos requeridos para las operaciones de comercio exterior.
- Reconocer los puntos críticos en las operaciones de exportación.
- Aprender a valorar la gestión y transparencia a través de la conformación de equipos de trabajo como base para el desarrollo de Alianzas y Redes.
- Reconoce de la ética y la responsabilidad social en la gestión operativa de comercio exterior.

**IV. Contenidos**

**Unidades didácticas:**

**UD I: Planificación de operaciones de comercio exterior**

- Identificación de oportunidades
- Evaluar acceso mercado
- Evalúa idea de negocio
- Determinar estrategias de entrada.
- Diversas modalidades de contratación
- Análisis de contrato de compraventa para determinar requerimientos
- Determinación de requerimientos de operadores, documentación, entidades, procedimientos para su obtención.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Realiza cronograma de tareas.
- Realiza plan operativo de exportaciones e importaciones.

**UD II: Gestión operadores y documentación**

- Análisis de la gestión de los operadores
- Análisis de documentos emitidos
- Taller proceso logístico y documentación.
- Responsabilidades de operadores
- Riesgos logísticos

**UD III: Gestión de medios de pagos y documentación**

- Preparación de documentos para la negociación de carta de crédito
- Taller de simulación de negociación de documentos
- Preparación de documentos para cobranza
- Póliza de crédito a las exportaciones y financiamiento.
- Riesgos financieros en operaciones de exportación.

**UD IV: Regímenes aduaneros.**

- Procedimientos de los regímenes aduaneros
- Documentos de los regímenes aduaneros
- Procedimientos de despachos.
- Riesgos en los procesos aduaneros.
- Puntos críticos en el proceso de exportación.

**V. Estrategia Didáctica**

El desarrollo del curso estará basado en la interacción del alumno con el profesor, Talleres de elaboración, análisis, informes, fluograma, el desarrollo de casos y ejercicios así como el desarrollo y sustentación de un trabajo final.

Los alumnos para el desarrollo de las diversas tareas, podrán disponer de manera complementaria a lo entregado en clases una lista de referencias electrónicas relacionadas disponible en el blackboard.

**Trabajo Grupal:** El Profesor propondrá los temas para los trabajos, sin embargo el grupo puede proponer otros temas de acuerdo a las competencias del curso.

**VI. Actividades de Aprendizaje**

El desarrollo del curso estará basado en la programación de diversas actividades como:



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Lluvia de ideas, debates, trabajos prácticos, resolución de problemas, visitas a empresas, expositores invitados, búsqueda de información, trabajo escrito y mapas conceptuales.

## VII. Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PROCEDIMIENTO	PONDERACIÓN
Continua	Talleres, simulaciones, Controles, practicas, casos, etc.	50%
Resultados	Taller Parcial	25%
	Taller Final	25%

## VIII. Bibliografía

1. Ley General de aduanas D. leg. 1053
2. Reglamento de la Ley general de Aduanas DS 010-2009-EF
3. García A. (2012). Los 100 documentos del comercio exterior. Editorial S..L. Global Marketing Strategies.
4. Nuñez de Dios F. (2010). Gestión de riesgos en empresa internacional. Editorial S.L. Global Marketing Strategies.
5. Sandoval, L. (2002). Logística Internacional de Importaciones. Lima: ENA.
6. Cámara de Comercio Internacional (2010). Las reglas Incoterms® 2010. Barcelona: CCI.
7. Sandoval, L. (2006). Derecho Tributario Aduanero. Lima: Edit. Normas Legales.
8. Cosío, F. (2006). Comentario a la Ley General de Aduanas. Lima: Edit. Rhodas
9. Zagal, R. (2009).Operativa de comercio exterior y regímenes aduaneros. Lima: Edit. San Marcos

### Electrónicas

1. SUNAT (2013). Régimen de Exportación [en línea]. Disponible en: [www.sunat.gob.pe/operatividad/manuales](http://www.sunat.gob.pe/operatividad/manuales).
2. SIICEX (2013). Guía de Exportación. [en linea]. Disponible en: [www.siicex.gob.pe/guías\\_de\\_exportación](http://www.siicex.gob.pe/guías_de_exportación).
3. SUNAT (2012). Operatividad en Aduana. [en línea]. Disponible en: <http://www.aduanet.gob.pe/operatividadAduana/index.html>.
4. PRODUCE (2012). Productos de Importación Restringida. [en línea]. Disponible en: [www.produce.gob.pe/productos\\_restringidos\\_prohibidos](http://www.produce.gob.pe/productos_restringidos_prohibidos).



**IX. Cronograma**

<b>Fechas</b>		<b>Contenidos</b>	<b>Actividades en clase</b>	<b>Lecturas</b>	<b>Evaluaciones</b>
1	1era semana	Identificación de oportunidades Evaluar acceso mercado Determinar estrategias de entrada Evalúa idea de negocio	Revisar los links de: SICE – OEA, MINCETUR – Perú, Comunidad Andina, Unión Europea Revisa página web de diferentes instituciones para obtener información, trade map, exporthelp.europa, minctur, promperu sunat, etc.	Trabajo en laboratorio	
2	2da semana	Diversas modalidades de contratación Análisis de contrato de compraventa para determinar requerimientos.	Analiza contratos marcos para diferentes tipos de productos	Manual de contratos de UNCTAD	
3	3era semana	Determinación de requerimientos de operadores, documentación, entidades, procedimientos para su obtención.	Realiza plan operativo de exportaciones e importaciones, considerando las funciones de los operadores.	Manual de Logística del Comercio Internacional Centro Universitario de Los Altos Tepatitlán, Jalisco	Esquema de trabajo final
4	4ta semana	Análisis de la gestión de los operadores Análisis de documentos emitidos Responsabilidades de operadores Riesgos logísticos	Mapea la gestión de los operadores y determinar el valor que genera en las actividades. Realiza cuadro sinóptico de responsabilidades de los operadores y los cuidados a considerar.	Manual de Logística del Comercio Internacional Centro Universitario de Los Altos Tepatitlán, Jalisco	Control de gestión de contratos
5	5ta semana	Preparación de documentos para la negociación de carta de crédito.	Simula negociación de documentos de crédito documentario.	UPS 600 de la CCI	
6	6ta semana	Preparación de documentos para cobranza	Simula negociación cobranzas documentaria	Folleto 522 de la CCI	Monitoreo 1 de trabajo final
7	7ma semana	Póliza de crédito a las exportaciones y financiamiento	Elabora informe de las principales cláusulas de una póliza de seguro y costos y facilidades financieras a obtener.	Manual de SECREX	Resolución de casos
8	8va semana	<b>Examen parcial</b>			



Fechas		Contenidos	Actividades en clase	Lecturas	Evaluaciones
9	9na semana	Regímenes de ingreso y promoción de exportaciones	Aplica sobre un producto determinado los procedimientos aduaneros	Ley general de aduanas y procedimientos de regímenes.	<b>Entrega avance Trabajo #1</b>
10	10ma semana	Regímenes de salida y facilitación	Aplica los procedimientos para un producto determinado	Ley general de aduanas y procedimientos de regímenes de facilitación	
11	11va semana	Procedimientos de despachos. Riesgos en los procesos aduaneros	Realiza mapeo del procedimientos de los despachos aduaneros de importación	Modalidades de despacho aduanero – Luis Porras	Control de procedimientos aduaneros
12	12va semana	Costeo de exportación e importación	Resuelve simulación de costeo de una operación de exportación e importación	Manual de DFI – Luis porras	
13	13va semana	Simulación de operaciones de importación	Taller general de importaciones	Presentación de simulaciones	Presentación de trabajo final
14	14va semana	Simulación de operaciones de exportación	Taller general de exportaciones		
15	15va semana	<b>Examen Final –</b>			



**X. Información de Profesor:**

El profesor Luis Porras es experto en Comercio Exterior y es Agente de Aduanas, cuenta con estudios en Economía, Derecho, Maestría en Comercio Exterior, MBA y aspirante a Doctor en educación. Instructor "International trade center - INTRACEN" en "International Supply Chain Management". Especialista en transporte internacional, NNUU-TRAINMAR. Capacitador de la ONU y consultor de empresas del ramo. Con más de 20 años de experiencia en el área empresarial desempeñado cargos directivos en empresas nacionales e internacionales como: Lumisa INC (EEUU), Servicios Logísticos integrados, Agentriz agentes de aduana, Corporación concordia, Agrojugos SAC, Nettalco y La Fabril. Actual director gerente de Forwarder group INC operadores logísticos.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=



**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

# **SILABO**

---

**Course:**

**Oral and Writing Skills  
for International  
Business Contracts**

---

**Professor:**  
**Carlos Eduardo Humberto  
Artieda de La Sotta**

---

**2016 - I**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

<b>Course:</b>	<b>Oral and Writing Skills for International Business Contracts</b>
<b>Code:</b>	<b>141058</b>
<b>Department:</b>	<b>Business Administration</b>
<b>Semester:</b>	<b>2016 - I</b>
<b>Professor:</b>	<b>Carlos Eduardo Humberto Artieda de La Sotta</b>
<b>Contact:</b>	<b>ceh.artiedad@up.edu.pe</b>

## I. Course description

The Oral and Writing Skills for International Business Contracts is a hands-on experiential course intended to reinforce the participants' abilities to communicate within an international business environment. It strives to promote self-confidence in critically articulating arguments that will impact both their personal careers and the well-being of any organizational setting in which they might find themselves in the future.

The course integrates both dimensions of any successful communication –eg. Oral and Written skills – in a continuum, considering both abilities not to be absolutely discrete in their development and ultimate performance.

## II. General Competencies of Graduate Students

### • Holistic Vision

The graduate student is able to observe a situation from different perspectives and to analyze its multiple dimensions, using analytic, inductive, relational and synthetic capabilities. The graduate student is able to demonstrate flexibility in his/her thinking, by appreciating differences, being open to dialogue, criticism and questioning, in order to achieve a holistic understanding of reality.



- **Flexibility and openness to change**

The graduate student is able to adapt his/her thinking, emotions and behaviors to an ever-changing environment, responding proactively to new situations. The graduate student receives and fosters opportunities for criticism and new insights in order to build new and better scenarios, enthusiastically assuming challenges and the possibility of improvement

### III. Learning Goals and Learning Objectives

#### **LG 2: Our graduate students will be able to make decisions based on strong analytical and critical thinking skills**

LO 2.1: Our students analyze different external and internal variables related to the internationalization of companies.

LO 2.2: Our students demonstrate critical thinking skills when proposing different strategic alternatives for the internationalization of companies.

#### **LG 3: Our graduate students will be effective managers in a global environment**

LO 3.1: Our students will be able to analyze cases and situations related to international markets and will be able to propose adequate solutions.

### IV. Learning results

Upon the completion of the course of Oral and Written Skills for International Business Contracts, the student will recommend, through oral and written means, the convenience, limitations and risks of a particular international business contract (of her/his own choosing) within a simulated corporate scenario.

### V. Course Content

#### **Unit 1: Business Communication: The Basics**

- Communication process: basic elements revisited
- Oral and Written Skills: discrete competencies?
- Basic Rules





## **Unit 2: Basic Facilitation Techniques:**

- Brainstorming
- Mind Mapping
- Benchmarking

## **Unit 3: The Content**

- Definitions
- Descriptions
- Narration
- Classification
- Cause and Effect
- Opinion
- Pros and Cons

## **Unit 4: The Audience**

- Identification: needs and expectations
- Appropriateness

## **Unit 5: The Preparation Stage:**

- Planning
- Structure and Outlining
- Selection and prioritization: narrowing available options
- Logistics

## **Unit 6: The visualization of Information:**

- Beyond the mere idea of form
- The use of graphics
- The use of visual aids

## **Unit 7: Rhetorical Devices:**

- Argumentation as persuasion
- The use of Metaphors and Analogies
- Arguments and Counterarguments: strategies

## **Unit 8: Presentations**

- Content
- Format
- Effective Delivery



## Unit 9: The Specifics of Writing

- In search of an appropriate sentence structure
- In search of an appropriate paragraph structure
- Reports and Briefings
- Writing for Academic Purposes:
  - The Essay
  - The Dissertation
  - A Business Plan

## Unit 9: Conclusion:

- Lessons Learned: Wrapping it all up!

## VI. Didactic Approaches

- Lecturing and classroom dialogue.
- Case study.
- Problem-based learning.
- Group dynamics and individual facilitation done by participants.
- Debates and argumentation.
- Individual and Group Presentations.
- Final Presentation of a Communication Portfolio.

