



## SILABO

### ESTRATEGIAS COMPETITIVAS INTERNACIONALES

#### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Código	:	083959
1.2. Ciclo	:	IX
1.3. Créditos	:	4
1.4. Área curricular	:	Formación Profesional
1.5. Condición	:	Obligatorio
1.6. Semestre Académico	:	2017 - I
1.7. Duración	:	16 semanas: 96 horas
1.8. Horas semanales	:	06 HT: 02 HP: 04
1.9. Requisitos	:	Gerencia de la Información
1.10 Facultad	:	Ciencias Administrativas
1.11. Escuela Profesional	:	Administración de Negocios Internacionales
1.12. Profesores	:	Comisión Académica
1.13. Texto Básico	:	Porter, M. E. (2006). Estrategia y Ventaja Competitiva. Ediciones Deusto, Colombia, Editorial Planeta.

#### II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito estudiar las estrategias competitivas con la finalidad de obtener una apreciación de la dinámica y el estímulo de la competencia comercial, identificando su ventaja y posición competitiva del producto, marca o empresa, adoptando y considerando situaciones competitivas, en las relaciones de las fuerzas existentes y las posiciones ocupadas por los competidores

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Introducción: Planeamiento Estratégico y Estrategias. II. Escenario para la Competitividad. III. Escenario para la Competitividad. IV. Estrategias Competitivas Escenario y Prospectiva.

#### III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Reconoce y aplica modelos y las principales técnicas y herramientas de análisis que se emplean en el desarrollo de un plan de trabajo estratégico en el entorno competitivo de las empresas globales de los mercados internacionales.

#### IV. CAPACIDADES

- )] Argumenta y asocia principales estrategias corporativas y de negocios desarrolladas en un ambiente competitivo para poseer una visión conjunta de los negocios corporativos y globales.
- )] Valida las principales técnicas y herramientas de análisis que se emplean en el desarrollo del trabajo estratégico como proceso de planeamiento para formular su visión y misión conjunta de la empresa.
- )] Identifica formas de internacionalización de las empresas en el entorno competitivo de los negocios internacionales, como parte de la globalización.
- )] Aplica modelos de gestión para efectuar análisis estratégicos considerando métodos e indicadores de medición internacionales para una mejor competitividad global.

#### V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: INTRODUCCIÓN: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y ESTRATEGIAS				
CAPACIDAD: Argumenta y asocia principales estrategias corporativas y de negocios desarrolladas en un ambiente competitivo para poseer una visión conjunta de los negocios corporativos y globales.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	)] Cumplimiento de responsabilidades )] Participación activa			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
1	Táctica y estrategia definición y planeamiento estratégico	Diseña estrategias para un efectivo plan, definiendo sus estrategias y tácticas.	Estudio de casos	1
			Exposición dialogada	2
	Análisis del entorno, el análisis FODA y estrategias	Aplica la matriz FODA en un plan estratégico.	Estudio de casos	1
			Demostración	2

3	Competitividad	aplica relación calidad-coste del producto, del nivel de precios e insumos y salarios internacionales relacionados con la productividad, innovación y la inflación.	Conferencia dialogada	2
			Aplicación de criterios e indicadores	4
4	Tratados de Limites del Perú	Conoce el marco legal para aplicar estrategias competitivas empresariales.	Conferencia dialogada	2
			Demostración	4
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rubio, L. y Baz V. (2005). El Poder de la Competitividad. México: Fondo de Cultura Económica.</li> <li>▪ Hitt, M. A.; Ireland, R. D. y Hoskisson R. E. (2008). Administración Estratégica, competitividad y globalización. (7Ma. edición), México: Thomson Editores.</li> <li>▪ Porter M. E. (1996). Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior. (13ª reimpresión), México: Cía. Editorial Continental.</li> </ul>				

UNIDAD II: ESCENARIO PARA LA COMPETITIVIDAD					
CAPACIDAD: Valida las técnicas y herramientas de análisis que se emplean en el desarrollo del trabajo estratégico como proceso de planeamiento para formular su visión y misión conjunta de la empresa.					
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas	
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales			
5	) Disposición por aprender ) Conducta ética	El entorno y las condicionantes que contribuyen a las estrategias	Desarrolla sistemas y técnicas para un escenario competitivo global	Conferencia dialogada	2
			Dinámica de grupos	4	
6	) Disposición por aprender ) Conducta ética	Plataforma de infraestructura. Vías de comunicación, puertos, aeropuertos, energía	Desarrolla mecanismos de desempeño para crear ventaja competitiva.	Exposición dialogada	2
			Estudio de casos	4	
7	) Disposición por aprender ) Conducta ética	Plataforma del conocimiento. Potencial humano, técnicos, profesionales, investigadores	Diseña procesos que generan enforcemnt en profesionales altamente competitivos.	Solución de casos	2
			Trabajo en equipo	4	
8	Evaluación Parcial			6	
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Porter, M. E. (1996). Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior, (13ª reimpresión), México: Cía. Editorial Continental.</li> <li>▪ Porter, M. E. (1996). Estrategia Competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. (21ª reimpresión), México: Cía. Editorial Continental.</li> <li>▪ Daniels, J. D.; Radebaugh, L. H. y Sullivan, D. P. (2004). Negocios Internacionales, Ambientes y operaciones. (10ma. edición), México: Pearson – Prentice Hall.</li> </ul>					

