



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Inteligencia Comercial Internacional Avanzada
CÓDIGO	:	AN89
CICLO	:	202201
CUERPO ACADÉMICO	:	Breña Cobo, Úrsula Mercedes
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administración y Negocios Internacionales

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

Descripción:

Tomar conciencia sobre las diferentes herramientas de Inteligencia Comercial Internacional Avanzada y cómo estas deben ser aplicadas para mejorar la gestión de la información y el desarrollo de una guía de mercado ¿ producto, es una de las tareas que el futuro Administrador en Negocios Internacionales debe realizar.

Mediante el análisis de la información de diferentes mercados, productos y consumidores del mundo, el estudiante desarrollará su capacidad de identificar oportunidades y debilidades que puede tener un determinado mercado para un producto específico con el fin de utilizarlos para formular perfiles de producto mercado.

Inteligencia Comercial Internacional Avanzada, es un curso electivo en la carrera de Administración y Negocios Internacionales, de carácter teórico y práctico dirigido a los estudiantes que hayan superado los 100 créditos, y que busca capacitar al estudiante en la gestión y manejo de información, desarrollo del pensamiento innovador y la formulación de proyectos internacionales.

Propósito:

La asignatura tiene como propósito, generar en los estudiantes, una profundización teórico-práctica de las herramientas internacionales de análisis de mercados. Asimismo, brinda al estudiante la capacidad de interpretar variables de mercado y producto.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante tendrá la capacidad de síntesis para identificar oportunidades internacionales y elaborar una guía de producto - mercado.

Con la consecución de este curso el estudiante, bajo la base de conocimientos previos de ciclos anteriores, identifica, organiza y procesa de manera adecuada la información obtenida en diferentes bases de datos para elaborar una investigación de mercado, con el análisis de productos e identificación de oportunidades de negocios en mercados internacionales.

El curso desarrolla la competencia general de Pensamiento Crítico y Análisis de la Información Nivel 3, así como la competencia específica de Evaluación de Oportunidades Internacionales a Nivel 3.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 BÚSQUEDA E INTERPRETACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO INTERNACIONAL
LOGRO Al finalizar la unidad, el estudiante analiza oportunidades en mercados internacionales utilizando las principales bases de datos.
TEMARIO SEMANA 1 Sesión 1 Contenido (temario) -Situación actual del Comercio Exterior en el Perú -Bases de datos utilizadas en comercio exterior -Insights y oportunidades de negocio internacional -Estrategia de entrada de operaciones en los mercados exteriores Actividades de aprendizaje -Análisis del Video: Are You Ready for the 2022 Consumer? Euromonitor -Lectura del Reporte ¿Las 10 principales tendencias globales de consumo para el 2022¿. Euromonitor 2022. Evidencias de aprendizaje Control de Lectura 1: Ocho tipos de análisis para identificar oportunidades de mercado. Foro de Debate: Análisis del informe de "Exportaciones Perú 2021 y proyecciones 2022¿. Caso Harvard Business Review Bibliografía Web: Chehtman, A. (2017) Ocho tipos de análisis para identificar oportunidades de mercado. En: https://blog.euromonitor.com/ocho-tipos-de-analisis-para-identificar-oportunidades-de-mercado/ Web: Promperú (2019) Exportaciones Perú 2019. https://www.euromonitor.com/video/are-you-ready-for-the-2022-consumer https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/581099-exportaciones-peruanas-alcanzan-record-en-2021-y-superan-los-us-56-mil-millones https://lacamara.pe/posibles-escenarios-para-el-comercio-internacional-peruano-en-el-2022/
SEMANA 2 Sesión 2: Contenido (temario) -Requisitos de acceso para el ingreso a un mercado internacional: Aranceles, preferencias arancelarias y acuerdos comerciales.