## VII. Evaluation and grading policy

Instruments	Evaluation Criteria	Weighing
Individual and Group Presentations	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identification and use of relevant information.</li><li>• Logical development: from premises to conclusions.</li><li>• Creativity.</li><li>• Clarity.</li></ul>	15%
Class Participation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Permanent participation in an orderly fashion during debates and presentations.</li><li>• Capability to present in a critical and logical fashion points of view.</li><li>• Active listening and respect for contending positions.</li><li>• Intensive use of the Blackboard platform.</li></ul>	15%
Mid-term Exam	Written: case development.	30%



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Communication Portfolio	Oral presentation and supporting written Report on an International Business Contract (to be previously determined at the start of the semester)	40%
-------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

## VIII. References

### Required readings:

- **Anderson, Rolph E., Alan J. Dubinsky and Rajiv Mehta**, “Personal selling. Building customer relationships and partnerships”, 2<sup>nd</sup> edition, Houghton Mifflin Company, Boston, 2007.
- **Borbye, L.**, “Secrets to success in industry careers. Essential skills for science and business”, Elsevier, London, 2008.
- **Ellis, Richard**, “Communication Skills – Stepladders to success for the professional”, Intelect Books, Bristol, 2002.
- **Krieger, Stefan H., and Richard K. Neumann, Jr.**, “Essential lawyering skills: interviewing, counseling, negotiation, and persuasive fact analysis”, 4<sup>th</sup> edition, Wolters Kluwer, New York, 2011.
- **Meyer, Harold E.**, “The Skill and Art of Business Writing. An everyday guide and reference”, Quorum Books, Westport, Connecticut, 2002.
- **Toolkit Media Group (eds.)**, “Business plans that work for your small business”, 3<sup>rd</sup> edition, Business Owner’s Toolkit Publication, Wolters Kluwer, Riswerwoods, Illinois, 2008.
- **Turabian, Kate L.**, “A manual for writers of research papers, theses and dissertations”, 7<sup>th</sup> edition, The University of Chicago Press, Chicago, 2007.

### Further Readings:

- **Kirkpatrick, Donald L.**, “Claves para una comunicación eficaz”, Ediciones Gestión, Barcelona, 2001.
- **Leggett, Brian O’C**, “Comunicación oral en la empresa. Un enfoque retórico”. Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1993.



- **Neil, Thomas (Ed.)**, “*The Concise Adair on communication and presentation skills*”, Thorogood, London, 2003. (**Recommended for quick reference**)
- **Rubio Correa, Marcial Antonio**, “*Manual de Razonamiento Jurídico. Pensar, escribir y convencer: un método para abogados*”, Fondo Editorial PUC, Lima, 2012.
- **Stark, Steven D.**, “*Writing to win. The Legal Writer*”, Three Rivers Press, New York, 2012 (340.9 S78)



## IX. Timetable

Week	Dates	Unit	Content	Activities	References	Classroom Hand-in
1	01 April	1	Business Communication: The Basics: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication process</li> <li>• Oral Skills</li> <li>• Writing Skills</li> <li>• Basic rules</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal presentation</li> <li>• SWOT Self-Analysis</li> <li>• Self-Development Strategies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anderson (2007). Ch. 12</li> <li>• Borbye (2008) Ch. 6</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Written SWOT Self-Analysis and Strategies (by email to professor)</li> </ul>
2	08 April	2	Basic Facilitation Techniques: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brainstorming</li> <li>• Mind Mapping</li> <li>• Benchmarking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual presentations</li> <li>• Students as facilitators</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive Summary of presentations</li> <li>• Facilitation results</li> </ul>
3	15 April	3	Content: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definitions</li> <li>• Description</li> <li>• Narration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual presentations</li> <li>• Students as facilitators</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Krieger (2011) pp. 139, 160, 169</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive Summary of presentations</li> <li>• Facilitation results</li> </ul>
4	22 April	3	Content: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Classification</li> <li>• Cause and Effect</li> <li>• Opinion</li> <li>• Pros and Cons</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual presentations</li> <li>• Students as facilitators</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Krieger (2011)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive Summary of presentations</li> <li>• Facilitation results</li> </ul>
5	29 April	4	Audience:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Role playing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ellis (2002)</li> </ul>	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identification: needs and expectations</li> <li>• Appropriateness of discourse</li> </ul>			
6	06 May	5	Preparation: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planning</li> <li>• Structure and Outlining</li> <li>• Narrowing available options</li> <li>• Logistics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Case study</li> <li>• Students as facilitators</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ellis (2002)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive summary of case study</li> <li>• Facilitation results</li> </ul>
Mid-Term Exams: May 9 <sup>th</sup> to 14 <sup>th</sup> , 2016						
7	20 May	6	The Visualization of Information: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Graphics</li> <li>• Visual aids</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual presentations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ellis (2002)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive summaries of presentations</li> </ul>
8	27 May	7	Rhetorical Devices <ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentation as persuasion</li> <li>• Metaphors and Analogies</li> <li>• Arguments and Counterarguments: Strategies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Classroom debate</li> </ul>		
9	03 June	8	Presentations: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Content</li> <li>• Format</li> <li>• Effective Delivery</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual presentations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ellis (2002)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive summaries of presentations</li> </ul>
10	10 June	9	The Specifics of Writing: <ul style="list-style-type: none"> <li>• In search of sentence structure</li> <li>• In search of paragraph structure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Classroom debate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meyer (2002)</li> <li>• Ellis (2002)</li> </ul>	
11	17 June	9	The Specifics of Writing: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reports and Briefings</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual presentations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ellis (2002)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive summaries of</li> </ul>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

							presentations
12	24 June	9	The Specifics of Writing: Writing for academic purposes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• The essay</li> <li>• The dissertation</li> <li>• A business Plan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Classroom debate</li> <li>• Individual presentations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turabian (2007)</li> <li>• Toolkit Media Group (2008)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Executive summaries of presentations</li> </ul>	
13	01 July	10	Lessons learned: wrapping it all up	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individual presentations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ellis (2002)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communication Portfolio presented to professor by email</li> </ul>	
Final Exams: July 4 <sup>th</sup> to 9 <sup>th</sup> , 2016							



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

Departamento  
Académico de  
Administración

---

**SILABO**

---

**Curso:**  
**Estrategias de  
internacionalización**

---

**Profesora:**  
***Rossana Montero S.***

---

**Marzo – Julio 2016**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SILABO

**Nombre del curso:** Estrategias de internacionalización  
**Código:** 143481  
**Departamento académico:** Administración  
**Prerrequisito(s):** Gestión de mercados globales  
Cross cultural & international management  
**Semestre académico:** 2016-1

**Secciones y docentes:**

Sección A: Prof. Rossana Montero S. [montero\\_gr@up.edu.pe](mailto:montero_gr@up.edu.pe)

### I. Sumilla

El curso analiza las teorías y estrategias de los negocios internacionales, y contrasta las mismas con el grado de aplicación en las empresas peruanas. Asimismo, a lo largo del curso el alumno desarrolla un pensamiento crítico acerca del planeamiento estratégico internacional aplicado a la empresa peruana, identifica y relaciona las variables claves que impactan en la internacionalización de la empresa peruana y evalúa la eficacia de la gestión internacional de la empresa peruana. El curso es eminentemente práctico y se trabaja durante el semestre con una empresa exportadora previamente elegida por la universidad. En base al desarrollo de una consultoría, los alumnos deberán aplicar los conocimientos adquiridos durante su formación profesional proporcionándole a la empresa el diseño de la estrategia internacional y las pautas para la implementación de la misma.

El reto principal de dicha propuesta es cumplir con los diversos procesos para desarrollar la consultoría y formular el plan estratégico, presentando a la gerencia **la mejor estrategia viable** para la empresa.

### II. Competencias del Perfil del Egresado

➤ **Gestión y Productividad:**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

El estudiante será capaz de formular, identificar, y/o evaluar estrategias para la internacionalización de las empresas, bajo criterios de calidad, productividad y competitividad internacional.

➤ ***Responsabilidad:***

El participante será capaz de diseñar, dirigir y controlar la estrategia de internacionalización de su empresa y gestionar los procesos de internacionalización bajo un amplio sentido de responsabilidad social.

➤ ***Visión Integral:***

El estudiante desarrollará una visión integral, abierta al cambio y multidisciplinaria de los procesos de la internacionalización de la empresa,

### III. Metas y Objetivos de Aprendizaje

#### 1. Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes.

- Nuestros estudiantes resolverán problemas de gestión internacional, sobre la base de una visión holística y de un profundo análisis del entorno internacional, nacional, sectorial y desde la óptica de los recursos y capacidades de la empresa.
- Nuestros estudiantes identificarán oportunidades de internacionalización, gestionarán y realizarán propuestas estratégicas e innovadoras en situaciones relacionadas con los mercados internacionales.

#### 2. Nuestros egresados serán estrategas en entornos internacionales y pluriculturales

- Nuestros estudiantes examinarán los elementos de la cultura de la sociedad, especialmente la ética y la responsabilidad social.
- Nuestros estudiantes identificarán los aspectos críticos del entorno que afecta al proceso de la negociación internacional.

#### 3. Nuestros egresados mejorarán los resultados de la gestión internacional a través de la investigación aplicada.

- Nuestros estudiantes desarrollarán planes de investigación pertinentes a la internacionalización de la empresa.



#### IV. Resultados de Aprendizaje

- El alumno diseña y evalúa estrategias de internacionalización pertinentes a los escenarios institucionales que le presentan los distintos mercados externos y a los recursos y capacidades de la organización a fin de optimizar los resultados y minimizar los riesgos del proceso de internacionalización de la empresa.

#### V. Contenidos

##### **Unidad Didáctica 1.- El Proceso del planeamiento estratégico y la Internacionalización de la Empresa**

- Tema 1: Estrategia conceptos y base teórica  
Tema 2: Procesos para el planeamiento estratégico internacional  
Tema 3: Institucionalidad: fuentes de información y base de datos

##### **Unidad Didáctica 2.- El Proceso de consultoría-Problem solving**

- Tema 4: Problem solving  
Tema 5: Strategic problem-solving model (McKinsey)  
Tema 6: Soft skills para consultoría

##### **Unidad Didáctica 3.- Proceso de Planificación Estratégica: Elaboración de la consultoría-Análisis**

- Tema 7: Análisis del macro-entorno  
Tema 8: Análisis del micro-entorno  
Tema 9: Análisis interno, recursos y capacidades  
Tema 10: Investigación de mercados internacionales  
Tema 11: FODA, conclusiones y objetivos estratégicos.

##### **Unidad Didáctica 4.- Elaboración de la consultoría; selección y formulación de estrategias.**

- Tema 12: Descripción de la estrategia genérica y complementarias.  
Tema 13: Estrategias de entrada y operación.  
Tema 14: Metodologías para la formulación y selección de la estrategia.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## **Unidad Didáctica 5.- Elaboración de la consultoría-Implementación y control**

Tema 15: Metodologías para la implementación y control de estrategias

Tema 16: Presentaciones Efectivas y comunicación asertiva

### **VI. Estrategias Didácticas**

El curso será desarrollado sobre la base de las cinco unidades didácticas, a fin de permitir la asimilación ordenada de cada una de las etapas del proceso y gestión de la consultoría y del planeamiento estratégico internacional de la empresa.

En forma paralela, a lo largo del curso son incluidos temas de Responsabilidad Social Empresarial y de Liderazgo Responsable vinculándolos al rol del estratega y gestor en los Negocios Internacionales.

El aprendizaje se logrará mediante:

- Exposición y discusión de los temas correspondientes.
- Controles de lectura.
- Talleres de habilidades interpersonales.
- Charlas de expertos.
- Debates grupales.
- Planteamiento y resolución de casos a fin de aclarar y/o ejemplificar los temas desarrollados. Estos serán resueltos individualmente o en grupo.
- Desarrollo de una consultoría en planeamiento estratégico para una empresa en marcha. Esta implicará la entrega y presentación ante los funcionarios de la empresa y un jurado de la UP del trabajo final.

