



SILABO  
ALIANZAS ESTRATEGICAS

I. DATOS INFORMATIVOS

- 1.1. Código : 0831070
- 1.2. Ciclo : X
- 1.3. Créditos : 3
- 1.4. Área curricular : Formación Profesional
- 1.5. Condición : Electiva
- 1.6. Semestre Académico : 2019 - II
- 1.7. Duración : 16 semanas: 64 horas
- 1.8. Horas semanales : 4 HT: 2 HP: 2
- 1.9. Requisitos : Franquicias y Licencias (E)
- 1.10. Facultad : Ciencias Administrativas
- 1.11. Escuela Profesional : Administración de Negocios Internacionales
- 1.12. Profesores : Comisión Académica
- 1.13. Texto Básico : Tugores J. (2002). Economía Internacional: Globalización e Integración Regional. España: Editorial Mc Graw - Hill.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito valorar la importancia de las alianzas estratégicas; incidiendo especialmente en los principales enfoques teóricos aplicables, los diferentes niveles de análisis (alianzas estratégicas y redes empresariales) y las líneas de investigación más relevantes en la actualidad.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Opciones de Desarrollo Empresarial. II. Tipos de Alianza. III. El diseño de la Alianza. IV. El desarrollo de la Alianza.

III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Reconoce la importancia de las alianzas estratégicas y redes empresariales en el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

IV. CAPACIDADES

- ✓ Reconoce y evalúa las diferentes opciones que permiten el desarrollo de las organizaciones.
- ✓ Considerando el desarrollo de las organizaciones.
- ✓ Plantea un diseño de alianza empresarial, considerando los principios y el objeto del negocio.
- ✓ Evalúa la implantación de las alianzas empresariales considerando las intereses estratégicos del negocio.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: OPCIONES DE DESARROLLO EMPRESARIAL				
CAPACIDAD: Reconoce y evalúa las diferentes opciones que permiten el desarrollo de las organizaciones				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
1	• Disposición por aprender. • Participación activa.		Exposición dialogada	2
	• Introducción a las opciones de Desarrollo Empresarial.			
2	• Tipos de Acuerdo Cooperativo.		Exposición dialogada	2
	• Situación del entorno y de la empresa.			
	Reconoce la importancia del autodiagnóstico de la organización.		Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2

3	) Los socios y los aliados	Establece el perfil de selección del socio.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
Referencias: ) Payares, Z. (2004). La asociatividad empresarial como estrategia para la competitividad - Asociatividad Empresarial en Colombia. Colombia: Cámara de Comercio de Bogotá.				

UNIDAD II: TIPOS DE ALIANZAS				
CAPACIDAD: Evalúa y analiza los diferentes tipos de alianzas empresariales, considerando el desarrollo de las organizaciones.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	) Disposición por aprender. ) Participación activa			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
4	) Tipos de Alianzas, patrones y funciones básicas	Reconoce los diferentes tipos de alianzas.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
5	) Clasificación de las Alianzas Estratégicas	Establece y clasifica las diversas formas de alianzas.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
6	) La estructuración de la alianza	Reconoce los mecanismos de integración.	Exposición dialogada	2
			Trabajo en equipo	2
7	) El control de la alianza Evaluación Parcial	Establece los mecanismos de control.	Trabajo en equipo	2
			Solución de casos	2
Referencia: Nalebuff B. y Branderburguer M. (1996).Competencia. Colombia: Grupo Editorial Norma.				

UNIDAD III: EL DISEÑO DE LA ALIANZA				
CAPACIDAD: Plantea un diseño de alianza empresarial, considerando los principios y el objeto del negocio.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	) Innovación y creatividad. ) Participación activa.-			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
8	) El diseño de la alianza	Reconoce las características de los posibles asociados.	Exposición dialogada	2
			Técnicas participativas	2
9	) Tipos de arreglo	Reconoce la importancia del arreglo tridimensional.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
10	) Principios para el diseño de la alianza	Entiende las características esenciales para concretar alianzas	Exposición dialogada	2
			Trabajo en equipo	2
11	) Principios para el diseño de la alianza	Entiende las características esenciales para concretar alianzas	Exposición dialogada	2
			Trabajo en equipo	2
Referencia: ) Porter, R. (1995).Guía de las Alianzas en los Negocios. México: Compañía Editorial Continental.				

UNIDAD IV: EL DESARROLLO DE LA ALIANZA				
CAPACIDAD: Evalúa la implantación de las considerando los intereses estratégicos del negocio.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación y creatividad.</li> <li>• Participación activa.</li> </ul>			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
12	El proceso de desarrollo de una alianza	Reconoce la misión, las metas y las estrategias de la empresa, como la base para una alianza estratégica.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
13	La Negociación	Reconoce y establece las tres etapas de la negociación.	Dinámica de Grupos	2
			Taller	2
14	La formalización	Aplica los conceptos legales y de operación que involucra el establecimiento de las alianzas.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
15	La puesta en marcha	Reconoce importancia de la triple dimensión del acoplamiento.	Exposición dialogada	2
			Dinámica de grupos	2
16	El seguimiento	Diseña medidas preventivas para minimizar los problemas.	Exposición dialogada	2
	Examen Final		Solución de casos	2
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes E. y Alcázar E. (2001). Alianzas Estratégicas, un enfoque estratégico y legal. México: Banco Nacional de Comercio Exterior.</li> </ul>				

## VI. METODOLOGÍA

### 6.1. Estrategias centradas en la enseñanza

- ) Exposición dialogada
- ) Dinámica de Grupos
- ) Trabajo en equipo
- ) Solución de casos

### 6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje

- Inducción
- Clase magistral
- Exposición problémica

## VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- ) Equipos informáticos
- ) Multimedia

- ) Separatas
- ) Fuentes de información

## 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. RESUMEN DE TEMAS DEL CPC DE PREGRADO CUBIERTOS EN ESTE CURSO

RESUMEN DE TEMAS DEL CPC	HORAS/MINUTOS ( Ó% de un curso de 4 horas semanales*)
a. Marketing	-
b. Finanzas en Negocios	-
c. Contabilidad	-
d. Gestión	20
e. Ambiente Legal de Negocios	-
f. Economía	-
g. Ética de Negocios	-
h. Dimensiones Globales de los Negocios	16
i. Sistemas de Información	18
j. Técnicas Cuantitativas o Integradora	-
k. Políticas de Negocios o Experiencia completa o integradora	10
Total Estimado de Horas de Cobertura del CPC	64

X. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

10. 1. Fuentes bibliográficas

- )] Eiteman, D. – Stonehill, A. – Moffett, M. (2011). Las Finanzas en las empresas multinacionales. México: Pearson Educación.
- )] Ghemawat, P. (2000). La estrategia en el panorama del negocio: textos y casos. México: Pearson Educación.
- )] Zozikowski, S. (2000). Finanzas Internacionales. México: Editorial Mc Graw - Hill.