UNIDAD III: ESCENARIO PARA LA COMPETITIVIDAD					
CAPACIDAD: Identifica formas de internacionalización de las empresas en el entorno competitivo de los negocios internacionales, como parte de la globalización.					
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas	
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales			
9	) Disposición por aprender ) Tolerancia y democracia	Plataforma de estabilidad macroeconómica, jurídica y seguridad. Normas claras, sistema tributario, ingreso y salida del mercado, transparencia.	Analiza la estabilidad macroeconómica en relación a la estabilidad jurídica institucional.	Aplicación de criterios e indicadores	3
			Dinámica de grupos	3	

10	Plataforma de tecnología y comunicaciones. Servicios financieros, sistemas de comunicación, tecnologías, laboratorios.	Identifica la plataforma tecnológica y los servicios financieros con que cuenta para proponer negocios viables.	Consideración de estándares	2
			Demostración	4
11	Espacios especializados. Los cluster físicos y virtuales, los conglomerados, los parques industriales ecológicos y tecnológicos	Contrasta espacios y parques industriales para elaborar un buen plan de negocio.	Estudio de casos	2
			Trabajo en equipo	4
12	Estrategias globales. Tipos, Características	Diseña estrategias globales que sean viables.	Conferencia dialogada	2
			Técnicas participativas	4
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Porter, M. E. (1996). Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior, (13ª reimpresión), México: Cía. Editorial Continental.</li> <li>▪ Ohmae K. (2008). El Próximo Escenario Global, Desafíos y oportunidades en un mundo sin fronteras. España: McGraw-Hill.</li> <li>▪ Czinkota, M. R. y Ronkainen, I. A. (2004). Marketing Internacional. (7ª. Edición), México: Thomson Editores.</li> <li>▪ Grant, R. M.(2006). Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones. (5ª. Edición), España: Thomson - Civitas</li> <li>▪ Hitt, M. A.; Ireland, R. D. y Hoskisson R. E. (2008). Administración Estratégica, competitividad y globalización. (7Ma. edición), México: Thomson Editores.</li> </ul>				

UNIDAD IVESTRATEGIAS COMPETITIVAS ESCENARIO Y PROSPECTIVA				
CAPACIDAD: Aplica modelos de gestión para efectuar análisis estratégicos considerando métodos e indicadores de medición internacionales para una mejor competitividad global.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	) Participación activa ) Conducta ética			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
13	Estrategias corporativas y ventaja competitiva. Tipos, características.	Reconoce la importancia de las ventajas competitivas y comparativas y diseña modelos.	Análisis documental bibliográfico	2
			Conferencia dialogada	4
14	Estrategias de mercados y marketing. Tipos, características	Desarrolla técnicas de estrategias de mercados aplicados al marketing global y competitivo.	Aplicación de criterios e indicadores	2
			Dinámica de grupos	4
15	Escenarios y ventaja competitiva en incertidumbre. Estrategia defensiva y de ataque	Identifica escenarios posibles de una ventaja competitiva en épocas de incertidumbre.	Estudio de casos	2
			Demostración	4
16	La cadena de valor y la ventaja competitiva. La prospectiva construcción estratégica del futuro	Valora y desarrolla cadenas de valor pertinentes a las ventajas competitivas de las empresas.	Dinámica de grupos	2
			Trabajo en equipo	4
17	Examen Final		Técnicas de concientización	2
			Redemostración	4
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lewicki, R. J.; Barry, B. y Saunders, D. M. (2008). Fundamentos de Negociación. (4ª. Edición), México: McGraw-Hill.</li> <li>▪ Godet, M. (2000). La Caja de Herramientas de la Prospectiva Estratégica. (4ª. Edición), Cuadernos de LIPS N° 5, en: <a href="http://www.cnam.fr/lipsor">www.cnam.fr/lipsor</a></li> <li>▪ Camargo, R. y Gómez E. (2009). Introducción a la Prospectiva y planificación estratégica por escenarios, Un enfoque empresarial. Material académico, UNMSM-FCA-Negocios Internacionales.</li> </ul>				

## VI. METODOLOGÍA

### 6.1. Estrategias centradas en la enseñanza

- a. Dinámicas de Sensibilización
- b. Exposición problemática
- c. Exposición dialogada
- d. Discusión en grupos pequeños

### 6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje

- a. Técnicas de concientización
- b. Inducción
- c. Demostración
- d. Dinámica de grupos.

## VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- a. Multimedia
- b. Portafolio
- c. Fuentes de información
- d. Guías de aprendizaje y autoaprendizaje

## VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso , según la siguiente Tabla:

Evaluación Académicas	Peso
Prueba de entrada	Sin nota
Evaluación de Proceso	60%
Examen Parcial	20%
Examen Final	20%

- Antes: prueba de entrada.-Se realiza una evaluación inicial, diseñada para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.
- Durante: Evaluación de Proceso.- De acuerdo al objetivo de aprendizaje de la asignatura se evalúan las competencias adquiridas por el estudiante utilizando los criterios establecidos en el anexo N° 1
- Examen: Parcial y Final.- Se evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).

## IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

### 9.1. Fuentes bibliográficas

- ] Fernández, J. M. (2004). El Diseño de Escenarios en el ámbito empresarial. España: Ediciones Pirámide.
- ] Krause, D. G. (1997). El Arte de la guerra para ejecutivos, (basado en el texto de SUN TZU). España: Editorial Edaf.
- ] Yuan, G. (2009). Las 36 estrategias Chinas, la sabiduría del oriente para occidente. (6ª. Edición), España: Editorial Edaf.