La participación esperada del estudiante se concretará además en las siguientes acciones:

- Lectura del material bibliográfico (la lectura debe ser previa a la sesión de clase correspondiente).
- Participación en las sesiones de clase y ponencias de invitados.
- Participación en los talleres.
- Vista a la empresa asignada.
- Exposiciones grupales.
- Estudio de casos.
- Trabajos y/o discusiones de equipo fuera de clase.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## VII. Sistema de Evaluación

El sistema de evaluación utiliza los siguientes criterios:

1. La capacidad para evaluar empresas en un entorno internacional.
2. La habilidad para identificar y resolver problemas. Los alumnos deberán ser capaces de plantear problemas, identificar las variables que intervienen, diseñar y evaluar posibles estrategias de solución y establecer la manera de implementarlas.
3. La consistencia entre las estrategias planteadas en función a las posibilidades del mercado y de la capacidad de Internacionalización de la empresa.
4. La creatividad y novedad de la estrategia planteada y la habilidad para sustentar y “vender” su propuesta.
5. El desarrollo de las habilidades empresariales de cada alumno. Es decir la capacidad para tomar decisiones, asumir riesgos, habilidades para conseguir información, administrar el tiempo y planear una investigación.
6. La capacidad para trabajar en equipo y para manejar las diferencias y resolver los conflictos que se presenten entre los miembros del grupo.
7. La calidad y frecuencia de los aportes a todos y cada uno de los miembros de la clase.
8. El impacto económico, social y ambiental que genere el proyecto.
9. La incorporación de criterios éticos, principios y valores en la misión, políticas y estrategias desarrolladas por la empresa.
10. Calidad de la expresión escrita de los avances y del trabajo final en los que se evaluará la ortografía, sintaxis, y uso de vocabulario propio de la carrera.
11. La calidad de la expresión oral en la presentación de avances y la participación activa en clase. Se evaluará la dicción, la articulación, el tono de voz y la capacidad para desenvolverse en público, así como el empleo adecuado del lenguaje y de los conceptos administrativos.
12. El empleo adecuado de fuentes, citas, numeración de páginas y anexos; de acuerdo a los formatos y normas establecidas por la universidad.



## INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:

<b>Instrumento</b>	<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Presentación oral (*), participación en clase, asistencia a clases (Prácticas-calificación individual)</b>  (*) Cada Avance implica una presentación oral	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de análisis-síntesis; capacidad crítica – reflexiva para detectar y analizar oportunidades/mejoras estratégicas en un entorno global, identificar y resolver problemas y plantear las estrategias adecuadas para la mejora de la empresa.</li> <li>• Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas gerenciales sobre la base de sus conocimientos y capacidad de análisis y creatividad.</li> <li>• Capacidad de interacción social para liderar y trabajar en equipo de manera empática y assertiva e interactuar con los ejecutivos de la empresa seleccionada.</li> <li>• Capacidad planificadora, es decir, capacidad para planificar el desarrollo del trabajo así como la interacción con la empresa y capacidad organizativa con la finalidad de orientar personas, procesos y recursos hacia un objetivo determinado.</li> <li>• Capacidad de comunicación, es decir, usar con pertinencia los códigos profesionales escritos, verbales y actitudinales. Esto implica: assertividad, claridad en la presentación, calidad del material audiovisual, armonía en el equipo, capacidad para presentar y defender un punto de vista individual, capacidad para tomar decisiones en base a una profunda investigación.</li> <li>• Se promoverán y calificarán las intervenciones analíticas, críticas, creativas y propositivas de los alumnos con la finalidad de generar un espacio para la reflexión, el análisis y la toma de decisiones.</li> <li>• Demostrar estar siempre dispuesto a compartir el conocimiento propio, contactos y experiencias y a recibir de manera abierta aquello que los demás miembros de la clase pudieran aportarle.</li> <li>• Capacidad para emprender con entusiasmo, iniciativa y perseverancia acciones que conlleven al desarrollo e implementación de un buen plan de negocios, asumiendo un compromiso ético y un compromiso con la calidad, en búsqueda de la excelencia.</li> <li>• <b>Evaluación de las presentaciones en clase.</b></li> <li>• <b>Evaluación de la participación en clase.</b></li> <li>• <b>Evaluación de asistencia a clase</b></li> </ul>	<b>40 %</b> del promedio de prácticas
<b>Controles de lectura (Prácticas-calificación individual)</b>	Promedio simple de los controles de lectura (las notas no se redondean) Todos los controles serán los días lunes al inicio de la clase (*) Habrá un control sustitutorio final, para cualquier caso de inasistencia	<b>30 %</b> del promedio de prácticas
<b>Presentación</b>	Calidad de la presentación escrita en cuanto a forma: ortografía,	<b>30%</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

<b>escrita de los avances (Prácticas-calificación grupal)</b>	sintaxis, redacción, orden, limpieza, armonía, creatividad y claridad del texto. <b>Consistencia y pertinencia del contenido:</b> profundidad en el análisis de la información, dominio de la teoría, consistencia entre las estrategias planteadas, y propuestas académicamente correctas.	del promedio de prácticas
<b>Presentación y sustentación del plan de negocios. (Final)</b>	<i>El 50 % corresponde a la evaluación de la empresa y es una calificación grupal.</i> <i>El 50% restante corresponde a la presentación y sustentación del plan ante un jurado conformado por tres docentes de la UP. La calificación es individual.</i>	<b>50%</b> del total de la nota del curso

**Asistencia y puntualidad:**

- Una vez transcurridos los 10 primeros minutos de clase, el alumno no podrá ingresar a la misma.
- El porcentaje máximo de inasistencias permitidas es el 30% del total de las clases. De exceder del 30% de inasistencias su nota en el examen final será cero.

**VIII. Referencias Bibliográficas:**

Los libros indicados son de referencia y todos se encuentran en la Biblioteca.

**BIBLIOGRAFIA**

Austrade. (2006). *Guide To Developing an Export Strategy*.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2011). *Strategic management Competitiveness & Globalization*. Mason: South Western Cengage Learning.

Peng, M. W. (2011). *Global Business*. Mason: South Western CENGAGE Learning.

Porter , m. E. (2008). *On Competition*. Boston: Harvard Business Press Publications.

Rasiel , E. M., & Friga, P. N. (2002). *The McKinsey Mind*. New York: McGraw-Hill.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX Cronograma

Semanas	Fechas	Unidades Didácticas y Contenidos	Actividades a realizar	Materiales	Entregables en Clase
<b>UNIDAD DIDÁCTICA N° 1: EL PROCESO DE PLANEAMIENTO ESTRATEGICO y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA</b>					
1	Marzo del 21 al 26	Presentación del Curso  Planeamiento Estratégico de la Empresa  El proceso de Internacionalización	Visualización de videos  Exposición del profesor  Charla Biblioteca  Debate en clase lecturas	Información respecto a Trabajo Final (contenido, cronograma de avances)  Discusión en base a Videos: What is Strategy?  Bases de datos biblioteca  (Porter , 2008); Capítulo 2: What is Strategy  (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2011); Capítulo 1 Strategic Management and Strategic Competitiveness  Syllabus  Rúbrica del Trabajo final	Conformación de Grupos (no más de 3 alumnos por grupo y no más de 1 alumno extranjero por grupo)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

<b>UNIDAD DIDÁCTICA N°2: EL PROCESO DE CONSULTORIA – PROBLEM SOLVING</b>				
2	Marzo 28 a Abril 2	Strategic Problem-Solving Model	Exposición Grupal	Charla GDA : Presentaciones Efectivas  <b>Presentación de del plan de investigación de mercados: objetivos de investigación, que herramientas van a utilizar para recoger información (todos los grupos)</b>
3	Abril del 4 al 9	Strategic Problem-Solving Model	Exposición del Profesor Charla y Q&A (invitado)	(Rasiel & Friga, 2002): Introducción, Capítulo 1: Framing the Problem, Capítulo 2: Designing the Analysis
<b>UNIDAD DIDÁCTICA N°3: PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA ELABORACIÓN DE LA CONSULTORÍA (ANÁLISIS)</b>				



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

4	Abril del 11 al 16	Análisis del Macro y Micro Entorno	Exposición del profesor  Presentación Grupal	(Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2011); Capítulo 2: The External Environment: Opportunities, Threats, Industry competition, and Competitor Analysis  <b>Retroalimentación Avance 1</b>  <b>Presentación de Herramientas de Investigación (todos los grupos – día miércoles )</b>	<b>Control de lectura 1</b>
5	Abril del 18 al 23	Análisis del Macro y Micro Entorno	Exposición del profesor	(Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2011); Capítulo 2: The External Environment: Opportunities, Threats, Industry competition, and Competitor Analysis  <b>Presentación de Resultados de la investigación incluyendo estimación de la demanda (todos los grupos – día miércoles)</b>	
6	Abril del 30 al 25 al	Análisis Interno – Recursos y Capacidades	Exposición del profesor  Presentación Grupal	(Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2011); Capítulo 3: The internal organization. Resources, Capabilities, Core competencies, and Competitive Advantage	<b>Entrega Avance 2</b>
7	Mayo del 2 al 7	Análisis Interno – Recursos y Capacidades	Exposición del profesor  Presentación Grupal	<b>Presentación de Resultados del Análisis Interno. Diagnóstico (todos los grupos – día miércoles)</b>  <b>Retroalimentación Avance 2</b>	<b>Control de lectura 2</b>
8	Mayo del 9 al 14	<b>SEMANA EXAMENES PARCIALES</b>			



<b>UNIDAD DIDÁCTICA N° 4</b>					
<b>ELABORACIÓN DE LA CONSULTORIA - FORMULACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS Y DESARROLLO DE PLANES OPERATIVOS</b>					
9	Mayo del 16 al 21	Plan Estratégico y Plan de Marketing	Exposición del profesor Presentación Grupal	<b>Presentación Planteamiento Estratégico (todos los grupos – día miércoles)</b>	<b>Entrega Avance 3</b>
10	Mayo del 23 al 28	Plan Estratégico y Plan de Marketing	Exposición del profesor Presentación Grupal	<b>Retroalimentación Avance 3 Presentación Plan de Marketing (todos los grupos – día miércoles)</b>	<b>Control de Lectura N° 3</b>
11	Mayo 30 al 4 de Junio	Plan de Operaciones (Incluye DFI)	Exposición del profesor Presentación Grupal	<b>Presentación Plan de Operaciones (todos los grupos – día miércoles)</b>	<b>Entrega Avance 4</b>
12	Junio del 6 al 11	Plan de Organización y Recursos Humanos	Exposición del profesor Presentación Grupal	<b>Retroalimentación Avance 4 Presentación Plan de Organización y Recursos Humanos (todos los grupos – día miércoles)</b>	
13	Junio del 13 al 18	Plan Financiero	Exposición del profesor		<b>Entrega Avance 5</b>



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

14	Junio del 20 al 25	Plan Financiero	Exposición del profesor Presentación Grupal	<b>Retroalimentación Avance 5 Presentación Plan Financiero (todos los grupos – día miércoles)</b>	
15	Junio del 27 a Julio 2	Plan Financiero	Exposición del profesor Presentación Grupal	<b>Exposición Todos los grupos</b>	<b>Avance 6 Entrega Final (set de documentos completos)</b>
16	Julio del 4 al 9	<b>SEMANA EXAMENES FINALES</b>			



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SÍLABO

Nombre del curso: Moral Profesional

Código: 120015

Departamento académico: Humanidades

Semestre académico: 2016-II

Sección y profesor:

- A y D - José Piedra ([piedra\\_j@up.edu.pe](mailto:piedra_j@up.edu.pe))
- B - Arsenio Muñoz ([munozp\\_a@up.edu.pe](mailto:munozp_a@up.edu.pe))
- C - Santos Rugel ([rugel\\_s@up.edu.pe](mailto:rugel_s@up.edu.pe))
- E y F - Alonso Villarán ([villaran\\_am@up.edu.pe](mailto:villaran_am@up.edu.pe))
- G - Juan González ([ja.gonzalesh@up.edu.pe](mailto:ja.gonzalesh@up.edu.pe))
- H - Franklin Ibáñez ([fe.ibanezb@up.edu.pe](mailto:fe.ibanezb@up.edu.pe))

### I. Sumilla

El curso de moral profesional ofrece diversos criterios, teorías y conceptos a fin de que el profesional tome decisiones discernidas y socialmente responsables en el mundo de los negocios.

### II. Competencias

El curso fortalece en el alumno las competencias de responsabilidad, visión integral y pensamiento crítico.

### III. Resultado de aprendizaje del curso

Al terminar el curso, el alumno será capaz de explicar, contrastar y tomar posición frente a las grandes teorías morales occidentales, así como de analizar y resolver problemas morales concretos con base en las mismas.