- Investigación de mercados para oportunidades internacionales
 - Perfil del consumidor y demanda potencial
- Actividades de aprendizaje
- Análisis de las lecturas sobre el ingreso de la Quinoa a Estados Unidos.

Resolución de casos de negocio apoyados por bases de datos.
Caso de Negocio ¿Filetes de trucha orgánica ahumada en Francia¿

Evidencias de aprendizaje

TA 1

Presentación y sustentación de la selección de un nicho de mercado y su demanda potencial.

Bibliografía

Web: Gestión (2015) EE.UU. permitirá el ingreso de quinoa peruana tratada con fungicidas.

En: <https://gestion.pe/economia/ee-uu-permitira-ingreso-quinua-peruana-tratada-fungicidas-107819-noticia/>

Web: Gestión (2018) La nueva etapa de la quinoa en EE.UU.: ¿se incluye en los menús de comida rápida?

En: <https://gestion.pe/economia/nueva-etapa-quinua-ee-uu-incluye-menus-comida-rapida-237817-noticia/>

Web: Mincetur (2014) Exportaciones de quinoa a Estados Unidos crecen en 239%.

- Análisis de las lecturas sobre el ingreso de la Quinoa a Estados Unidos.

Resolución de casos de negocio apoyados por bases de datos.

Caso de Negocio ¿Filetes de trucha orgánica ahumada en Francia¿

HORA(S) / SEMANA(S)

6 / Sem. 1 y 2

UNIDAD N°: 2 ANALIZAR ALTERNATIVAS DE NEGOCIO CONTRASTANDO OPORTUNIDADES INTERNACIONALES

LOGRO

Al finalizar esta unidad, el estudiante propone diferentes alternativas de mercados y productos utilizando las bases de datos internacionales.

TEMARIO

SEMANA 3

Sesión 3:

Contenido (temario)

o Pasos para identificar mercados y productos potenciales

o Estructura para elaborar un perfil Producto y Mercado (I)

Seleccionar el producto

Requisitos de ingreso

Estacionalidad del producto

Análisis de la competencia internacional

Seleccionar el mercado

Actividades de Aprendizaje

-Análisis de la lectura ¿Dole y Camposol llevan los "Peruvian Flame Mangoes" a China?

-Búsqueda de productos potenciales para la exportación utilizando las herramientas de información

-Resolución de Casos:

-Autoevaluación caso: Informe Especializado oportunidades de Joyería peruana para el mundo (2021)

-Autoevaluación caso: Perfil servicio mercado: oportunidades marketing digital Alemania (2021)

Evidencias de Aprendizaje

CL 2

Sobre casos propuestos

Foro

Productos Potenciales de Exportación

Bibliografía

Web: Portal frutícola (2018) Dole y Camposol llevan la dulzura de los "Peruvian Flame Mangoes" al mercado chino.

En: <https://www.portalfruticola.com/noticias/2018/02/26/dole-camposol-llevan-la-dulzura-los-peruvian-flame-mangos-al-mercado-chino/>

Web: Promperú (2019) Estudio de Mercados.

En: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/826606737radB336E.pdf>

Web: Promperú (2019) Informes Especializados

En: <https://issuu.com/promperu/docs/oportunidad-comercial-langostinos-g?e=4825595/70055189>

[https://recursos.expertemos.pe//INFORME%20ESPECIALIZADO%20-%20JOYERIA%20\(1\).pdf](https://recursos.expertemos.pe//INFORME%20ESPECIALIZADO%20-%20JOYERIA%20(1).pdf)

https://recursos.expertemos.pe//2255820_PSM_Servicios_Marketing_Digital_-_Alemania.pdf

SEMANA 4

Sesión 4

Contenido (temario)

o Estructura para elaborar un perfil Producto y Mercado (II):

Transporte y logística

Canales de Distribución

Estrategia de precios

Medios de pago

INCOTERMS

Actividades de aprendizaje

-Participación en el Foro:

Proponer la estrategia de precios y medios de pago al producto seleccionado.

