



## SILABO

“Adaptado en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19”

### DESIGN THINKING

#### I. DATOS INFORMATIVOS

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| 1.1. Código                | : NIO505   |
| 1.2. Ciclo                 | : V  |
| 1.3. Créditos              | : 3  |
| 1.4. Área curricular       | : Estudios específicos   |
| 1.5. Condición             | : Obligatoria  |
| 1.6. Semestre Académico    | : 2020 - I   |
| 1.7. Duración              | : 16 semanas - 64 horas  |
| 1.8. Horas semanales       | : 4 HT: 2 HP: 2  |
| 1.9. Requisitos            | : Ninguno  |
| 1.10. Modalidad            | : No Presencial (Virtual)  |
| 1.11. Profesores           | : Andrades Sosa, Jose<br>Ñavincopa Flores, Gino<br>Pelaez Avalos, Juan   |
| 1.12. Correo Institucional | : <a href="mailto:jandradess@unmsm.edu.pe">jandradess@unmsm.edu.pe</a><br><a href="mailto:gnavincopaf@unmsm.edu.pe">gnavincopaf@unmsm.edu.pe</a><br><a href="mailto:jpelaeza@unmsm.edu.pe">jpelaeza@unmsm.edu.pe</a> |

#### II. SUMILLA

La asignatura es de carácter práctico, tiene como finalidad que el estudiante descubra oportunidades de negocio a través de un proceso de análisis disruptivo centrado en el usuario y en sus necesidades reales y potenciales, lo que permitirá diseñar soluciones posibles con ventajas competitivas diferenciadoras y rentables para desarrollar habilidades y diseñar nuevas soluciones a problemas que generen valor a los clientes y al negocio.

Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la asignatura en cuatro unidades:

- UNIDAD DIDÁCTICA I: Creatividad, desarrollo e innovación
- UNIDAD DIDÁCTICA II: Definición del reto y empatizando con el usuario. (Pensamiento disruptivo)
- UNIDAD DIDÁCTICA III: Prototipado y validación
- UNIDAD DIDÁCTICA IV: Business Model Generation.

#### III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Propone soluciones innovadoras y rentables a las necesidades de los clientes y los negocios, utilizando herramientas del pensamiento de diseño, con enfoque social y ambiental.

#### IV. CAPACIDADES

- 1) Descubre oportunidades de negocios sostenibles, basado en tendencias de mercados globales.
- 2) Interpreta la realidad de los usuarios utilizando el mapa de empatía.
- 3) Elabora y valida prototipos de productos, con enfoque social y ambiental.
- 4) Esquematiza una oportunidad de negocio con impacto social y ambiental, empleando el Business model geration.



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

### V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA I: CREATIVIDAD, DESARROLLO E INNOVACIÓN				
CAPACIDAD: Descubre oportunidades de negocios sostenibles, basado en tendencias de mercados globales.				
Contenidos		Actividades	Recursos	Estrategias
SEMANA 1	<p>Presentación del sílabo. Normas de participación en el aula virtual.</p> <p>Megatendencias globales base para el desarrollo e innovación. Megatendencias sociales y tecnológicas. Líneas de negocios potenciales.</p>	<p>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Revisión del sílabo</li> <li>)] Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.</li> </ul>	<p>Aula virtual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Silabo</li> <li>)] Normas de participación.</li> <li>)] Presentación del material: Documento en PPT – semana 1</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Análisis Documental Bibliográfico</li> <li>)] Revisión de la presentación de los contenidos.</li> <li>)] Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas.</li> </ul>
		<p>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica.</li> <li>)] Desarrollo de la clase participativa e inmediata.</li> </ul>	<p>Plataforma virtual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Exposición.</li> <li>)] Síntesis.</li> <li>)] Formulación de preguntas.</li> </ul>
SEMANA 2	<p>Escenarios claves para identificar oportunidades potenciales</p> <p>Identificación de una oportunidad de negocio en ámbito nacional e internacional. Fuentes donde buscar oportunidades.</p>	<p>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas.</li> <li>)] Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.</li> </ul>	<p>Aula virtual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Presentación del material: Documento en PPT – semana 2</li> <li>)] Video seleccionado</li> <li>)] Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Análisis Documental Bibliográfico</li> <li>)] Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas.</li> <li>)] Asignación de tarea grupal.</li> </ul>
		<p>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica.</li> <li>)] Desarrollo de la clase participativa e inmediata.</li> </ul>	<p>Plataforma virtual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Exposición.</li> <li>)] Síntesis.</li> <li>)] Formulación de preguntas.</li> </ul>