### IV. Contenidos

#### Introducción

Unidad didáctica 1: Ética de la virtud (Aristóteles / “Ética a Nicómaco”)

- La felicidad
- Las virtudes
- La justicia
- La amistad

Unidad didáctica 2: Ley natural (Aquino / “Tratado de la Ley”)

- La esencia de la ley
- Tipos de ley
- Ley natural
- Ley humana

Unidad didáctica 3: Deontología (Kant / “Fundamentación para una Metafísica de las Costumbres”)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Buena voluntad, deber y respeto por la ley moral
- Imperativos hipotéticos y categórico
- El imperativo categórico en sus tres formulaciones
- Dignidad humana y autonomía de la voluntad

Unidad didáctica 4: Utilitarismo (Mill / “El Utilitarismo”)

- Definición del utilitarismo
- Defensa del utilitarismo
- Sanción y prueba del utilitarismo
- Utilidad y justicia

Unidad didáctica 5: Nihilismo (Nietzsche / “La Genealogía de la Moral”)

- Crítica a las éticas precedentes
- La “revuelta de los esclavos en la moralidad”
- La mala conciencia
- El “superhombre”

Síntesis del curso

V. Estrategias Didácticas

- Lectura minuciosa de textos primarios y secundarios
- Exposición dialogante
- Análisis de noticias, editoriales, columnas de opinión, casos, etc.

VI. Evaluación

Instrumento	Criterio de evaluación	Ponderación
Asistencia y participación	Cantidad y relevancia de la participación; porcentaje de asistencia	10%
Controles/Casos/Exposiciones	Argumentación lógica y manejo conceptual	40%
Examen parcial	Comprensión de lecturas, habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético, y expresión escrita	20%
Examen final	Comprensión de lecturas, habilidad para resolver problemas, razonamiento analítico y sintético, y expresión escrita	30%

VII. Bibliografía

- Aquino [de], T. (1956). *Tratado de la Ley*. En *Suma de Teología*. Trad. Jesús María Rodríguez Arias. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Aristóteles (2010). *Ética a Nicómaco*. Trad. Julio Pallí Bonet. Madrid: Gredos.
- Kant, I. (2002). *Fundamentación para una Metafísica de las Costumbres*. Trad. Roberto Aramayo. Madrid: Alianza Editorial.
- Mill, J. S. (2007). *El Utilitarismo*. Trad. Esperanza Guisán. Madrid: Alianza Editorial.
- Nietzsche, F. (2006). *La Genealogía de la Moral*. En *Nietzsche II*. Trad. José Mardomingo Sierra. Madrid: Gredos.



Schmidt, E. (2015). *Ética y Negocios Para América Latina*. Lima: Universidad del Pacífico.

VIII. Cronograma (consulte según la sección)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

**Departamento  
Académico de  
Administración**

---

**SILABO**

---

**Course:**

**International Business  
Plan**

---

**Professor:**

***Dagoberto Díaz D.***

---

**August – December 2016**

---



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## SYLLABUS

**Course name: International Business Plan**  
**Code: 140101**

**Academic Department: Business Administration**

**Career: International Business**

**Prerequisite (s): International Business Management, Investment Decisions, International Finance Management**

**Academic Semester: 2016-2**

**Section A: Prof. Dagoberto Díaz D.**

**Mail: [dldiazdiaz@gmail.com](mailto:dldiazdiaz@gmail.com) / [diaz\\_dl@up.edu.pe](mailto:diaz_dl@up.edu.pe)**

**Classroom: Monday - A 507 / Wednesday – A 506**

### I. Summary

The course aims to develop in students the ability to integrate and apply knowledge acquired during their training in college and their creative, innovative, entrepreneurial and communication skills. At the end of the course, students will have a comprehensive, multidisciplinary and international vision of his career, showing humanistic and ethical values in the decision-making process.

Students will develop in groups -three or four members per team- an international business plan and manage the process for its preparation in order to meet programming course. The business plan will allow them to assess the economic viability of the project, the operational feasibility of a model of "innovative" business as well as social responsibility and environmental sustainability of the plan.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

The course consists of five hours a week, spread over two sessions of two and three hours each. All sessions are essentially practical character, which is mandatory for students to learn and review the theoretical concepts with anticipation. To verify the domain of theoretical concepts, four evaluations shall apply.

The course requires 100% attendance and ongoing participation of students through questions, opinions, suggestions and contacts, in a climate of dialogue and constructive discussion. This requires an open and flexible by teachers and students attitude and respect and appreciation of diversity of opinions, attitudes and styles culturally different, but all of them within the values and standards established by the university.

## ***II. Responsibilities of the graduate***

➤ ***Management and Productivity:***

At the end of the course, students develop the following competencies of the general graduate profile: leadership, comprehensive vision, management and productivity, and teamwork. These become evident in the course, through the following capabilities:

➤ ***Responsibility:***

Able to work in a team, actively participating in the process of identifying an international business opportunity, pose an innovative business model and develop a business plan.

➤ ***Integral Vision:***

Is able to observe and analyze an idea and business model from an international perspective, with a comprehensive and strategic view of business.

## ***III. Goals and Learning Objectives***

- The student will make decisions based on their ability to research, analysis and critical thinking.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Will Identify trends, analyze the environment, industries values and quantify markets to identify international business opportunities.
- Will propose a model of innovative, competitive and sustainable business.
- Will solve management problems (cases simulations)
- The student will be entrepreneurial.
- Will develop an international business plan, showing vision, initiative, passion and courage.
- The student will be an effective and efficient manager in a global environment.
- Demonstrate his/her ability to work in teams

#### IV. Learning Outcomes

After completing the course the student:

- Will understand the entrepreneurial process
- Will identify international business opportunities and
- Will develop and support an international business plan demonstrating the viability (or not) of the project from an economic, social, environmental and operational point of view.

#### V. Content

##### **Teaching Unit 1. - The business model and the international business plan**

- The Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur)
- The lean startup Model (Eric Ries)
- Objective and structure of the business plan
- Process for the development of a business plan
- Effective presentations

##### **Teaching Unit 2. – Risk Analysis: Searching for international opportunities.**

- Generation and development of business ideas based on international opportunities: Ansoff Matrix, The Smile Curve.
- The study of the environment and risk analysis: Micro and Macro environments.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Global Risk Analysis: KOF Index
  - Country Risk: IMF Index
  - Commercial Risk: Balance of Payment Analysis / Trademap
  - Cultural Risk: Hofstede.
- Selection Criteria for countries.

### **Teaching Unit 3. - Markets trend analysis and international business opportunities**

- Trend analysis, the environment, industry and markets.
- International market research and proper use of international databases: Trademap.
- Demand projection.
- Strategic planning: situation analysis, SWOT, vision, mission, purpose, value proposition, competitive advantage and institutional values.
- Competitive corporate strategies.
- International strategies: Entry and operation strategies

### **Teaching Unit 4.- Operational plans**

- The marketing plan: objectives, commercial strategies, marketing budget.
- The operations plan: objectives, strategies, processes, production and growth plan, initial investment budget.
- Organizational structure and staffing requirements: profiles and budget.
- The financial plan (financing structure, detail costs, breakeven point, cash flow of each, Statement of Comprehensive Income and stocktaking) and sensitivity analysis
- Sources of international funding for startups. Exim port Bank Funds. Offshore funding.

### **Teaching Unit 5.- Analysis of business viability**

- Profitability
- Operational Viability
- Social Responsibility



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Environmental sustainability

## VI. Teaching Strategies

- To fulfill the objectives of the course reading controls will be take, will be hold group dynamics and promote collaborative work, debates and discussions.
- Outside the classroom, students will conduct research, field visits, review the literature and theory view along the race and make deep analysis of the information collected for the project.

## VII. Evaluation System

The evaluation system uses the following criteria:

1. Understanding of content
2. Ability to analyze, synthesize and interrelate theories and concepts.
3. Ability to research.
4. Ability to make valid decisions.
5. Ability to identify international opportunities, develop strategies, and evaluate corporate governance in the international arena

### Evaluation Tools:

Instruments	Evaluation Criteria	Weighing
Oral presentation, class participation, assistance (Practices - Individual rating)	Ability to identify international opportunities, develop strategies and evaluate profitability	20%
Reading Controls (4) (Practices - individual rating)	Knowledge of the theory, concepts, systems and tools used in the development of a BP	15%
	Quality of written presentation Consistency and relevance of content	15%



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=

Written presentation of progress (Practices - Group score)		
Presentation and support of the business plan. (Final)	Oral Presentation (Individual rating)	25%
	Written Presentation (Group score)	25%

Below, the nature of assessment tools that are used throughout the course (individual and group) and the weight is defined; giving a weight of 60% to individual assessments and 40% to the group evaluations.

(\*) There are four (4) short controls.

<b>Individual Evaluation</b>	Reading Controls	20.00 %	60.00 %
	Oral presentations in class	15.00 %	
	Oral Presentations Final work	25.00 %	
<b>Group Evaluation</b>	Written presentation in class	15.00 %	40.00 %
	Written presentation Final work	25.00 %	

**The student disapprove course if:**

- Missing more than 30% of the class sessions scheduled.
- Is expelled from the team after midterms
- It has a lower rating to 10.5 in practical note: average oral presentation and class participation, attendance, controls reading and written presentation of advances.
- Do not presented on the scheduled date for the final lift of the business plan.
- If he/she obtain less than 10.5 in the average of the corresponding notes of his/her written and oral final presentation given by a jury consisting of three international university professors. This rating is final.
- 1 point will be deduct in the resulting final grade average of written work and support for each day of delay, which could have been in the presentation of the final work. If the student passes the average of the final lift and written work, but it is frown upon to deduct points for delivery of the final working out of date, the student will not pass the subject.
- Does not comply with the rules of good conduct, comment plagiarism and / or hire third parties to carry out some of the written work submitted, without expressly declare in the document presented.

**Assessment:**



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Any failure to attend an assessment (short controls or cases) must be justified to the professor. Any absence from the examinations must be justified with Academic Services. The grades for group activities in class cannot be recover. If a student does not work with his/her group, peers must exclude him or her from the group. In this case, students without group will receive the grade of zero for the corresponding work.

**Attendance and punctuality:**

- Once after the first 10 minutes of class, the student may not enter the classroom.
- A student may be absent for only 30% of the classes and will be given a failing grade (cero) in his/her final exam.

**VIII. Bibliography:**

The books shown are for reference and are all in the Library. Also during the course students should review the Black Board (BB) site daily and consult the relevant literature for each topic. Students should consult databases like SCOPUS, SCIENCE DIRECT, JSTOR, Proquest, EBSCO, and Google SCHOLAR for further information on each topic.

**Required reading**

- **Grant. Robert M.** (2005) Contemporary Strategy Analysis Fifth Edition Blackwell Publishing MA USA
- **Eiteman, D. K., Stonehill, A. I., & Moffett, M. H.** (2011). *Las Finanzas en las Empresas Multinacionales*. Estado de México: Pearson Education.
- **Madura, Jeff** (2008) Administración Financiera International (9<sup>a</sup>. Edición) México. Cengage Learning.
- **Shapiro, A. C.** (2010). *Multinational Financial Management*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- **MINERVINI Nicola.** (2014) Engineering Export; As developing innovative export plans. Learning CENNGAGE editors. Mexico.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- **J Mullins** (2010) The New Business Road Test: What Should entrepreneurs and executives do before writing a business plan, third edition.
- **Daphne - Kasriel - Alexander**, (2016) Ten Global Consumer Trends for 2016. Euromonitor International.
- **A. Osterwalder and Yves Pigneur** (2011) Generation of business models. Translation of Lara Vasquez, Grupo Planeta. Third reprint, Trama Editorial Team, S.L.
- **Weinberger V, Karen** (2009) Business Plan: A tool for assessing the viability of a business. Nathan Associates INC.
- **Shane, Scott** (2010) The Illusions of Entrepreneurship, 1st edition, Yale University Press.
- **J Mullins and Komistar R.** (2010). Improving business model. How to transform the business model into a workable plan B. Harvard Business School Publishing Corporation. Spanish edition, Profit Editorial.
- **Varela, Rodrigo** (2008). Business Innovation: Art and Science in Entrepreneurship. 3rd. Ed. Pearson Education Colombia, Ltda.
- **Heizer & Render** (2007) "Production Management and Operations Strategic Decisions" 8th edition Pearson.
- **FORSYTH Juan Alberto.** (2006) Corporate Finance: Profitability and Value. Second edition.
- **Fred R. David**, Strategic Management The fourteenth edition. Pearson



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## IX. Schedule of Activities:

DATE	WEEK No	UNITS	ACTIVITIES	
		<b>UNIT No 1</b>		
Ago-15	S.1	The business model and the international business plan	1st Class Presentation Psychology Tips	
		<b>UNIT No 2</b>		
Ago-22 Ago-31	S.2-S.3	Risk Analysis: Searching for international opportunities.	2nd Class Presentation Control 1	
		<b>UNIT No 3</b>		
Sep-05 Sep-28	S.4 - S.7	Markets trend analysis and international business opportunities	3th Class Presentation Control 2	
		<b>Mid term Exam</b>		
Oct 3 - 7	S.8	<b>PRE PRESENTATION</b>		
		<b>UNIT No 4</b>		
Oct-10 Nov-09	S.9 - S.11	Operational Plans: Marketing, Operations, HHRR, Finance	4th Class Presentation Control 3	
		<b>UNIT No 6</b>		
Nov-14 Nov-23	S.12 - S.15	Analysis of business viability	5th Class Presentation Control 4	
		<b>FINAL PRESENTATION</b>		
Nov 28 Dec 3	S.16	Final Exam		



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## X. Professor

**Dagoberto L. Díaz Díaz.** Economist from "Universidad del Pacífico", Perú. MBA at Katz Graduate School of Business, University of Pittsburgh, PA. USA. Doctoral studies in Economics and Business Strategies at "Universidad de Deusto", Spain.  
Deputy Bank Manager at COFIDE – Citicorp, Montana SA CFO, Fábrica Peruana de Eternit CFO, Florandina FCF CEO.  
Associate Professor - Business School – Universidad del Pacífico

### Annex 1

#### **Guidelines for the preparation and delivery of the final document**

The work may not be longer than 60 pages (1½ line spacing, font size 11 Arial or Tahoma) including annexes. Are not consider pages "consulted sources" as part of those 60 pages, although they themselves should be number.