Evidencias de aprendizaje

Foro:

Informe Granada en la Unión Europea

TA 2

Plantea dos mercados para el producto escogido.

Bibliografía

Web: Promperú (2019) Informes Especializados.

En: <https://issuu.com/promperu/docs/granada-en-union-europea-perfil-pro?e=4825595/70055418>

HORA(S) / SEMANA(S)

6 / Sem. 3 a 4

UNIDAD N°: 3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y DESARROLLO DE DOCUMENTOS DE INTELIGENCIA COMERCIAL**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante elabora una guía de producto-mercado a través del análisis realizado para encontrar oportunidades internacionales.

TEMARIO**SEMANA 5****Sesión 5:****Contenido (temario)**

o Pasos para elaborar una Ficha Técnica de Producto / Servicio
Atributos y Características del Producto.

Las 4P's del Marketing para Exportación

Las 4P's del Marketing Digital

Actividades de Aprendizaje

-Análisis de la guía de producto mercado de arándanos para Italia.

-Participación de foro de debate.

Evidencias de Aprendizaje

Foro:

Perfil_Producto_Mercado_Mangos_Frescos_Corea_del_Sur_2020

Foro informe. Según la ficha técnica cuáles son los usos y formas de consumo de mango? ¿cuáles fueron el potencial empaque enviados a Corea?¿cuáles son los principales insights del mercado Coreano? Qué ventajas tendríamos?

TA 3

Elabora la Ficha de producto.

BIBLIOGRAFIA:

Web: Promperú (2019) Perfil producto mercado.

En: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/238129227radA61C9.pdf>

Web: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019) Mango. En:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/735114211rad8FD59.pdf>

SEMANA 6**Sesión 6:****Contenido (temario)**

o Pasos para elaborar una Guía de Producto Mercado.

Actividades de aprendizaje

-Participación en el Foro de debate: Intercambiar información y recomendaciones de las guías trabajadas.

-Elaboración la estructura de la Guía de Producto Mercado.

Evidencias de aprendizaje

Trabajo Final

Presentación de la Guía de producto mercado.

Bibliografía

Web: Promperú (2019) Guía de Producto Mercado.

Trabajo Final detalle de los puntos a considerar en la construcción de la guía de producto mercado

- <https://exportemos.pe/inteligencia-para-exportar/mercados>

HORA(S) / SEMANA(S)

6 / Sem. 5 y 6

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

La asignatura utiliza el método del caso como técnica metodológica de aprendizaje. De acuerdo al modelo de aprendizaje de la UPC, los estudiantes utilizan situaciones reales de la coyuntura económica internacional para fortalecer su pensamiento crítico y manejo de información, de esta manera, el desarrollo de su interpretación del contexto para la generación de estudios de mercados o guías de mercado internacional.

Cada semana de este curso está organizada en tres áreas de contenido:

Inspírese, brinda la oportunidad de aprender vinculando conceptos clave, preguntas reflexivas y problemas al contexto del mundo real, para enmarcar las ideas eje presentadas en el módulo.

Aprende y Practica, involucra lecturas, videos y actividades interactivas. En esta sección, se identificarán los requisitos necesarios, que le brindará las claves para el éxito de su aprendizaje. Las actividades interactivas le permitirán practicar lo que han aprendido en un entorno seguro y entretenido. Además, podrá crear su propio diario de aprendizaje reflexivo.

Aplica y Comparte, ofrece oportunidades para evaluar el dominio a través de cuestionarios. Esta sección, además invita a compartir preguntas, conocimientos y descubrimientos con sus compañeros e instructor a través de un foro de debate. Finalmente podrá poner de manifiesto todo su aprendizaje a través de un trabajo individual final.

