



I. INFORMACIÓN GENERAL

| | | |
|-------------------------|---|--|
| CURSO | : | Inteligencia Comercial Internacional |
| CÓDIGO | : | AN97 |
| CICLO | : | 202302 |
| CUERPO ACADÉMICO | : | Brenis Verastegui, Orlando Breña Cobo, Úrsula Mercedes Daneri Romero, Miguel Ángel Linares Arenas, Nancy Halimme Linares Calderon, Lia Jacqueline Lalita Manco Vizcarra, Nilda Patricia |
| 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:

A través del desarrollo de la asignatura, los estudiantes toman consciencia sobre la importancia de las diferentes herramientas de inteligencia comercial internacional y como estas deben ser aplicadas para el análisis de mercados, productos y consumidores.

A través del análisis de la información de diferentes mercados, productos y consumidores del mundo, el alumno desarrollará su capacidad de identificar oportunidades de negocios, nichos de mercado y propuestas de valor derivadas del análisis internacional con el fin de utilizarlos para tomar decisiones respecto a las estrategias comerciales en el contexto internacional.

Este curso contribuye con el desarrollo de las competencias generales y específicas de la carrera de Administración y Negocios Internacionales.

Propósito:

El curso de Inteligencia comercial internacional ha sido diseñado con el propósito de permitir al futuro Administrador de Negocios Internacionales desarrollar la capacidad de realizar investigación de mercados internacionales haciendo uso de herramientas y bases de datos eficaces para su ejercicio profesional.

El curso contribuye directamente al desarrollo de las competencia específica: Formulación de Proyectos Internacionales (nivel 1). Organizar, planificar, definir y controlar actividades, aplicando métodos analíticos cuantitativos y cualitativos con el fin de ejecutar las alternativas de inversión seleccionada

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante propone un proyecto de negocio innovador de exportación o importación de productos o servicios a un destino determinado, sustentada en datos fiables y pertinentes, así como en otros proyectos anteriores exitosos.

Competencias: Nivel de logro

Formulación de proyectos:1

El alumno es capaz de identificar oportunidades nuevas de negocio en el ámbito internacional y juntar la información necesaria para plasmarlas luego en innovadores proyectos de negocios

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

| UNIDAD N°: 1 FUNDAMENTOS DE INFORMACIÓN COMERCIAL Y FUENTES NACIONALES |
|--|
| <p>LOGRO</p> <p>Al finalizar la unidad 1, el estudiante interpreta la información de mercados internacionales a partir del uso adecuado de bases de datos nacionales e internacionales confiables disponibles en internet sobre comercio internacional, evidenciando su capacidad de análisis de información para dar inicio a una adecuada toma de decisiones en cuanto a oportunidades nuevas de negocio internacional y desarrollar planes de acción comerciales.</p> |
| <p>TEMARIO</p> <p>Semana 1</p> <ul style="list-style-type: none">-Información general del curso-Contexto nacional y mundial-Generalidades del comercio internacional.-Elementos básicos de información comercial. <p>Evidencia de Aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none">Cuestionario en línea sobre exportaciones e importaciones Perú 2022/2021Cuestionario sobre Tablas Dinámicas <p>Semana 2</p> <ul style="list-style-type: none">-Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI-Banco Central de reserva del Perú - BCRP <p>Evidencia de Aprendizaje:</p> <ul style="list-style-type: none">-Cuestionario en línea.-Dinámica grupal. <p>Bibliografía:</p> <ul style="list-style-type: none">Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.gob.pe/inei/Banco Central de Reserva del Perú. https://www.bcrp.gob.pe/ <p>Semana 3</p> <ul style="list-style-type: none">-Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT |

Evidencia de Aprendizaje:

Cuestionario en línea

Dinámica grupal.

Bibliografía:

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
<https://www.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/index.html>

Semana 4

-Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego-Midagri

-Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR

Evidencia de Aprendizaje

Cuestionario en línea

Dinámica grupal

Bibliografía:

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego Midagri. Sistema Integrado de Estadística Agraria.
<https://siea.midagri.gob.pe/portal/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Mincetur. <https://www.gob.pe/mincetur>

Semana 5

-Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU

Evidencia de Aprendizaje:

Cuestionario en línea

Dinámica grupal

Bibliografía:

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo Promperú (2023). Exportemos.pe.
<https://exportemos.pe/>

Semana 6

-Adex Data Trade

Evidencia de Aprendizaje:

Cuestionario en Línea

Bibliografía:

Adex Data Trade. <https://biblioteca.upc.edu.pe/az.php?q=Adex%20data%20trade&p=1>

HORA(S) / SEMANA(S)

1, 2, 3, 4, 5 y 6

UNIDAD N°: 2 FUENTES DE INFORMACION COMERCIAL INTERNACIONAL

LOGRO

Al finalizar la unidad 2, el estudiante emplea de manera adecuada la información proporcionada por las bases de datos internacionales para establecer estrategias comerciales adecuadas al mercado seleccionado, sustentando el problema o necesidad del segmento de clientes identificado, detectando oportunidades nuevas de negocio en el ámbito internacional, construyendo innovadores proyectos de negocios.