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

S E M E S T R E 3	Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), su Importancia y su aplicación para los negocios, clientes y los emprendimientos. Impacto social y ambiental.	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas.</li> <li>)] Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.</li> </ul>	Aula virtual: <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Presentación del material: Documento en PPT – semana 3</li> <li>)] Video seleccionado</li> <li>)] Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Análisis Documental Bibliográfico</li> <li>)] Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas.</li> <li>)] Asignación de tarea grupal.</li> </ul>
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica.</li> <li>)] Desarrollo de la clase participativa e inmediata.</li> </ul>	Plataforma virtual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Exposición.</li> <li>)] Síntesis.</li> <li>)] Formulación de preguntas.</li> </ul>
S E M E S T R E 4	El Design Thinking y su entorno Principios teóricos. Tipos de inteligencia que engloba el Design Thinking. Perfil de las personas y las organizaciones que emplean el Design Thinking.	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas.</li> <li>)] Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.</li> </ul>	Aula virtual: <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Presentación del material: Documento en PPT – semana 4</li> <li>)] Video seleccionado</li> <li>)] Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Análisis Documental Bibliográfico</li> <li>)] Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas.</li> <li>)] Asignación de tarea grupal.</li> </ul>
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>)] Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica.</li> <li>)] Desarrollo de la clase participativa e inmediata.</li> </ul>	Plataforma virtual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>)] Exposición.</li> <li>)] Síntesis.</li> <li>)] Formulación de preguntas.</li> </ul>



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA II: CREATIVIDAD, DESARROLLO E INNOVACIÓN				
CAPACIDAD: Interpreta la realidad de los usuarios utilizando el mapa de empatía.				
Contenidos	Actividades	Recursos	Estrategias	
S E M A N A  5	El diseño y su método Diseño y pensamiento de diseño. Metodologías para el pensamiento de diseño.	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 5 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.	) Análisis Documental Bibliográfico ) Revisión de la presentación de los contenidos. ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas.
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b>  ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.
S E M A N A  6	El proceso del desing thinking. Etapas del desing thinking. Etapa de comprender. El equipo de trabajo en el desing thinking. Investigación exploratoria, investigación documentaria..	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 6 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.	) Análisis Documental Bibliográfico ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. ) Asignación de tarea grupal.
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b>  ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

S E M A N A  7	El mapa de empatía Etapa de empatía. técnicas para profundizar en el proceso de empatizar: entrevistas, shadowing, focus groups, benchmark. mapa de la empatía..	ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:  J Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. J Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: J Presentación del material: Documento en PPT – semana 7 J Video seleccionado J Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.	J Análisis Documental Bibliográfico J Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. J Asignación de tarea grupal.
		ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:  J Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. J Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	J Exposición. J Síntesis. J Formulación de preguntas.
S E M A N A  8	La evaluación del mapa de empatía Proceso de evaluación y presentación de resultados.	ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:  J Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. J Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: J Presentación del material: Documento en PPT – semana 8 J Video seleccionado J Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.	J Análisis Documental Bibliográfico J Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. J Asignación de tarea grupal.
		ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:  J Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. J Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	J Plataforma virtual.	J Exposición. J Síntesis. J Formulación de preguntas.
	Evaluación Parcial	Plataforma virtual	J Demostración	



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA III: PROTOTIPADO Y VALIDACIÓN				
CAPACIDAD: Elabora y valida prototipos de productos, con enfoque social y ambiental.				
Contenidos	Actividades	Recursos	Estrategias	
SEMANA 9	Definición del foco de acción La etapa de definir. Identificar el foco de acción. Herramientas para definir el problema: Mapas mentales, mapas conceptuales, listado de preguntas, mood boards y el story telling.	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 9 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC	) Análisis Documental Bibliográfico ) Revisión de la presentación de los contenidos. ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas.
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b>  ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.
SEMANA 10	Creación de soluciones para problemas concretos. La etapa de Idear. Brainstorming. Tips. para elaborar un buen Brainstorming. El método Scamper	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 10 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC	) Análisis Documental Bibliográfico ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. ) Asignación de tarea grupal.
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b>  ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

S E M A N A  11	Construcción del producto. La etapa de prototipar. Formas de prototipar en función al presupuesto.	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 11 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC	) Análisis Documental Bibliográfico ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. ) Asignación de tarea grupal.
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b>  ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.
S E M A N A  12	El momento de la verdad La etapa de Testear. Estrategia de cómo prepararnos para la fase de validar. Escuchar frente a vender para validar correctamente.	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 12 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC	) Análisis Documental Bibliográfico ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. ) Asignación de tarea grupal.
		<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b>  ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA IV: BUSINESS MODEL GENERATION			
CAPACIDAD: Esquematiza una oportunidad de negocio con impacto social y ambiental, empleando el business model generation.			
Contenidos	Actividades	Recursos	Estrategias
<b>S E M A N A 13</b>  Modelo de negocios con impacto social y ambiental El modelo de negocio. El modelo de Canvas. Etapas creativas del modelo de Canvas: Cliente, valor añadido, relaciones con el cliente, canales e ingresos.	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 13 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.	) Análisis Documental Bibliográfico ) Revisión de la presentación de los contenidos. ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas.
	<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b> ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.
<b>S E M A N A 14</b>  Etapas racionales del modelo de canvas y tipos de modelos de negocio Actividades claves, recursos claves, asociaciones clave y costos. Tipos de modelo de negocio	<b>ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:</b>  ) Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. ) Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: ) Presentación del material: Documento en PPT – semana 14 ) Video seleccionado ) Lectura: Serrano, M. (2016). Desing thinking, lidera el presente, crea el futuro. Madrid: Editorial ESIC.	) Análisis Documental Bibliográfico ) Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. ) Asignación de tarea grupal.
	<b>ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:</b> ) Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. ) Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	) Exposición. ) Síntesis. ) Formulación de preguntas.





# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

S E M A N A  15	Nuevas propuestas de canvas Lean start up. Lean canvas	ACTIVIDADES ASINCRÓNICAS:  J Revisión de comunicados, mensajes, revisión de foros y tareas. J Revisión de la presentación de los contenidos y la agenda de la sesión.	Aula virtual: J Presentación del material: Documento en PPT – semana 15 J Video seleccionado J Lectura: Clark, T. (2012). Tu modelo de negocio. Barcelona. Deusto	J Análisis Documental Bibliográfico J Conformar equipos de estudiantes para actividades académicas. J Asignación de tarea grupal.
		ACTIVIDADES SINCRÓNICAS:  J Videoconferencia utilizando plataforma tecnológica. J Desarrollo de la clase participativa e inmediata.	Plataforma virtual.	J Exposición. J Síntesis. J Formulación de preguntas.
S E M A N A  16	Evaluación Final		Plataforma virtual	J Demostración



# Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

## Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

### VI. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS (METODOLOGÍA)

#### 6.1 Estrategias centradas en la enseñanza:

- a) Inducción
- b) Demostración
- c) Clase magistral
- d) Exposición problémica

#### 6.2 Estrategias centradas en el aprendizaje:

- a) Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).
- b) Aprendizaje Orientado a Proyectos (AOP).
- c) Método de casos.
- d) Trabajo colaborativo.

### VII. 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.

La evaluación se debe adecuar a la modalidad no presencial, considerando las capacidades y desempeños descritos para cada unidad. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso, considerando la aplicación de los instrumentos de evaluación pertinentes, según la siguiente tabla:

Evaluación Académica	Peso
Prueba de Entrada	Sin Nota
Examen Parcial (EXP)	20%
Evaluación de Proceso o continua (EVP)	60%
Examen Final (EXF)	20%

Capacidad	Indicadores de evaluación	ítem	Puntos	Instrumentos	Procedimiento	Evidencia	Peso
1) y 2)	Conocimiento Identifica Comprensión Expresa Aplicación Demuestra Análisis Discrimina Síntesis Organiza Juicio crítico Valoriza	2 2 2 1 1 1 1	3 3 4 3 3 4 20	Examen parcial	Prueba escrita presencial	Examen calificado en escala vigesimal	20%
3) y 4)	Conocimiento Identifica Comprensión Expresa Aplicación Demuestra Análisis Discrimina Síntesis Reconstruye Juicio crítico Justifica	2 2 2 1 1 1 1	3 3 4 3 3 4 20	Examen final	Prueba escrita presencial	Examen calificado en escala vigesimal	20%



VIII. 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	6
b. Finanzas en Negocios	-
c. Contabilidad	-
d. Gestión	8
e. Ambiente Legal de Negocios	-
f. Economía	4
g. Ética de Negocios	-
h. Dimensiones Globales de los Negocios	6
i. Sistemas de Información	-
j. Técnicas Cuantitativas o Integradora	-
k. Políticas de Negocios o Experiencia completa o integradora	40
Total Estimado de Horas de Cobertura del CPC	64

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS:

La fuentes de información complementarias sugeridas para esta asignatura son:

9.1. Fuentes bibliográficas

- ] Amaru Maximiano, Antonio Cesar. (2008). Administración para emprendedores: fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. México. PEARSON ADDISON-WESLEY.
- ] Marcus, Alfred A. (2006). Empresas ganadoras y empresas perdedoras: Los 4 secretos del éxito empresarial sostenible y porqué algunas compañías fracasan. Bogotá. Editorial Norma.
- ] Mayorga, David y Araujo, Patricia (2013). El plan de marketing. Lima: CIUP, 2° edición.
- ] Peláez, J (2016). Marketing aplicado para emprendedores. Lima: Ediciones Gráficas del Sur.

9.2. Fuentes hemerográficas

- ] Brown T. DESING THINKING. Harvard Business Review. (Pag.3 -10). Setiembre, 2008

9.3. Fuentes electrónicas

- ] Organización Mundial del Comercio-OMC. Información sobre comercio internacional y acceso a los mercados. Pag. web: [http://www.wto.org/spanish/res\\_s/statis\\_s/statis\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/statis_s.htm)
- ] PROMEXICO. Plan de Negocios Internacional de Exportación. Pag. Web: <http://www.promexico.gob.mx/work/>. Última consulta [12/08/2013].
- ] Portal Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX). Pag. Web: <http://www.siicex.gob.pe/>
- ] Tendencias XXI. Pag. Web: <http://www.tendencias21.net/>



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

Universidad del Perú. Decana de América

**Facultad de Ciencias Administrativas**

Escuela Profesional de Administración de Negocios Internacionales

---