You may use a minimum font size 10 Arial narrow in the tables.

For the presentation of progress, students can use the strip and remove from each page and the presentation can be only in black and white.

Each group must deliver to Miss Luciana Rosas, 5th floor hall E (Faculty of Business), three packages or envelopes, duly sealed, containing the following:

- Business Plan Document whose extension may not exceed 60 pages, plus the sources. Papers must be delivered espiralados, A4 paper size 80 or 75 grams. They must be submitted pasted on coated paper, or in boxes.
- A CD's / USB with the estimation of demand, budgets, financial statements and financial evaluation of the project. The financial information must be properly linked in Excel.
- Any advertising materials to include: brochures, videos, letters, prototypes, models, etc.
- A copy of the business plan in PDF on a separate CD, with the name of the project and full names of the members to Library.
- Send the executive summary in PDF and JPG logo in the mail with the title [emprendeup@up.edu.pe](mailto:emprendeup@up.edu.pe) INTERNATIONAL BUSINESS PLAN\_2016-II\_BP NAÑE (to add the information to the website Emprende UP)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

All these documents and materials must be submit in a sealed envelope no later than Tuesday 28 June at 16.00 hrs. In the secretariat of the Faculty of Business, Miss Luciana Rosas.

DELIVERY IS FORBIDDEN errata DELIVERED TO DOCUMENT OR ANY ADDENDUM OR ADDITIONAL INFORMATION PRIOR TO SUPPORTING THE FINAL WORK

Groups wishing to have two weeks from its support, to improve work and make changes they deem appropriate, before the respective delivery of CD / USB with the business plan in PDF to the Library.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## Internationalization of SMEs

Semester 2 /2016

Intensive two-week course

COORDINATOR	Oscar Malca G. Malca_oe@up.edu.pe
PROFESSOR	Dr. Ernesto TAPIA MOORE – France - Visiting Professor
E-MAIL	ernesto.tapia-moore@kedgebs.com

COURSE DELIVERABLE	DUE DATE	WEIGHT ON FINAL GRADE
Mid-term Case Study (Individual)	Session 5	20%
Bilkey's Findings (Subgroup)	Session 6	20%
Projecting and Planning (Subgroup)	Session 10	20%
Final Case study (Individual)	Session 10	40%

### INTRODUCTION AND OBJECTIVES

*“Rather than the traditional approach of compartmentalizing the world into neat functional boxes where international becomes a weak qualifying adjective, [we] present issues in the way managers receive them – in complex packages in which marketing choices are shaped by development and manufacturing resources, where strategic challenges are linked to operational realities, and where organizational capabilities are bound up with managerial competencies. It is a set of challenges that makes our fields unique and exciting and one that continually stretches us as teachers, researchers, and authors.” (Bartlett & Ghoshal, 2000, pp v-vi<sup>[1]</sup>)*

### **Course Purpose & Objectives**

This course has a **Managerial** perspective. SME's flexibility and reactivity, together with short decision-making circuits, entail a discontinuous and unpredictable internationalization process. The participants will learn to describe and analyse these specific organizations in this development process, using the Upsala model and Agency theory.

This course further aims to:

<sup>[1]</sup> Bartlett, C. A. ; Ghoshal, S. (2000) *Transnational Management* (Boston, MA: Irwin, McGraw-Hill), pp. 880.



- Familiarize students with decision-making tools, in an integrative and practical approach to international organisations;
- Provide students with the opportunity to synthesise information from different areas of an organisation, in order balance workable decisions across functions, processes and geographical markets;
- Enable students to assess implementation issues in an international context;
- Give students the opportunity to integrate and use all of their managerial knowledge earned from academia and practice.

### ***Course Contribution to Application of Critical Thinking***

Participants acquire reflective management skills throughout the term, allowing them to act critically on individual and subgroup actions having direct or indirect consequences on their long-term performance.

Because of students' different backgrounds, knowledge input will be dependent on the participants' needs and questions. The subgroup work as well as the required preparation may raise particular questions on the implementation of course techniques. The Professor's role is to answer these questions with practical examples and link these to the subgroups' interests. In this manner, individually acquired theoretical knowledge becomes practical evidence and is interiorized as effective knowhow.

### ***Course Description***

SME's flexibility and reactivity, together with short decision-making circuits, entail a discontinuous and unpredictable internationalization process. Participants will learn to understand and analyse these organizations in their specific development process, using the Upsala model and Agency theory.

## **COURSE MATERIAL**

Following Euromed's adoption of Cyberlibris some years ago, all course material is now on electronic media.

### ***Textbook –Available at the campus library-***

Albaum G., Strandskov J., & Duerr E. (2002), *International Marketing and Export Management*, Prentice Hall.

### ***Course Website***

All the necessary slides, links, instructions, tasks, and exercises, will be found on the website of the course in the *Black board* as well databases of UP

## ***SUPPLEMENTARY READINGS***

### ***Professional Publications (English) –Available at the campus library-***

*Incoterms 2000*, ICC Pub. N° 560, International Chamber of Commerce, Paris, 2000

*ICC Uniform Customs and Practice for Documentary Credits*, ICC Pub. N° N° 500, International Chamber of Commerce, Paris, 1994.

*Guide to Export-Import Basics, 2nd Edition: Vital knowledge for trading internationally*. ICC Pub. N° 641, International Chamber of Commerce, Paris, 2003.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Schermerhorn, John R. Jr. (2002) *Management, 7<sup>th</sup> edition*, John Wiley & Sons, Inc.
- Schiff, Maurice W. (2003) *Regional Integration And Development*, World Bank Publications, Herndon, VA.
- Putzi, Sybilla M. –Editor– (2001) *Global Road Warrior: 95-Country Handbook for the International Business Traveler*,: World Trade Press, Novato, CA.
- Scarborough, Jack (1998) *Origins of Cultural Differences*, Greenwood Publishing Group Incorporated,Westport, CT.

### **Web resources**

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/docs/refmaps.html>

(English) for country facts and figures built with a constant bias allowing comparison and satisfactory “number crunching”.

<http://www.coface.com/>

(English or French) European international trade educational site;

<http://www.unglobalcompact.org/>

(English) Site of the UN Global Compact.

Participants can also regularly visit a website comparable to “www.eur-export.com” but with an American style: <http://www.export911.com/>. Lots of models of documents and examples are provided in this website.

## **COURSE CONTENTS AND TIMETABLE**

The following table presents the “typical” agenda for each session. The order of the studied topics as well as the time allowed for each topic may vary according to the needs and background of the participants. This agenda is based on the fact that most participants already have “basic” knowledge and will experiment international issues mainly through subgroup work. However, participants usually do not have sufficient knowledge of international business administration; consequently, time during the first part of the session is scheduled for explaining the specific and complex implementation of the said techniques. Some participants may have vocational or specific training knowledge of such tools and will diffuse their knowledge through the subgroup work to other members of their subgroup. This would help the subgroup, but not the class as a whole. Consequently, eventual shifts of time allocation will not prevent participants from achieving course objectives. These time shifts are intended to allow deeper insight and better level of expertise.



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## COURSE CONTENTS AND TIMETABLE

SESSION	TOPIC	PRELIMINARY READING(S)	ADDITIONAL READING(S) AND ASSIGNMENTS
Session 1	- Introduction to the course and the case study. - What is an international SME?	<b>Read:</b> See course resource center.	Set up subgroups. Subgroups choose one country
Session 2	SMEs and Agency theory: Forms of SMEs; forms of control	<b>Read:</b> See course resource center <b>Assignment:</b> Finalize preceding sessions' group work	Bilkey's findings (Part 1 of 4)
Session 3	SMEs and Agency theory: Control schemes and costs	<b>Read:</b> See course resource center. <b>Assignment:</b> Finalize preceding sessions' group work.	Bilkey's findings (Part 2 of 4)
Session 4	Knowledge, adaptability, flexibility, reactivity, specialization, and other related myths. Compare theory and empirical data in terms of long-term development options for SMEs.	<b>Read:</b> See course resource center. <b>Assignment:</b> Finalize preceding sessions' group work	Bilkey's findings (Part 3 of 4)
Session 5	Continuous development, discontinuous development, and Mandelbrot's "Noah" and "Joseph" effect. Comprehend environmental complexity	<b>Read:</b> See course resource center. <b>Assignment:</b> - Hand in Mid-term Case (Individual)	Bilkey's findings (Part 4 of 4)

(Continued next page)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

SESSION	TOPIC	PRELIMINARY READING(S)	ADDITIONAL READING(S) AND ASSIGNMENTS
Session 6	Allegiance through capital ownership or network clusters Are managerial-form SMEs capital-related groups or mission-related ones?	<b>Read:</b> J See course resource center. <b>Assignment:</b> Hand in “ <i>Bilkey's findings</i> ” (Group File).	Projecting and planning (Part 1 of 4)
Session 7	Upstream clusters, downstream clusters, diversification and differentiation. When does the internationalization process begin?	<b>Read:</b> See course resource center. <b>Assignment:</b> Finalize preceding sessions' group work	Projecting and planning (Part 2 of 4)
Session 8	Perceived boundaries, actual borders, Menger's Sponge, and the managerial Rubicon. Where does the field of internationalization commence?	<b>Read:</b> See course resource center. <b>Assignment:</b> Hand in “ <i>Projecting, planning, and teaming</i> ”	Projecting and planning (Part 3 of 4)
Session 9	Of ants and butterflies Generic international tactics and firm policies according to strategic stances.	<b>Read:</b> See course resource center. <b>Assignment:</b> - Finalize preceding sessions' group work	Projecting and planning (Part 4 of 4)
Session 10	Final Case study	<b>Read:</b> See course resource center. <b>Assignment:</b> - Hand in “ <i>Projecting and planning</i> ” (Group File). - Prepare Final case study	N/A



## TEACHING APPROACH/ INSTRUCTIONAL METHODS

### **A Word of Advice**

Knowledge of international business administration techniques is necessary for managing international business correctly. These techniques vary from one country and product to another. This is why participants are advised to carefully prepare each session and to ensure that their doubts have been addressed in class. During the 1<sup>st</sup> part of each session the Professor will provide further in-depth and practical explanation of the concepts to be prepared for the session following, as well as, if necessary, explanations about the proposed solutions for in-class examples and/or assigned exercises (individual work). During the 2<sup>nd</sup> part, participants will work in subgroups on their own project benefiting of the Professor's tutoring at subgroup level (group work).

### ***Organization of the sessions***

A typical session will be organized in different modules: input, feedback and subgroup work (team import-export project work)

#### **1<sup>st</sup> part of the session (1 ½ h)**

##### Input :

- Professor: Explains how past material is linked to the day's agenda and subgroup work  
Presents the session's material  
Explains how the days content completes past material  
Presents perspectives of how the present and past material link to future course content
- Students: Ask questions and request clarifications at the end of the professors' presentation

##### Feedback:

- Students: When needed, request additional explanations on past sessions;  
Expose their questions for the session's agenda.
- Professor: When needed, extends additional insight on past material  
Presents the session's agenda, and answer student's questions for the present session.