TEMARIO

Semana 7

- Central Intelligence Agency - CIA
- Banco Mundial - WB
- IMD ¿ World Competitiveness Ranking
- Statista ¿ Economy & Society Country Report

Evidencia de Aprendizaje :

Cuestionario en Línea

Tarea grupal: presentación del producto exportar y selección del país/mercado destino para el desarrollo de la Tarea Académica y Trabajo Final.

Bibliografía:

Central intelligence Agency. The World fact Book. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/>

Grupo Banco Mundial. Datos. <https://datos.bancomundial.org/>

International Institute for Management Development IMD (2023). World Competitiveness Ranking. <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness/>

Statista. <https://biblioteca.upc.edu.pe/az.php?q=statista&p=1>

Daniels, J., Radebaugh, L., Sullivan, D. (2018) Negocios Internacionales. Ambientes y Operaciones. Ciudad de México: Pearson Educación. Capítulo 1 Globalización y Negocios Internacionales ¿ Página 16 a 19

Semana 9

- International trade Center: TradeMap, Market Access Map
- EU Access2Markets

Evidencia de Aprendizaje

Cuestionario en Línea

Dinámica grupal

Bibliografía:

International trade Centre (2019). Market Analysis Tools. <https://marketanalysis.intracen.org/en>

International trade Centre (2022). Market Access Map. <https://www.macmap.org/en/>

International trade Centre (2022). Trade Map ¿ Trade Statistics for international business development. <https://www.trademap.org/>

European Comission. Access2Markets. <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/home>

Semana 10

- Euromonitor International Parte I Industries, Economies

Evidencia de Aprendizaje :

Cuestionario en Línea.

Dinámica grupal

Bibliografía:

Euromonitor International (2023). <https://biblioteca.upc.edu.pe/az.php?q=euromonitor&p=1>

Semana 11

Tarea Académica

Evidencia de Aprendizaje:

Presentación de Documento escrito y Exposición/Sustentación en la sesión sincrónica. Se califica según rúbrica.

Semana 12

-Euromonitor International Parte II Consumers

-Statista Consumer & Brand Reports

Bibliografía:

Euromonitor International (2023). <https://biblioteca.upc.edu.pe/az.php?q=euromonitor&p=1>

Euromonitor International (2023). Understanding the Path to Purchase: 2022 Global Consumer Types. <https://go.euromonitor.com/white-paper-survey-220719-global-consumer-types.html>

Euromonitor International (2023). Las 10 tendencias globales de consumo en 2023. <https://www.euromonitor.com/article/what-are-the-top-10-consumer-trends-in-2023>

Statista (2023). <https://biblioteca.upc.edu.pe/az.php?q=statista&p=1>

Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0. John Wiley & sons. Capítulo 2, Las cinco generaciones.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2018). Principios de marketing (17ª ed.). Pearson. (pp 157-160).

Semana 13

-Veritrade

Evidencia de Aprendizaje

Cuestionario en Línea

Bibliografía:

Veritrade. <https://biblioteca.upc.edu.pe/az.php?q=veritrade&p=1>.

Semana 14

Trabajo Final - Asesoría

Los estudiantes en forma grupal presentan la estructura y avance de su trabajo final en un 80%. El docente brinda su retroalimentación sobre la pertinencia y coherencia de la información presentada que sustenta el desarrollo de su estrategia comercial y sobre la calidad del análisis.

Semana 15

-Presentación de Trabajos Finales

Evidencia de Aprendizaje:

Trabajo Final, Video y Sustentación.

Semana 16 Examen Final

HORA(S) / SEMANA(S)

7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16

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.

Cada sesión contiene materiales, noticias, lecturas sobre los temas tratar, videos instructivos sobre manejo de las diferentes plataformas que el estudiante debe revisar antes de la respectiva sesión semanal.. El estudiante participa activamente, presentando, dentro del horario de cada sesión síncrona o presencial, tareas y dinámicas individuales y/o grupales, relacionadas al tema de la sesión. Luego de cada sesión, resuelven un cuestionario en línea y/o presentan una tarea para demostrar el dominio de la plataforma respectiva.

