

Sílabo

1MN348 - Estrategias de Internacionalización

I. Información general

Nombre del Curso: Estrategias de Internacionalización
Código del curso: 1MN348
Departamento Académico: Marketing y Negocios Internacionales
Créditos: 4
Horas Teoría: 4
Horas Práctica: 0
Periodo Académico: 2023-01-PRE
Sección: A
Modalidad: Presencial
Idioma: Español
Docente: OSCAR ENRIQUE MALCA GUAYLUPO
Email docente: malca_oe@up.edu.pe

II. Introducción

El curso aporta al logro de las competencias de ser gestores eficaces y eficientes, así como de ser estrategias en entornos internacionales y pluriculturales. Para lo cual realiza consultoría empresarial, interrelacionando la teoría y la práctica de los negocios internacionales adquirida a lo largo de su formación universitaria. Formula estrategias para la internacionalización de las empresas, bajo criterios de calidad, productividad y competitividad internacional en función **a problemas específicos relacionados a la internacionalización de la empresa.**

El alumno de manera grupal deberá elaborar el plan de internacionalización para una empresa en marcha, el cual será desarrollado a lo largo del semestre y sustentado en un acto público. El reto principal de dicha propuesta es cumplir con los diversos procesos para formular el plan a partir de la identificación de un problema concreto relacionado a la internacionalización de la empresa, formular los objetivos pertinentes e identificar, valorar y decidir la mejor estrategia viable para la empresa.

III. Logro de aprendizaje final del curso

Al término del curso, el estudiante sustentará propuestas de internacionalización para una empresa peruana que interactúa o tiene como mira a los mercados internacionales; demostrará que: cada una de sus propuestas será práctica y factible; sus propuestas responderán a la problemática real y a los objetivos de la empresa; sus propuestas serán evaluadas tanto por el empresario, como por el profesor y el jurado

IV. Unidades de aprendizaje

Unidad didáctica 1: La internacionalización de la empresa - Los procesos de consultoría

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

Revisa y proporciona las guías metodológicas de la internacionalización de la empresa.

Contenidos:



- Planeamiento y Estrategias de Internacionalización
- Metodología del trabajo a desarrollar
- Propuesta de trabajo

Unidad didáctica 2: Diagnóstico de la empresa - Plan de internacionalización

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

Se desarrolla el proceso de evaluación de la empresa con el objeto de generar el FODA.

Contenidos:

- Análisis Externo: Entorno de los mercados y evolución y desempeño del sector
- Análisis Interno, recursos y capacidades de la empresa

Unidad didáctica 3: Selección de mercados y estrategia de entrada

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

Revisa el proceso de selección de mercados internacionales.

Contenidos:

- Definición de objetivos y selección de mercados
- Estrategia de entrada

Unidad didáctica 4: Actividades y presupuestos de la estrategia e informe final

Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:

Presupuesta las actividades de la estrategia de internacionalización y se presenta el informe final.

Contenidos:

- Actividades y presupuestos
- Informe Final

V. Estrategias Didácticas

La estrategia didáctica está enfocada a desarrollar un curso eminentemente teórico práctico, centrado en la problemática de la empresa exportadora con la activa participación tanto del alumno como del empresario. El curso estructurado, siguiendo la lógica del proceso de una consultoría y del planeamiento estratégico internacional sostenible de la empresa.

- Presentaciones sobre el desarrollo del plan de consultoría
- Lectura de artículos y libros pertinentes al proceso a desarrollar
- Entrevistas a empresarios, funcionarios y expertos sobre el problema estudiado para corroborar la orientación del trabajo
- Ejercicios metodológicos para reforzar el avance de la consultoría
- Discusión de opiniones sobre el desarrollo y dirección teórico-práctico del trabajo
- Controles de lectura
- Talleres de habilidades interpersonales
- Debates grupales

- Desarrollo de una consultoría orientada 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
- Reuniones con los empresarios o representantes de los mismos, para definir la problemática y contrastar los avances
- Participación crítica en las sesiones de clase
- Trabajo en equipo y exposiciones grupales
- Estudio de casos
- Trabajos y/o discusiones de equipo fuera de clase

