



## I. INFORMACIÓN GENERAL

|                         |   |  |
|-------------------------|---|--|
| <b>CURSO</b>            | : | Estrategias de Expansión                     |
| <b>CÓDIGO</b>           | : | GD11   |
| <b>CICLO</b>            | : | 201501                                       |
| <b>CUERPO ACADÉMICO</b> | : | <b>Cortés Quiroz, José Luis</b>              |
| <b>CRÉDITOS</b>         | : | 6  |
| <b>SEMANAS</b>          | : | 9  |
| <b>HORAS</b>            | : | 6 H (Teoría) Semanal                         |
| <b>ÁREA O CARRERA</b>   | : | Administración y Gerencia del Emprendimiento |

## II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

## III. INTRODUCCIÓN

El curso aporta al estudiante el marco conceptual y las herramientas metodológicas para diseñar, desarrollar e implementar estrategias de expansión, destinadas a concretar negocios y operaciones comerciales internacionales, tanto para empresas nuevas, como para empresas en marcha.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de diseñar una estrategia de expansión aplicable a una empresa nueva o en marcha.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD N°: 1 ENTRANDO Y OPERANDO EN MERCADOS INTERNACIONALES

#### LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno comprende y aplica los conceptos y modelos fundamentales de un negocio con enfoque internacional, desde una perspectiva estratégica

#### TEMARIO

- La estrategia de una empresa en el entorno internacional
- La estrategia y la empresa
- Expansión global y rentabilidad
- La organización de una empresa internacional
- Estructura organizacional.
- Sistemas de control e incentivos
- Cultura Organizacional
- Cambio Organizacional

- Estrategias de entrada y Alianzas Estratégicas
- Decisiones de entrada básicas (mercado, tiempo)
- Eligiendo una estrategia de entrada.
- ¿Inversión desde cero o Adquisiciones?
- Alianzas Estratégicas

**HORA(S) / SEMANA(S)**

SESION 1,2 Y 3

**UNIDAD N°: 2 MEDIO AMBIENTE EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LOGRO**

Comprender la naturaleza, retos y dilemas inherentes en la expansión de un negocio.

**TEMARIO**

- Política Internacional
- Cultura Internacional
- Comercio Internacional
- Mercados e Instituciones Financieras

**HORA(S) / SEMANA(S)**

SESION 4,5 Y 6

**UNIDAD N°: 3 ESTRATEGIAS REGIONALES**

**LOGRO**

Diseñar estrategias de expansión que se adapten a la industria, ciclo de vida y mercado objetivo de su empresa en territorios específicos.

**TEMARIO**

- La Unión Europea
- América del Norte
- China y Japón
- Economías Emergentes

**HORA(S) / SEMANA(S)**

SESION 7,8,9 Y 10

**UNIDAD N°: 4 ESTRATEGIAS GLOBALES**

**LOGRO**

Identificar y analizar las tendencias empresariales en un medio ambiente competitivo, así como determinar su impacto en la empresa.

**TEMARIO**

- Estrategia de Producción.
- Estrategia de Marketing.
- Estrategia de Recursos Humanos.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

## VI. METODOLOGÍA

La metodología que se utilizara será: Teoría y casuística

El salón se dividirá en grupos de trabajo. Las clases teóricas se complementarán con el desarrollo y aplicación práctica de algunos casos que se desarrollaran en clase a la empresa o a un área de esta que será designada y elaborada por cada grupo.

## VII. EVALUACIÓN

### FÓRMULA

$$25\% (TB1) + 15\% (CL1) + 20\% (CL2) + 40\% (TF1)$$

| TIPO DE NOTA            | PESO % |
|-------------------------|--------|
| CL - CONTROL DE LECTURA | 15     |
| CL - CONTROL DE LECTURA | 20     |
| TB - TRABAJO            | 25     |
| TF - TRABAJO FINAL      | 40     |

## VIII. CRONOGRAMA

Módulo Regular

| TIPO DE PRUEBA | DESCRIPCIÓN NOTA   | NÚM. DE PRUEBA | FECHA     | OBSERVACIÓN                 | RECUPERABLE |
|----------------|--------------------|----------------|-----------|-----------------------------|-------------|
| CL             | CONTROL DE LECTURA | 1              | SEMANA 2  |                             | NO          |
| CL             | CONTROL DE LECTURA | 2              | SEMANA 5  |                             | NO          |
| TB             | TRABAJO            | 1              | SEMANA 7  | Promedio de varios trabajos | NO          |
| TF             | TRABAJO FINAL      | 1              | SESION 13 |                             | NO          |

## IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

### BÁSICA

RUGMAN, Alan M. Collinson, Simon (2012) International business. Harlow, England ; New York : Pearson.

(658.049 RUGM)

### RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

HILL, Charles W. L. (2013) International business : competing in the global marketplace. New York : McGraw-Hill Irwin.

(658.18 HILL 2013)