Las actividades del curso se sustentan en las sesiones presenciales, sincrónicas y asincrónicas online sobre la base de casos y data reales de los negocios internacionales a través del análisis y opinión de los mismos en donde los estudiantes las realizan en forma individual, en parejas y en equipos.

El estudiante evidenciará el desarrollo de las competencias señaladas en el sílabo por medio una tarea académica, dos evaluaciones de desempeño, una nota de participación, un trabajo final y un examen final.

La Evaluación de Desempeño 1 (DD1), los estudiantes demuestran el dominio de las plataformas a través de la resolución de cuestionarios en línea (evaluación individual) que corresponden a las sesiones 1, 2, 3, 4, 5 y 6.

La tarea académica 1 (TA1) se aplica en la semana 11. Los estudiantes con sus grupos de trabajo presentan un documento escrito, que es un avance del Trabajo Final, y exponen los resultados de su investigación. Se califica según rúbrica.

La Participación (PA), los estudiantes son evaluados permanentemente a lo largo de las semanas 1 a 14, a través de las intervenciones en clase y las actividades planteadas por cada docente durante la sesión presencial/síncrona. El estudiante responde las preguntas del docente sobre el material de la sesión Antes, y/o muestra la información obtenida en las plataformas y presenta su análisis, ya sea modalidad on line (compartiendo su pantalla), o en modalidad presencial en la computadora asignada. Se califica según la Rúbrica de Participación.

La Evaluación de Desempeño 2 (DD2), los estudiantes demuestran el dominio de las plataformas a través de la resolución de cuestionarios en línea (evaluación individual) que corresponden a las sesiones 7, 9, 10, 13.

El Trabajo final (TF), en la semana 15, los estudiantes en forma grupal, presentan una investigación en la cual muestran decisiones de exportación o importación de productos o servicios a/de un destino determinado, basándose en la información obtenida en las plataformas aprendidas en el curso. Entrega de documento escrito (nota grupal), video tipo Elevator Pitch (nota grupal) y sustentación (nota individual). Se califica según rúbrica.

Evaluación final (EB) evalúa el contenido de las unidades 1 y 2 a través de un examen cuestionario de desarrollo individual.

La descripción de todas las evaluaciones antes mencionadas se detalla en las pautas y rúbricas del Blackboard.

¡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

$$10\% (TA1) + 15\% (EB1) + 15\% (DD1) + 15\% (DD2) + 20\% (TF1) + 25\% (PA1)$$

| TIPO DE NOTA | PESO % |
|-------------------------|--------|
| DD - EVAL. DE DESEMPEÑO | 15 |
| TA - TAREAS ACADÉMICAS | 10 |
| DD - EVAL. DE DESEMPEÑO | 15 |
| PA - PARTICIPACIÓN | 25 |
| TF - TRABAJO FINAL | 20 |
| EB - EVALUACIÓN FINAL | 15 |

VIII. CRONOGRAMA

| TIPO DE PRUEBA | DESCRIPCIÓN NOTA | NÚM. DE PRUEBA | FECHA | OBSERVACIÓN | RECUPERABLE |
|----------------|--------------------|----------------|-----------|---|-------------|
| DD | EVAL. DE DESEMPEÑO | 1 | Semana 7 | Evalúa las sesiones 1 a 6: Promedio de notas de cuestionarios en línea, tareas grupales después de las sesiones. Evaluación individual | NO |
| TA | TAREAS ACADÉMICAS | 1 | Semana 11 | Presentación de documento escrito y Exposición (sustentación). | NO |
| DD | EVAL. DE DESEMPEÑO | 2 | Semana 15 | Evalúa las sesiones 7 a 14: Promedio de notas de cuestionarios, tareas grupales después de las sesiones. Evaluación individual | NO |
| PA | PARTICIPACIÓN | 1 | Semana 15 | Evalúa las sesiones 1 a 14: participación activa en cada sesión, respuesta a las preguntas del docente, desarrollo de actividades durante dinámicas y tareas grupales. . Se evalúa según rúbrica. Evaluación individual | NO |
| TF | TRABAJO FINAL | 1 | Semana 15 | Trabajo escrito y video de desarrollo grupal. Sustentación individual. | NO |
| EB | EVALUACIÓN FINAL | 1 | Semana 16 | Evaluación individual de todo lo aprendido en el curso | SÍ |

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/9803045160003391?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>