#### **2nd part of the session (1 ½ h)**

##### Subgroup work: class breaks down in groups

- Students: Actively prepare in-class exercises and assignments.
- Professor: Tutors subgroups;  
Shares subgroup experience with all of the class.

Before each session participants are requested to check “class preparation requirement” containing the readings and exercises necessary for each session, posted on the course website.

N.B.: Each participant must prepare in advance, in order to be able to discuss and acquire the required competences. The teacher may exclude from the session any or all participants who have not accomplished the preparatory work.

### ***Individual Assignments***



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Individual participants will be assigned work depending on individual-to-class disparity and to work towards a form of homogeneity allowing all participants to succeed, and overall individual required knowledge to be brought up to par. This work is not graded directly because of disparity issues. However, three individual assignments, including a final case study (20% of the final mark each) will record the individual participant's acquired level.

All individual assignments will be posted by the professor in the “Tasks” section of the course Website. All individual work will be turned in by participants in the appropriate folder of the “Documents” section of the course’s website.

### ***Group work***

#### - Session 1:

Participants are assigned to subgroups by the professor, on a random basis, during the first session. Subgroups of five members (eventually four) are assigned. The professor will adjust the country of origin “heterogeneity” of subgroups, seeking “maximum dilution” of the most numerous nationalities. Participants are not allowed to change, nor switch subgroups.

Subgroups choose a country in which to domicile their activities. Once the choice of country has been made public, subgroups are not allowed to change.

Subgroups post their roster in the course’s website. Each subgroup will have access to a private work zone in the website starting on the following session.

#### - Following sessions:

Subgroups will not be able to complete all tasks during in-class activities. Each subgroup is required to post their work-in-progress “as is” at the end of the in-class period in their private work zone on the course website. Once group work has been completed outside of class, the subgroup’s work-completed report is to be posted –latest one full day before the following session– in the same private work zone.

Failure to comply with these instructions will substantially hinder the professor’s preparation for class. Consequently, the professor will not be able to provide the most appropriate comments, suggestions, or technical help. In turn, this will have a direct impact on subgroup performance, which will show in the subgroup work assessment rubrics provided below.

### ***Mid-Term Case Study***

The Mid-term case study takes place out-of class. Notes and other material are allowed during the final case study. Participants are expected to work on it for not more than three hours. The case study will be published on the course’s website at the end of the fourth session.

Before working on the questions, participants are to thoroughly prepare the situation background as well as define the problem(s), analyse the cause(s), set key success criteria, and otherwise follow the individual work assessment rubrics provided in the section hereafter (Methods Used to Evaluate Student Performance).

Students should then adapt their problem definition(s) and cause(s) analysis. Then, they should draft recommendations and possible ways to implement the same. Key success



criteria must serve their purpose. Individual work assessment rubrics (hereafter) will be used to evaluate the participant's work.

### **Final Case study**

Notes and other material are allowed during the final case study. It is scheduled for three hours. The case study will be published on the course's website at the end of the fifth session.

The posted case is limited to the case situation. It does not include the questions on which participants will work on. Participants are to thoroughly prepare the situation background as well as define the problem(s), analyse the cause(s), set key success criteria, and otherwise follow the individual work assessment rubrics provided in the following section.

Students will have 3 hours to adapt their problem definition(s) and cause(s) analysis and especially to draft recommendations and possible ways to implement the same. Key success criteria must serve their purpose. Individual work assessment rubrics (hereafter) will be used to evaluate the participant's work.

The work will be drafted on electronic media and turned in under PDF format as an attached document to an e-mail, sent from the participant.

## **EVALUATION OF STUDENT PERFORMANCE**

Individual Mid-term Case study	20%
Individual Final case study	40%
Two Subgroup Projects	2 x 20%
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>



## Methods Used to Evaluate Student Performance

### ***Sub-groups evaluation: 40% of the global course score.***

Participants will be evaluated in subgroups based on the files they have prepared throughout the course.

- Country file: Advantages and disadvantages in conducting business from and to the chosen country, as well as the means to overcome the disadvantages and generate profit from the advantages. Because of the dual orientation (Buying and Selling), disadvantages in one instance, usually become advantages in the other. A balanced analysis is expected along economic, trade, and geo-political lines.

- Business file: Business model and a basic business projection plan including (and not limited to) required equity capital, working capital, cash flow, break-even point, sales seasonality, products sold, bought, countries involved, justification of country and product decisions, strategic options, mid-term projection, etc.

Each file has the same weight in the subgroup collective score (2 x 20%).

Subgroup work assessment rubrics:

	Below Requirements (05/20 ≤ mark ≤ 09/20)	Meets Requirements (10/20 ≤ mark ≤ 14/20)	Exceeds Requirements (15/20 ≤ mark ≤ 19/20)
<b>Identify issues</b>	No issues identified, or only peripheral issues.	Identifies main issues.	All potential issues with interactions.
<b>Identify Stakeholders</b>	Doesn't identify all primary stakeholders	Identify all primary stakeholders	Identify all primary and secondary stakeholders
<b>General Solutions</b>	Solutions infeasible or only a single solution	Generates some feasible solutions	Multiple feasible creative solutions
<b>Evaluate solutions</b>	Ignores stakeholders; limited criteria considered.	Evaluate feasible solutions through impact on stakeholders.	Evaluate using multiple criteria for all relevant stakeholders
<b>Recommend solutions</b>	Infeasible or inadequate justification	Feasible alternative with justification for primary stakeholders	Creative solution with justifications for all relevant stakeholders

### ***Individual evaluation: 60% of the global course score:***

- Individual assingments (2 x 20% of the global course score):



Each participant will be individually evaluated by the means of two papers:

- Analysis, beliefs, understanding, and international decision-making;
- Individual analysis of subgroup performance and performance monitoring proposal.

- Individual final case study (20% of the global course score):

Each participant will provide individual recommendations after having identified and evaluated issues, stakeholders, and solutions, for a case study whose situation description is handed out several days before the day of the final in order to allow participants to prepare thoroughly. Key issues are handed out at the beginning of the final session. Students have 3 hours to provide the expected input, as per above.

***Individual work assessment rubrics:***

Section	Marks	Criteria
Definition of the problem	1 to 7	Define the problem. Evaluation: - Is the problem well-articulated in terms of: - Source? - Relative importance? - Likely outcomes if the problem is not resolved?
Causal Analysis	1 to 8	Define fundamental causes. Evaluation: - Is the cause-effect model used or implied appropriate? - Have most important causes been identified? - Does overall reasoning support analysis? - Are plausible business processes discussed?
Recommendations	1 to 8	Define recommendations and expected results. Evaluation: - Are recommendations well-linked to the analysis? - For each recommendation: - are expected results defined? - are they reasonable?
Implementation	1 to 7	Identify key implementation steps. Evaluation: - Are factors of change identified? - Is a logical sequence of steps identified? - Does the sequence fit identified priorities?

The above section marks are summed for a total ranging normally from 05 to 19. The summated mark “*M*” should be interpreted as follows:

Below Requirements:	Meets Requirements:	Exceeds Requirements:	Exceptional Performance:
$05/20 \leq M \leq 09/20$	$10/20 \leq M \leq 14/20$	$15/20 \leq M \leq 19/20$	$M = 20$



## SÍLABO

Nombre del curso	:	Proyección Social
Código	:	50012
Departamento académico	:	Ciencias Sociales y Políticas
Semestre académico	:	2016-2
Docentes y secciones	:	
- Vanessa Acosta		<a href="mailto:v.acosta@up.edu.pe">v.acosta@up.edu.pe</a> (A)
- Juan Carlos Ladines		<a href="mailto:ladines_jc@up.edu.pe">ladines_jc@up.edu.pe</a> (B)
- César Ruiz		<a href="mailto:ruiz_c@up.edu.pe">ruiz_c@up.edu.pe</a> (C)
- Patricia Talavera		<a href="mailto:talavera_pm@up.edu.pe">talavera_pm@up.edu.pe</a> (D)
- Martha Zuñiga		<a href="mailto:M.ZunigaBravo@up.edu.pe">M.ZunigaBravo@up.edu.pe</a> (E)
- Cinthia Varela		<a href="mailto:varela_cpa@up.edu.pe">varela_cpa@up.edu.pe</a> (F)
- Margarita Reyes		<a href="mailto:reyes_nm@up.edu.pe">reyes_nm@up.edu.pe</a> (G)
- Daniel Vargas		<a href="mailto:d.vargas@bsdconsulting.com">d.vargas@bsdconsulting.com</a> (H)
- Andrea Zapata		<a href="mailto:a.zapata@up.edu.pe">a.zapata@up.edu.pe</a> (I)

### I. Sumilla

El curso busca acercar al alumno a la realidad de la microempresa en el Perú (que es la de la mayoría de peruanos), así como fomentar su responsabilidad social y la integración de los conocimientos adquiridos durante su carrera en un ambiente interdisciplinario. Esto se logra a través de las asesorías semanales por parte de los alumnos (en grupos de tres) a un empresario de la microempresa en su taller, así como con la elaboración de un diagnóstico, plan de acción, "entregables" (ej. R.U.C., diseño de logotipo, análisis de costos, etc.), capacitaciones, etc.

Este curso es obligatorio para todas las carreras, corresponde al noveno ciclo de estudios y es ofrecido por el Departamento Académico de Ciencias Sociales y Políticas.

### II. Competencias que desarrolla

Las competencias que se desarrollan en el curso y que corresponden al perfil general del egresado de la UP son:

- a. Liderazgo.
- b. Responsabilidad.
- c. Trabajo en equipo.
- d. Flexibilidad y apertura al cambio.
- e. Visión integral.

### III. Resultado de aprendizaje del curso

Se espera que al final del curso los alumnos aprendan a realizar un **diagnóstico integral** de la microempresa asignada y que, a partir de los problemas encontrados se propongan alternativas de solución que calcen con las necesidades y la realidad socioeconómica del empresario asesorado. Ello, a partir una propuesta multidisciplinaria y una visión crítica y analítica.



## IV. Contenidos

Los núcleos temáticos de la asesoría son, entre otros, los siguientes:

- a. Organización y gestión empresarial.
- b. Aspectos legales.
- c. Operaciones y logística.
- d. Recursos humanos.
- e. Contabilidad y costos.
- f. Marketing.
- g. Finanzas.
- h. Otros.

## V. Estrategias Didácticas

### En el aula

Se realizarán tres sesiones en el aula, dos al inicio del semestre, y una después de parciales. En la primera se darán las pautas generales y la metodología del curso, así como las características básicas del sector de la microempresa. En la segunda sesión se formarán los grupos de trabajo para el resto del semestre (equipos de tres). Asimismo, los empresarios visitarán la universidad y conocerán a sus nuevos asesores. En la tercera los alumnos presentarán su informe parcial y plan de trabajo a la clase. Finalmente, en la cuarta, el último día de clases y de regreso del taller, se reflexionará sobre lo trabajado en el semestre.

### Fuera del aula

#### *En la movilidad*

La mayoría de las sesiones de clase se realizarán en el taller del empresario. Para ello, la universidad ha contratado a una movilidad que recogerá semanalmente a los alumnos a las 8:25a.m. (en la puerta de Sánchez Cerro o Salaverry, dependiendo de lo que decida el profesor al inicio). El traslado de ida y de vuelta dura aproximadamente una hora, tiempo que será aprovechado por los alumnos para las tareas en curso. Es, en otras palabras, tiempo efectivo de clase. También se podrá aprovechar este tiempo para hacer las preguntas necesarias al profesor. El profesor también es accesible en horario fuera de clase, previa coordinación.

#### *En el taller del empresario*

Cada grupo de alumnos visitará al empresario asignado entre ocho y nueve oportunidades aproximadamente (dependiendo de la sección y los feriados), para trabajar en el diagnóstico, plan de acción, desarrollo de entregables (ejemplo RUC, diseño de logotipo, análisis de costos, etc.), capacitaciones, etc. El profesor participará como observador en por lo menos una sesión de trabajo de cada equipo.

Es posible que, excepcionalmente, se coordine una o dos jornadas de trabajo fuera del taller con el empresario para, por ejemplo, visitar a sus clientes, proveedores, etc. Esto será informado con anticipación al profesor y reportado debidamente (con fotos, etc.).

## VI. Actividades de aprendizaje

- a. Consultoría grupal personalizada en el taller del empresario.
- b. Diagnóstico de negocio (análisis interno, externo, FODA, etc.).
- c. Desarrollo del plan de acción que ataque puntos críticos y ofrezca soluciones creativas y realistas a los mismos.