El participante deberá realizar aprendizaje autónomo a través de todos los contenidos, lecturas y videos del curso. Tendrá la oportunidad de reflexionar y compartir sus hallazgos a través de los foros de discusión, podrá autoevaluarse a través de cuestionarios en línea. Finalmente podrá recibir retroalimentación de un experto en el tema sobre un entregable final del curso.

La dinámica del curso considera que se genere semana a semana un debate e intercambio adecuado para promover el aprendizaje de los temas clave dentro de la comunidad en línea.

Para una gestión del aprendizaje autónomo del estudiante se recomienda el revisar las diapositivas de clase y complementar su estudio con el desarrollo de trabajos individuales de análisis e investigación, haciendo uso de al menos 4 horas a la semana fuera de las horas de clase.

¡Mantente al tanto de todas las novedades de tu carrera de Administración y Negocios Internacionales!
Sigue las cuentas de todos los equipos de carrera para enterarte de lo último en eventos, investigación, noticias y tendencias:

- Fan Page Oficial de carrera: <https://www.facebook.com/InternationalBusinessUPC/>

o Instagram: <https://www.instagram.com/internationalbusiness.upc/>

- Grupo de Investigación:

<https://www.facebook.com/GrupodeInvestigaciondeNegociosInternacionalesUPC>

- Global Talks

o Instagram: <https://www.instagram.com/globaltalksupc/>

o Facebook: <https://www.facebook.com/GlobalTalksUPC>

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

15% (TA1) + 15% (TA2) + 15% (TA3) + 25% (TF1) + 10% (CL1) + 10% (CL2) + 10% (PA1)

TIPO DE NOTA	PESO %
CL - CONTROL DE LECTURA	10
TA - TAREAS ACADÉMICAS	15
CL - CONTROL DE LECTURA	10
TA - TAREAS ACADÉMICAS	15
TA - TAREAS ACADÉMICAS	15
TF - TRABAJO FINAL	25
PA - PARTICIPACIÓN	10

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 1	Evidencia de aprendizaje: Trabajo escrito. Competencia evaluada: Pensamiento Crítico, Análisis de información y Evaluación de Oportunidades Internacionales	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 2	Evidencia de aprendizaje: Trabajo escrito. Competencia evaluada: Pensamiento Crítico, Análisis de información y Evaluación de Oportunidades Internacionales	NO
CL	CONTROL DE LECTURA	2	Semana 3	Evidencia de aprendizaje: Control de Lectura. Competencia evaluada: Pensamiento Crítico, Análisis de información y Evaluación de Oportunidades Internacionales	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	2	Semana 4	Evidencia de aprendizaje: Trabajo escrito. Competencia evaluada: Pensamiento Crítico, Análisis de información y Evaluación de Oportunidades Internacionales	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	3	Semana 5	Evidencia de aprendizaje: Trabajo escrito. Competencia evaluada: Pensamiento Crítico, Análisis de información y Evaluación de Oportunidades Internacionales	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 6	Evidencia de aprendizaje: Trabajo escrito. Competencia evaluada: Pensamiento Crítico, Análisis de información y Evaluación de Oportunidades Internacionales	NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 6	Evidencia de aprendizaje: Foros. Competencia evaluada: Pensamiento Crítico, Análisis de información y Evaluación de Oportunidades Internacionales	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

[https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/7863715790003391?institute=51UPC_INST
&auth=LOCAL](https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/7863715790003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL)

ANEXO

En este anexo, se encuentran los reglamentos que todo alumno está obligado a leer y a cumplir en su rol de estudiante universitario en la UPC.

REGLAMENTO DE DISCIPLINA DE ALUMNOS :

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/reglamentos-upc/sica-reg-26-reglamento-de-disciplina-de-alumnos>

REGLAMENTO PARA LA PREVENCIÓN E INTERVENCIÓN EN CASOS DE HOSTIGAMIENTO SEXUAL- UPC:

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/normalizacion/sica-reg-31-reglamento-para-la-prevencion-e-intervencion-en-casos-de-hostiga>