VI. Sistemas de evaluación

Nombre - Evaluación	%	Fecha	Criterios	Comentarios
1. Profesor	30			
1.1 Controles – (I)	20		Comprensión de lectura, razonamiento analítico, sintético, y expresión escrita	(I)
1.2. Avances (G)	40		Resolución de problemas en el proceso de investigación, aplicación de teorías y conceptos de negocios internacionales en la problemática empresarial estudiada, razonamiento analítico y sintético, calidad de la expresión escrita y oral, así como la Consistencia y pertinencia del contenido	(G)
1.3. Presentación trabajo final (I-G)	40		Identificación y propuesta de resolución de problemas en el proceso de internacionalización, aplicación y dominio de los procesos de la estrategia de internacionalización métodos aplicados a los negocios internacionales en la realidad estudiada, razonamiento analítico y sintético, expresión escrita y expresión oral. - Habilidad para formular y sustentar la estrategia de internacionalización que contribuya a la internacionalización de la empresa.	50% (I) Exp. y 50% (G)
2. Jurado Académico	40		- Según rúbrica	50% (I) (exposición) y 50% (G)
2.1. Trabajo final (G)	50			
2.2. Exposición (I)	50			
3. Evaluación de la Empresa	30		- Según rúbrica	50% (I) (exposición) y 50% (G)
3.1. Trabajo final (G)	50			
3.2 Exposición (I)	50			

VII. Cronograma referencial de actividades

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 1:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 1: La internacionalización de la empresa - Los procesos de consultoría 	<p>Contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación del curso - Estrategias de internacionalización - Metodología de la consultoría <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exposición del profesor - Estructura del informe final - Visualización de videos 	<ul style="list-style-type: none"> • Información referida al Trabajo Final (contenido, cronograma de avances) • Rúbrica del Trabajo Final • Bases de datos • Caso 1 	
Semana 2:			
	<p>Contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objeto de la consultoría - Trabajo de campo - Propuesta <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación de la empresa - Debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • ITC, 2014, A Guide to Diagnose a Business and its Management *** • Porter 2008: Cap 2: 'What is strategy'. • Hitt, Ireland y Hoskisson 2011: Cap 1: 'Strategic Management and Strategic Competitiveness'. • Rasiel y Friga 2002: Introducción, Cap 1: 'Framing the problem', Cap 2: 'Designing the Analysis'. • Deresky H, 2014, International Management, Cap 6: 'Formulating Strategy', Cap 7: 'Implementing Strategy: Strategic Alliances, Small Businesses, Emerging Economy Firms'. 	
Semana 3			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 2: Diagnóstico de la empresa - Plan de internacionalización 	<p>Contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis Externo: Entorno de los mercados y evolución y desempeño del sector <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exposición del profesor 	<ul style="list-style-type: none"> • (Hitt, Ireland, y Hoskisson, 2011); Capítulo 2: The External Environment Opportunities, Threats, Industry competition, and Competitor Analysis) • Lee K, Carter s, 2012, Global Marketing Management Changes, New Challenges, and Strategies. 	

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
		Chapter 6, 7, 8	
Semana 4:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 2: Diagnóstico de la empresa - Plan de internacionalización 	<p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis Externo: Entorno de los mercados y evolución y desempeño del sector <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Exposición del profesor 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de riesgos BBDD Desempeño de la industria Máquinas de inferencia para la industria 	
Semana 5:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 2: Diagnóstico de la empresa - Plan de internacionalización 	<p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis Interno, recursos y capacidades de la empresa <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Exposición del profesor Presentación del grupo 	<ul style="list-style-type: none"> (Hitt, Ireland, y Hoskisson, 2011); Capítulo 3: The internal organization. Resources, Capabilities, Core competences, and Competitive Advantage Capacidad Exportadora de la empresa. Evaluación de la cap. de internacionalización de la empresa (Hitt, Ireland, y Hoskisson, 2011); Capítulo 3: The internal organization. Resources, Capabilities, Core competences, and Competitive Advantage Capacidad Exportadora de la empresa. Evaluación de la cap. de internacionalización de la empresa 	
Semana 6:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 2: Diagnóstico de la empresa - Plan de internacionalización 	<p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis Interno, recursos y capacidades de la empresa <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Exposición del profesor Presentación grupal 	<ul style="list-style-type: none"> Metodología de evaluación 	