- d. Elaboración de al menos tres “entregables” (ej. R.U.C., diseño de logotipo, análisis de costos, etc.).
- e. Capacitación al empresario en al menos tres puntos críticos (ej. marketing, finanzas, legal, logística, recursos humanos, etc.).
- f. Elaboración de reportes, informes parciales y finales.
- g. Desarrollo de un plan de trabajo a futuro.
- h. Evaluación del trabajo realizado, junto con el empresario.
- i. Otros.

## VII. Evaluación

### **Asistencia**

Por su naturaleza, la asistencia en este curso es fundamental. El alumno debe tener presente que con cuatro faltas tendrá cero en el trabajo final. En estas cuatro faltas se incluye faltas por enfermedad, duelo, trabajo, participación en congresos, cruce de actividades asignadas por la misma universidad, etc. Es decir, no hay falta justificada. Toda falta se contabilizará como tal, sin excepción.

- Independientemente de ello, la evaluación de la asistencia toma en cuenta lo siguiente:
- a. La asistencia al 100% de las sesiones de clase programadas se calificará con 20 puntos; una falta, con 17 puntos; dos faltas, con 14 puntos; tres faltas, con 11 puntos; 4 faltas, con 08 puntos; 5 faltas con 05 puntos; y más de 6 faltas, con 02 puntos.
  - b. La asistencia se contabiliza en el “aula móvil”, es decir, desde que se parte en el bus con destino al taller del empresario.
  - c. La asistencia a la actividad de fin de semestre (concurso) es obligatoria. Faltar a dicha actividad será tomado en cuenta dentro del record de inasistencias.

### **Informes**

**El informe se dividirá en tres partes; un primer avance (cuarta semana); segundo avance (octava semana); y el Informe Final (décimo tercera semana)**

Para estos entregable tomar en cuenta las siguientes consideraciones

#### **Primer y segundo avance (*Historia del empresario, problema central, condiciones socioeconómicas y propuesta de solución*)**

- a. Seguir formato colgado en Blackboard.
- b. Se evaluará tanto el aspecto de fondo o contenido (uso de marcos conceptuales adecuados, estructuración de ideas, integración de las mismas, capacidad de análisis, plan de trabajo, propuesta de entregables, etc.) así como el aspecto formal (orden, numeración de páginas, índice, redacción y ortografía, citas bibliográficas, presentación, etc.).

#### **Informe final (*Reporte del trabajo realizado, incluido los “entregables”*)**

- a. Seguir formato colgado en Blackboard.
- b. Se evaluará el aspecto de fondo y el aspecto formal.
- c. Extensión no mayor de 20 páginas incluyendo anexos. Dos copias impresas más un CD.
- d. Lenguaje adecuado para el usuario final (empresario).
- e. Resumen ejecutivo de una página al inicio que muestre, de forma concisa, las conclusiones del trabajo realizado.
- f. Presentación de entregables, de acuerdo con lo ofrecido en el informe parcial.
- g. Plan de trabajo a futuro a seis meses.



h. Evaluación integral del curso de parte de los estudiantes.

**Participación del estudiante e integración al equipo de trabajo**

Valora los aspectos de actitud con que el estudiante enfrenta la asesoría y el logro de sus objetivos como parte de un equipo de trabajo: cumplimiento con las actividades designadas por el profesor, entrega de informes, avances, su optimismo, perseverancia, tolerancia a la frustración, flexibilidad, respeto y valoración de los demás, así como la proactividad y el compromiso durante las asesorías.

Esto incluye la participación en la organización y realización de la actividad de fin de semestre (concurso en el que, al final del semestre, se premiará a los mejores empresarios y equipos de trabajo).

El profesor tiene la facultad de realizar una evaluación inter-pares al final del semestre, e incluir los resultados en la nota de participación.

**Evaluación del empresario al alumno**

Los criterios que el empresario considera en la evaluación de cada asesor están referidos al interés, compromiso, asistencia y aportes brindados en la asesoría. Se considera esencial la “satisfacción del cliente”.

**El peso específico de cada rubro es el siguiente:**

Instrumento	Criterios de evaluación	Ponderación
Asistencia	Asistencia puntual a la asesoría, partiendo de la UP.  <u>No se considerará asistencia si el alumno va por su cuenta al taller del empresario dentro del horario de clase.</u>  <b>El alumno con cuatro faltas tendrá cero en el trabajo final.</b>	<b>10%</b>
Informe Parcial y exposición (Diagnóstico y Plan de Trabajo)	Habilidad para elaborar un diagnóstico, habilidad para determinar y resolver problemas, razonamiento analítico y sintético, expresión escrita y expresión oral (30% nota de informe, 70% presentación).	<b>30%</b>
Informe Final de la asesoría y evaluación de la misma	Habilidad para elaborar un diagnóstico, habilidad para determinar y resolver problemas, razonamiento analítico y sintético, habilidad para desarrollar planes de acción de acuerdo con las necesidades encontradas, creatividad e innovación, expresión escrita y expresión oral	<b>30%</b>
Evaluación realizada por el microempresario	Capacidad de empatía, relacionamiento y comunicación con el empresario. Elaboración de propuestas concretas y que sean validadas por el empresario. Dichos criterios serán medidos mediante un formato de rúbricas.	<b>10%</b>
Participación	Razonamiento analítico y sintético; habilidad para proponer planes de acción y actividades ad hoc; habilidad para resolver problemas. Comunicación y nivel de trabajo y cooperación con los integrantes del grupo. Dichos criterios serán medidos mediante un formato de rúbricas.	<b>20%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**VIII. Referencias**



Los alumnos podrán acceder a cualquier fuente de información que consideren importante para aclarar conceptos o recoger datos. Es importante que el alumno investigue y profundice sus conocimientos sobre el entorno de las microempresas y la responsabilidad social. Para tal efecto se recomiendan las siguientes fuentes:

*Entorno MYPE/MYPE*

- Decreto Supremo N°013-2013-PRODUCE que aprueba el texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial  
[http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/2009/intranet\\_sg/resoluciones/\\_decretosSupremos/68789.pdf](http://www2.produce.gob.pe/dispositivos/publicaciones/2009/intranet_sg/resoluciones/_decretosSupremos/68789.pdf)
- Estadísticas de las Mype – Ministerio de la Producción  
<http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2011.pdf>
- Estadísticas de exportaciones Mype – Ministerio de la Producción  
<http://www.produce.gob.pe/index.php/estadistica/exportaciones>
- Ministerio de la Producción. (2008). “Reglamento de la Ley MYPE”.  
[http://www.mesapyme.com/mype/reglamento\\_mype\\_DS0082008TR.pdf](http://www.mesapyme.com/mype/reglamento_mype_DS0082008TR.pdf)
- Premio Presidente a la MYPE.  
<http://www.premiopresidente.pe/antecedentes>
- Ferraro, Carlo (Compilador). (2011). “Apoyando a las pymes: Políticas de Fomento en América Latina y el Caribe”. Publicación de las Naciones Unidas.
- Larraín, Christian. (2009). “¿Existe un modelo de microfinanzas en América Latina?” Unidad de estudios de Desarrollo de la CEPAL.  
<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/38264/lcl3147pe.pdf>
- Villarán, Fernando y Mifflin, Iván. (2009). “Creando riqueza desde abajo”. Fondo Editorial del Congreso del Perú / Mesa de Coordinación Pyme Perú.
- Villarán, Fernando. (2007). “El mundo de la pequeña empresa.” Lima, Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa - COPEME.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2005). “El grupo BID y la pequeña y mediana empresa (1990-2004)”.
- Stumpo, Giovanni. (2005). “Las PYME en América Latina y el Caribe: Situación actual y desafíos”. CEPAL. <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/4/38264/lcl3147pe.pdf>

*Herramientas teóricas*

- Becerra Marsano, Ana María y García Vega, Emilio. (2008). “Planeamiento estratégico para micro y pequeñas empresas. Manual”. Centro de investigación de la Universidad del Pacífico.
- Becerra Marsano, Ana María y García Vega, Emilio. (2008). “Aspectos básicos de marketing para la micro y pequeña empresa. Manual.” Centro de investigación de la Universidad del Pacífico.
- Colección MYPE COMPETITIVA – USAID
  - Plan de negocios – Karen Weinberger  
[http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf)
  - Estrategia – Karen Weinberger  
<http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/ESTRATEGIA.pdf>
  - Competitividad – Juan Carlos Mathews  
<http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/COMPETITIVIDAD.pdf>
  - Finanzas y financiamiento – Paúl Lira  
[http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS\\_FINANCIAMIENTO.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf)
  - Una Mype con calidad – María Imlce Zuta & Ana María Wiese  
[http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/MYPE\\_CALIDAD.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/MYPE_CALIDAD.pdf)
- Colección CRECEMYPE



<http://www.crecemype.pe/portal/index.php/informacion-mype-para-crecer/colección-crecemype>

### *Investigaciones*

- Jenkins, Beth. (2008). "Supporting entrepreneurship at the base of the pyramid through business linkages." Harvard University Kennedy School.  
[http://www.hks.harvard.edu/mrcbg/CSRI/publications/report\\_31\\_Business%20Linkages%20Rio.pdf](http://www.hks.harvard.edu/mrcbg/CSRI/publications/report_31_Business%20Linkages%20Rio.pdf)
- Mathews, Juan Carlos. (2009). "Competitividad. El significado de competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPEs".  
<http://www.crecemype.pe/Crecemype/docs/COMPETITIVIDAD.pdf>
- Gamero, Julio y Humala, Ulises. (2002). "Empleo y microempresa en Lima Metropolitana, entre el desempleo y la sobrevivencia. Lima DESCO Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo".
- Portocarrero Maish, Felipe y otros. (2002). "Microcrédito en el Perú: Quienes piden, quienes dan." Lima, Consorcio de Investigación Económica y Social.

### *Organismos que apoyan a las MYPE/PYME*

- Ministerio de la Producción (PRODUCE).  
<http://www.produce.gob.pe/portal/>
- CRECEMYPE  
<http://www.crecemype.pe/portal/index.php?start=18>
- Comunidad Mype – SUNAT  
<http://mype.sunat.gob.pe/>
- Centro de Desarrollo Empresarial – COFIDE  
<http://www.cde-cofide.com.pe>
- Red de CITE – Centros de Innovación Tecnológica (Crecepyme)  
<http://cites.produce.gob.pe/cites/>
- Sistema integrado de información de Comercio Exterior – Perú  
[http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=160.00000](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000)
- Ventanilla única de Comercio Exterior – Perú  
[https://www.vuce.gob.pe/comp\\_merc\\_rest.html](https://www.vuce.gob.pe/comp_merc_rest.html)
- Portal de productos de Gamarra.  
[www.gamarrasite.com](http://www.gamarrasite.com)

### *Otros:*

- Banco Interamericano de Desarrollo (IADB). Departamento de Desarrollo Sostenible – Microempresa.  
<http://www.iadb.org/sds/mic.>
- Banco Mundial (WB). Página de microempresa del Banco Mundial / Microempresa.  
<http://wbln0018.worldbank.org/networks/fpsi/rmfsme.nsf/>
- Fondo de Garantía para préstamos a la pequeña industria (FOGAPI).  
<http://www.fogapi.com.pe/>
- Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad – FIDECOM ( Ministerio de la Producción)  
<http://www.innovateperu.pe/>
- Portal peruano de comercio exterior PYMEX.  
<http://www.pymex.pe/pymes-exitosas/pymes-peruanas.html>
- Red de inversionistas - Ángeles para emprendedores.  
[www.angelesinversionistas.commx/inicio](http://www.angelesinversionistas.commx/inicio)
- SMEToolkit - International Finance Corporation (IFC).  
<http://peru.smetoolkit.org/peru/es>

### *Promoción de la MYPE/PYME desde el Sector no Público*



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

- Analistas financieros internacionales. (2007). “Desarrollo del mercado de titularización del mercado de cartera de PYMES en Colombia”. Convenio BID.  
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1075915>
- Garzón Díaz, Ricardo. (2005). “Programa sobre promoción de operaciones cooperativas entre empresas”. Convenio BID – FOMIN – ACOPI ATN.  
<http://www.iberpymeonline.org/Chile0505/RicardoGarzon.pdf>
- Nexusassociates. (2003). “Evaluación del CEPRI”. Convenio BID.  
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1544283>
- Posada, Ricardo. (2002). “Desarrollo de oportunidades de mercado para micro y pequeñas empresas de procesamiento de alimentos en el valle del Mantaro y Chanchamayo del departamento de Junín”. Documento del BID y FOMIN.  
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1804485>
- Senati. “Red Centro Pyme”.  
[http://www.senati.edu.pe/Articulos\\_Web\\_Centropyme.asp?id\\_arw=11](http://www.senati.edu.pe/Articulos_Web_Centropyme.asp?id_arw=11)

