



SÍLABO 2023-II

ADAPTADO PARA EL PERIODO DE ADECUACIÓN A LA EDUCACIÓN PRESENCIAL

I. DATOS ADMINISTRATIVOS:

1. Asignatura: Dirección de Negocios Globales y Responsabilidad Social
2. Código: NG1002
3. Naturaleza: Teoría/Práctica
4. Condición: Obligatoria
5. Requisito(s): NGO2906
6. Número de créditos: Cuatro (04)
7. Número de horas semanales: 06 (Teoría: 04 / Práctica: 02)
8. Semestre Académico: X
9. Docente: Dr. JORGE LUIS ESCALANTE FLORES
Correo institucional: jorge.escalante@urp.edu.pe

II. SUMILLA:

La asignatura es de naturaleza obligatoria y pertenece al área de formación profesional especializada. Es de carácter teórico-práctico y proporciona los conocimientos orientados a que los estudiantes entiendan las estrategias de gestión modernas, multiculturales, eficaces y eficientes de las empresas que operan en los mercados globalizados, aprendiendo a utilizar herramientas innovadoras para una correcta toma de decisiones previendo las consecuencias de las mismas, desarrollando una gestión integral de liderazgo proactivo y trascendental, teniendo actividades basadas en principios de responsabilidad social en las empresas. Realizando foros de discusión y prácticas analíticas basadas en casos y temas relacionados con las características de las empresas multinacionales, estudiando e implementando la aplicación directa de principios, estrategias, planificación, creación, desarrollo, entrada, localización y comercialización en mercados globalizados.

III. COMPETENCIAS GLOBALES

- **Multilingüe:**
Utiliza el idioma objetivo en forma oral y escrita, con fluidez y pertinencia en la gramática y vocabulario para la comunicación asertiva que permita, con seguridad y confianza, lograr el entendimiento en las negociaciones globales.
- **Multicultural:**
Comprende la diversidad cultural, interactuando eficazmente con tolerancia y respeto con personas de diferentes valores y creencias en el entorno de los negocios globales.

- **Múltiples Inteligencias:**
Utiliza las diversas inteligencias para desarrollar sus capacidades para el logro de emprendimientos trascendentes y alcanzar grandes propósitos mediante la toma de decisiones eficaces e interactuar con los diferentes grupos de interés con responsabilidad social en los negocios globales.
- **Múltiples valores:**
Interioriza los valores, actuando en forma ética y profesional, para tomar decisiones eficaces y eficientes en los negocios globales.

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- **Competencia de Administración y Negocios Globales:**
Aplica los conceptos y técnicas de la administración de negocios globales en forma creativa e innovadora, para asegurar la sostenibilidad de las organizaciones globales.
- **Competencia de Marketing Global:**
Identifica oportunidades en mercados globales y diseña planes de marketing, aplicando estrategias comerciales disruptivas y eficaces para satisfacer las necesidades humanas, alineado a las buenas prácticas de negocios globales.
- **Competencia de Logística y Operaciones Globales:**
Administra procesos logísticos en la cadena de suministro de bienes y servicios de empresas globales, aplicando tecnologías de información disruptivas eficaces y eficientes, generando valor bajo un enfoque de responsabilidad social.

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE:

INVESTIGACION (X)

RESPONSABILIDAD SOCIAL (X)

VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Entendimiento y aprendizaje de la dirección intercultural en las empresas.

Desarrolla una mentalidad holística sobre la gestión de las empresas globales, con fuerte concientización en responsabilidad social para la toma de decisiones y priorizar el uso de recursos con miras de satisfacer la demanda con una oferta sostenible que brinde soluciones contundentes y transparentes para conocimiento de los shareholders así como una sólida ética en los negocios en las relaciones con los stakeholders.

VII. PROGRAMACION DE CONTENIDOS:

UNIDAD 1	ORGANIZACIÓN, PRINCIPIOS Y TEORÍAS VINCULADAS	
LOGRO DE APRENDIZAJE	Identifica la trascendencia del comportamiento organizacional intercultural en las empresas con actividades en mercados multinacionales.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
1	- Introducción. - Términos, filosofía, reglas, metodología, procedimientos. Matriz de evaluación. Cronogramas.	- Presentaciones protocolares y definición de expectativas.
2	- Negocios, negocios globales, dirección de negocios globales, conceptos y proyección. - El Gerente global, consideraciones, liderazgo y gestión.	- Clases teóricas. - Análisis de casos.

