



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Inteligencia Comercial Internacional
CÓDIGO	:	AN97
CICLO	:	202202
CUERPO ACADÉMICO	:	Brenis Verastegui, Orlando Breña Cobo, Úrsula Mercedes Daneri Romero, Miguel Ángel Linares Arenas, Nancy Halimme Linares Calderon, Lia Jacqueline Lalita Olivera García, Rossana Margot
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	17
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). Es un curso de especialidad de la carrera.

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

LOGRO

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 y dar inicio a una adecuada toma de decisiones en cuanto a mercados internacionales y así dar inicio a la identificación de oportunidades nuevas de negocio internacional y de esa manera desarrollar planes de acción comerciales.

TEMARIO

Semana 1

- Información general del curso
- Contexto nacional y mundial
- Generalidades del comercio internacional.
- Elementos básicos de información comercial.

Evidencia de Aprendizaje:

Cuestionario en línea

Semana 2

- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI
- Banco Central de reserva del Perú - BCRP

Evidencia de Aprendizaje:

- Cuestionario en línea sobre exportaciones e importaciones Perú 2021/2020
- Cuestionario sobre Tablas Dinámicas

Semana 3

- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT

Evidencia de Aprendizaje:

- Cuestionario en línea
- Tarea grupal de aplicación de la plataforma Sunat

Semana 4

- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego-Midagri
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR

Evidencia de Aprendizaje

Cuestionario en línea

Semana 5

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

Evidencia de Aprendizaje:

Cuestionario en Línea

Práctica Calificada 1: Casos Harvard

Semana 6

-Adex Data Trade

Evidencia de Aprendizaje:

Cuestionario en Línea

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

-World Economic Forum Strategic Intelligence Tool

-World Economic Forum Reporte de Competitividad Global

Evidencia de Aprendizaje :

Cuestionario en Línea

Tarea grupal: presentación del producto-mercado para el desarrollo de la TA y TF.

Semana 9

- International trade Center: TradeMap, Market Access Map

- EU Access2Markets

Evidencia de Aprendizaje

Cuestionario en Línea

Semana 10

-Euromonitor International Parte I Industries

Evidencia de Aprendizaje :

Cuestionario en Línea

Semana 11

-Euromonitor International Parte II Economies Consumers

Evidencia de Aprendizaje:

Trabajo grupal de análisis Casos Harvard

Presentación de la Tarea Académica: Trabajo escrito, Video.

Semana 12

-VERITRADE

Evidencia de Aprendizaje

Cuestionario en Línea

Semana 13

-Inteligencia Artificial: Concepto, Historia

-Tipos de Inteligencia Artificial

-Categorías de Inteligencia Artificial

-Inteligencia Artificial para encontrar mercados internacionales

-Google Market Finder

Evidencia de Aprendizaje

Cuestionario en Línea

Semana 14

Integración de Conceptos y temas

Asesoría Trabajo Final

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

Cada sesión contiene materiales, lecturas, casos Harvard, 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 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 de una práctica calificada, una tarea académica, dos evaluaciones de desempeño, una nota de participación, un trabajo final y un

examen final.

La Práctica Calificada (PC1) se aplica en la semana 5. Los alumnos realizan la lectura de un caso Harvard Business Publishing asignado por el docente y desarrollan un cuestionario en línea individual en forma asíncrona sobre el análisis del caso, que también incluye preguntas asociadas sobre aplicación de las plataformas estudiadas en las sesiones 1 a 4.

La Evaluación de Desempeño 1 (DD1), los estudiantes demuestran el dominio de las plataformas a través de la resolución de 8 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 un video en el cual 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 5 cuestionarios en línea (evaluación individual) que corresponden a las sesiones 7, 9, 10, 12 y 13 y la presentación de una tarea de desarrollo grupal sobre el análisis de casos Harvard Business Publishing indicados por el docente en la semana 11.

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 detallan en las pautas y rúbricas que serán publicadas oportunamente en el 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, tareas grupales después de las sesiones. Evaluación individual	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 11	Presentación de documento escrito y Exposición.	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. 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/8561540090003391?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>