*Responsabilidad social*

- AUSJAL. “Responsabilidad Social Universitaria”.  
[http://www.ausjal.org/sitios/rsu/documentos/Proyecto\\_RSU.pdf](http://www.ausjal.org/sitios/rsu/documentos/Proyecto_RSU.pdf)
- Nelson, Jane. (2007). “Building linkages for competitive and responsible entrepreneurship”. John F. Kennedy School of Government - Harvard University.  
[http://www.unido.org/fileadmin/user\\_media/Publications/Pub\\_free/Building\\_linkages\\_for\\_competitive\\_and\\_responsible\\_entrepreneurship.pdf](http://www.unido.org/fileadmin/user_media/Publications/Pub_free/Building_linkages_for_competitive_and_responsible_entrepreneurship.pdf)
- Pontificia Universidad Javeriana. “Asistencia técnica a Micros y Pequeñas empresas”. Convenio BID ATN/ME-5126-RG.  
<http://javeriana.tips.org.uy/index.html#>

## IX. Cronograma



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Semana	Fecha de clase	Contenidos y objetivos de la asesoría	Actividades
Primera semana	Viernes 19 de agosto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primera sesión de clase.</li> <li>• Establecer las pautas para la asesoría</li> <li>• Conocer el sector de la micro y pequeña empresa en la sociedad peruana.</li> <li>• Motivar al alumno y hacerle tomar conciencia de la importancia del curso.</li> <li>• Metodología del curso.</li> </ul>	<b>CLASE 1 (Aula)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Revisión de los lineamientos generales del Curso.</li> <li>➢ Realidad y características de los microempresarios.</li> <li>➢ DVD sobre la microempresa y el curso.</li> <li>➢ Formación de los grupos de trabajo.</li> <li>➢ Presentación integral de las actividades a realizar.</li> <li>➢ Asignación del empresario a ser asesorado</li> </ul>
Segunda semana	Viernes 26 de agosto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar los conocimientos adquiridos en la resolución de un caso real. (opcional).</li> <li>• Conocer el entorno en el que se desarrollan las microempresas así como sus características.</li> <li>• Conocer al empresario de la MYPE con la que se trabajará.</li> </ul>	<b>CLASE 2 (Aula)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Revisión del cuestionario: Estudio sobre las microempresas</li> <li>➢ Revisión de los formatos de informes y entregables</li> <li>➢ DINÁMICA: Conocer e interiorizar lo que se espera de cada grupo de trabajo como asesor de una microempresa</li> <li>➢ DINÁMICA: Sesión con los empresarios a ser asesorados en este semestre, en el salón de clase.</li> <li>➢ Inicio del diagnóstico: Conocer la microempresa; recoger información genérica acerca del microempresario y su empresa</li> </ul>
Tercera semana	Viernes 2 de setiembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la MYPE y la zona en donde se ubica</li> <li>• Empezar con la realización del diagnóstico del ambiente interno de la empresa asignada. Identificar fortalezas y debilidades</li> </ul>	<b>Primera visita de trabajo a la microempresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Aspectos socioeconómicos del microempresario y análisis interno de la empresa.</li> <li>➢ Inicio de recopilación de datos: Cuestionario "Estudio sobre las microempresas".</li> <li>➢ Conocer el proceso productivo de la MYPE.</li> <li>➢ Iniciar la recolección de la información pertinente para hacer el análisis del sector de la industria a la que pertenece la MYPE</li> </ul>
Cuarta semana	Viernes 9 de setiembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener información sobre el sector de la microempresa.</li> <li>• Conocer el comportamiento de los competidores.</li> </ul>	<b>Segunda visita de trabajo en la microempresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Definir problema central, causas y efectos a trabajar.</li> <li>➢ Definir herramientas a utilizar y trabajar en la segunda parte del curso (a ser presentadas en el informe parcial).</li> </ul>
	Lunes 12 de setiembre	1er Avance de Informe Final: Puntos 1 y 2	



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=

Semana	Fecha de clase	Contenidos y objetivos de la asesoría	Actividades
Quinta semana	Viernes 16 de setiembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el análisis interno de la empresa.</li> <li>• Elaborar el análisis FORD y culminar el proceso de identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la MYPE.</li> <li>Conocer los hábitos de consumo y comportamiento de los clientes de la microempresa.</li> </ul>	<p><b>Tercera visita de trabajo en la microempresa</b></p> <p>➤ Incidir sobre pautas acerca de: formalización, constitución legal y aspectos de tributación para la MYPE</p> <p>Realizar el sondeo de mercado entre un grupo de clientes de la microempresa.</p> <p>Sesión de visita a clientes</p>
Sexta semana	Viernes 23 de setiembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir con el microempresario, lo aprendido sobre los hábitos de consumo y comportamiento de sus clientes.</li> </ul>	<p><b>Cuarta visita de trabajo en la microempresa</b></p> <p>➤ Compartir con el microempresario, lo aprendido sobre los hábitos de consumo y comportamiento de sus clientes.</p> <p>➤ Retroalimentar al empresario con la información recolectada con los clientes.</p>
Séptima semana	Viernes 30 de setiembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar los avances alcanzados en la asesoría hasta el momento.</li> </ul>	<p><b>Quinta visita de trabajo en la microempresa</b></p> <p>➤ Compartir y recapitular con el microempresario lo aprendido y lo trabajado hasta el momento.</p> <p>➤ Concluir el FODA</p> <p>➤ Elaborar el informe parcial según pautas de BB</p>
		<b>Exámenes parciales: del 3 al 10 de octubre</b>	<p style="background-color: #cccccc; color: black; padding: 5px;"><b>Entrega del Informe parcial (2do Avance): lunes 10 de octubre</b></p> <p style="color: red; font-weight: bold; padding: 5px;"><b><u>El informe deberá enviarse digitalmente (al mail del profesor), hasta las 11:59 pm. (los trabajos entregados después de dicha hora tendrán cero)</u></b></p>
Novena semana	Viernes 14 de octubre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar el avance de la asesoría</li> <li>• Aplicar las estrategias diseñadas para la solución del área problema de mayor trascendencia para la microempresa.</li> </ul>	<p><b>Clase en aula (no hay visita ese día)</b></p> <p>➤ Exposición sobre el diagnóstico y los problemas encontrados en la microempresa (PowerPoint, etc.)</p> <p>➤ Presentación de los “productos” o “entregables” esperados al fin de la asesoría, y los responsables por cada equipo de trabajo.</p> <p>➤ Evaluación grupal y auto evaluación.</p> <p>➤ Preparar la retroalimentación que se dará al microempresario en la sesión siguiente.</p>



Semana	Fecha de clase	Contenidos y objetivos de la asesoría	Actividades
Décima semana	Viernes 21 de octubre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compartir con el microempresario, lo aprendido sobre los hábitos de consumo y comportamiento de sus clientes.</li> </ul>	<b>Sexta visita de trabajo en la microempresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se desarrolla y capacita al empresario en la resolución de uno de los aspectos más débiles detectados en el diagnóstico de la MYPE. Revisión de los costos. Y luego de las demás áreas débiles que se consideran prioritarias para la sostenibilidad de la MYPE.</li> <li>Implementación de los "productos o entregables"</li> </ul>
Undécima semana	Viernes 28 de octubre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluar los avances alcanzados en la asesoría hasta el momento.</li> </ul>	<b>Séptima visita de trabajo en la microempresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definir problema central, causas y efectos a trabajar.</li> <li>Definir herramientas a utilizar y trabajar en la segunda parte del curso (a ser presentadas en el informe parcial).</li> </ul>
Duodécima semana	Viernes 4 de noviembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cerrar estudio y evaluación del microempresario. Aplicación análisis del problema central, causas y efectos</li> </ul>	<b>Octava visita de trabajo a la microempresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación y trabajo de costos u otro de los aspectos más débiles detectados en el diagnóstico.</li> <li>Capacitación en marketing y elaboración del plan de mercadotecnia para la empresa.</li> <li>Implementación de los" productos o entregables"</li> </ul>
Décima tercera semana	Viernes 11 de noviembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicar las estrategias diseñadas para la solución del primer factor crítico relevante para la microempresa.</li> <li>Asesoría en los aspectos más débiles del diagnóstico y sobre la base de lo señalado en el plan de trabajo: segundo factor crítico.</li> </ul>	<b>Novena visita de trabajo a la microempresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación básica en finanzas.</li> <li>Informar sobre Fuentes de financiamiento y aspectos básicos de finanzas.</li> <li>Implementación de los " productos o entregables"</li> <li>Recomendaciones e iniciar el cierre de la asesoría.</li> </ul>
Décima cuarta semana	Viernes 18 de noviembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ultimar detalles para la asistencia a la premiación de la mejor asesoría y a compartir con los demás empresarios <b>asesorados</b>, la premiación a la mejor asesoría. (Alumnos, profesores, autoridades de la UP y de las ONGs y otras instituciones)</li> <li>Cierre de la asesoría: <u>Entrega del informe final al empresario</u></li> </ul>	<b>Décima visita de trabajo en la microempresa.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Brindar las últimas recomendaciones para la solución de los factores críticos trascendentales para la empresa. Diseño del plan de trabajo a corto plazo (seis meses )</li> <li>Recapitulación del proceso de la asesoría integral: revisión de todo lo desarrollado desde el inicio. (Fin de las visitas de trabajo).</li> <li><b>Lunes 21 de noviembre:</b> Entrega del informe final (3er Avance) al correo electrónico del profesor, hasta las 6 pm. <u>(los trabajos entregados después</u></li> </ul>



Semana	Fecha de clase	Contenidos y objetivos de la asesoría	Actividades
			<p style="color: red;"><u>de dicha hora tendrán cero)</u></p> <p>➤ <b>Miércoles 23 de noviembre:</b> Entrega del informe final <u>impreso en dos (2) ejemplares</u> en Servicios Académicos hasta las 6 p.m. (Ver pautas detalladas en BB, así como las bases del concurso de asesorías empresariales a MYPES 2015-II)</p>
Décima quinta semana	Sábado 26 de noviembre	XXI Concurso de asesorías empresariales	Ceremonia de premiación: "21º Concurso de Asesorías empresariales a MYPES 2016-2" Hora: 8AM a 12PM Lugar: Auditorio Juan Julio Wicht
Semana del 28 de noviembre al 03 de diciembre			EXÁMENES FINALES

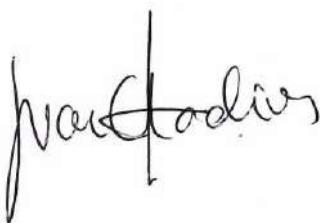


Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtnw 2L0=

## X. Datos del Profesor

### Juan Carlos Ladines

Licenciado en Economía de la Universidad del Pacífico y Magister en Economía y Ciencias Sociales con una mención en Política y Relaciones Internacionales de Aberystwyth University. Diez años de experiencia en consultoría y academia. Con intereses en economías emergentes, comercio y desarrollo internacional, política y seguridad global. Experiencia previa en sector público, privado y ONGs.



Juan Carlos Ladines Azalia  
Coordinador  
Curso Proyección Social



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mno 4tC7 9wen rtw 2L0=



SAR.FCE.2118.20

EL DIRECTOR DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y REGISTRO DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO, quien suscribe,

Deja constancia de:

Que las copias que a continuación se acompañan debidamente selladas y numeradas del uno (001) al cuatrocientos cincuenta y seis (456), corresponden o equivalen a programas de asignaturas cursadas en esta Universidad por el señor **JEAN PIERRE BOLAÑOS HURTADO**, hasta el Segundo Semestre de 2016.

Se expide la presente a solicitud del interesado y para los fines que estime convenientes.

-----  
Lima, 16 de noviembre de 2020

Daniel Ricardo Gamarra Podbrscek  
Director de Servicios Académicos y Registro

Luis Alfredo Agusti Pacheco-Benavides  
Secretario General

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Universidad del Pacífico, aplicando lo dispuesto por el artículo 25 del Reglamento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública - Decreto Supremo N° 072-2003-PCM, que fue incluido por el artículo 3 del Decreto Supremo N° 070-2013-PCM, y la Tercera Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo N° 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: [https://www.esignabox.com/?cc\\_verifier](https://www.esignabox.com/?cc_verifier)



Código Seguro de Verificación (CSV) Kk6o ubIM 6Mn0 4tC7 9wen rtnw 2L0=