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
Semana 7:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 2: Diagnóstico de la empresa - Plan de internacionalización 	Contenido: <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de los trabajos de consultoría Actividades: <ul style="list-style-type: none"> - Presentación grupal - Debate en clase 	<ul style="list-style-type: none"> Trabajo de campo según cronograma de las propuestas 	
Semana 8 de exámenes parciales			
	EXAMEN PARCIAL		
Semana 9: de exámenes parciales:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 3: Selección de mercados y estrategia de entrada 	Contenido: <ul style="list-style-type: none"> - Definición de objetivos y selección de mercados Actividades: <ul style="list-style-type: none"> - Exposición del profesor - Presentación grupal 	<ul style="list-style-type: none"> Export planner CBI Min Li, et al, 2016, A review of the empirical research on export channel selection between 1979 - 2015 	
Semana 10:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 3: Selección de mercados y estrategia de entrada 	Contenidos: <ul style="list-style-type: none"> - Definición de objetivos y selección de mercados Actividades: <ul style="list-style-type: none"> - Producto o gama de productos 	<ul style="list-style-type: none"> Cavusgil_Knight_Riesenberger_2013 _Cap_ Global market opportunity assessment 	
Semana 11:			
	Contenido: <ul style="list-style-type: none"> - Estrategia de entrada Actividades: <ul style="list-style-type: none"> - Presentación grupal: sustentación de la forma de entrada 		
Semana 12:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 3: Selección de 	Contenido:		

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
mercados y estrategia de entrada	- Estrategia de entrada Actividades: - Perfil del cliente - Condiciones de la negociación		
Semana 13:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 4: Actividades y presupuestos de la estrategia e informe final 	Contenidos: - Presupuesto de las actividades Actividades: - Elaboración de la oferta		
Semana 14:			
<ul style="list-style-type: none"> Unidad didáctica 4: Actividades y presupuestos de la estrategia e informe final 	Contenido: - Presupuesto de las actividades Actividades: - Plan de comercialización: Comunicación, promoción, presupuesto		
Semana 15:			
	Actividades: - Revisión y edición del informe final de la consultoría		
Semana 16			
	EXAMEN FINAL – SUSTENTACIÓN FINAL, a nivel empresa y jurado académico		
Los alumnos deben revisar el BlackBoard a efecto de ver tanto el material como las tareas y avisos que se pongan durante el desarrollo de las clases.			

VIII. Indicaciones para el desarrollo del curso

La naturaleza del curso exige una constante revisión tanto de los materiales de cursos previos como de actividades que se desarrollaran en el curso, esto en base a las características de la empresa como de la disponibilidad de la información, por lo que **el alumno debe siempre revisar las actividades a desarrollar en el black board – BB.**

A través del desarrollo del curso se utilizan diversas fuentes bibliográficas empleadas en los cursos de la carrera de Negocios Internacionales, como, Dirección Internacional de Empresas, Administración del Comercio Internacional, Gestión Global de Mercados, Negociaciones Comerciales Internacionales, entre otros, que los alumnos deben consultar de manera pertinente.

IX. Referencias bibliográficas

Obligatoria

*** ITC, 2014, A Guide to Diagnose a Business and its Management (Libro base de orientación del curso)
Trade y Enterprise: Export Plan a how-to guide. New Zealand: Trade y Enterprise. ().

Marketing Audit. : CCI-UNCTAD-GATT.

Austrade (2006). *Guide To Developing an Export Strategy.* :.

CBI (2003). *Your guide to market research.* :.

CBI (2004). *Export Planner. A Comprehensive guide for prospective exporters in developing.* : Centre for the Promotion of Imports from developing countries.

Comunidad Valenciana (2008). *Centros Europeos de Empresas Innovadoras: Análisis de posición Competitiva.* :.

Deresky, H (2014). *International Management.* London: John Wilie y Sons.

Hitt, M., Ireland, R. & Hoskisson, R. (2011). *Strategic Management Competitiveness y Globalization.* Mason: South-Western Cengage Learning.

IFC (). *AGENT SELECTION CHECKLIST.* : International Finance Corporation.

Menter a Busnes - Total Food Marketing (2018). *Selecting agents and distributors checklist.* Recuperado de <http://www.menterabusnes.co.uk/totalfoodmarketing/selecting-agents-and-distributors-checklist>.

Peng, M. (2011). *Global Business.* Mason: South-Western CENGAGE Learning.

Porter, M. (2008). *On Competition.* Boston: Harvard Business Press Publications.

Rasiel, E. & Friga, P. (2002). *The McKinsey Mind.* New York: McGraw-Hill.