3	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad social empresarial, pilares, sostenibilidad, rentabilidad social. - Cultura y educación. - Cultura y educación. - Competencias blandas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Metodología del proyecto grupal semestral. - Exposición de trabajos individuales
----------	--	---



Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales



		y grupales intermedios.
4	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo y Retroalimentación - Evaluación del logro de aprendizaje 	

UNIDAD 2	METODOLOGÍA PARA EL DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL	
LOGRO DE APRENDIZAJE	Aplica metodologías para el diagnóstico organizacional dentro de un enfoque sistémico y por procesos, en un contexto empresarial globalizado mostrando flexibilidad ante los cambios.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
5	<ul style="list-style-type: none"> - Razones de la expansión internacional en las corporaciones multinacionales. - Mercado y negocios globales. - Factores a considerar para la expansión internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prácticas individuales y grupales - Trabajos individuales y grupales - Estudio de casos - Controles de lectura - Exposición de trabajos
6	<ul style="list-style-type: none"> - La innovación de valor. Prácticas para promoverla. - Recursos de la gerencia integral. - Estrategia, definición, implementación y ejecución. - Estrategia de crecimiento en el mercado. 	
7	<ul style="list-style-type: none"> - Internacionalización o globalización. - Influencia global de las multinacionales. - Factores que influyen la globalización. - Valores que sostienen una globalización. 	
8	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo y Retroalimentación Impactos negativos en la globalización, naturaleza y orígenes. - Evolución del proceso de globalización. - Influencia del mercado global en el producto. - Evaluación del logro de aprendizaje - Presentación de primer avance del proyecto grupal 	

UNIDAD 3	DISEÑO DE ORGANIGRAMAS	
LOGRO DE APRENDIZAJE	Rediseña organigramas dentro de un enfoque sistémico y por procesos en un contexto empresarial globalizado evaluando el entorno para anticiparse a los factores externos que influyen en la toma de decisiones.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
9	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de corporaciones multinacionales y sus ventajas competitivas. - Modelos Barlett & Ghoshal. - Presión del mercado global sobre las multinacionales para integrarse y/o diferenciarse. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prácticas individuales y grupales - Trabajos individuales y grupales - Estudio de casos



10	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de proyectos. - Manejadores determinantes en la globalización. - Negocios globales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Controles de lectura - Exposición de trabajos
11	<ul style="list-style-type: none"> - El dilema de ingreso a mercados extranjeros. - Modos de entrada estratégicos, características. - Sincronía del tiempo de entrada. - Gestión del sistema de información. - Conceptos generales de la gerencia de negocios globales. 	
12	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo y Retroalimentación - Emprendimiento y planificación empresarial. - Emprendimiento en el dominio digital. - Evaluación del logro de aprendizaje - Entrega de avance de informe de investigación - Presentación del segundo avance del proyecto grupal. 	

UNIDAD 4	ELABORACIÓN DE MANUALES ORGANIZACIONALES	
LOGRO DE APRENDIZAJE	Rediseña manuales organizacionales dentro de un enfoque sistémico y por procesos, en un contexto empresarial globalizado orientándolos a la obtención de calidad y resultados.	
SEMANAS	CONTENIDOS	METODOLOGIA
13	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing global en el entorno actual. - Integración del marketing global. - Visibilidad de indicadores para la toma de decisiones empresariales y gerenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Prácticas individuales y grupales - Trabajos individuales y grupales - Estudio de casos - Controles de lectura - Exposición de trabajos
14	<ul style="list-style-type: none"> - Modelos Porter frente a los actuales retos del mercado global. - Cadena de valor y su importancia en la fortaleza competitiva. 	
15	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis situacional del mercado extranjero. - Cinco fuerzas que influyen sobre la sostenibilidad de una industria. - Estilos de dirección en corporaciones globales. 	
16	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de ser asociado, factores a considerar. - Gerenciamiento del personal y su proyección corporativa. - Monitoreo y Retroalimentación - Evaluación del logro de aprendizaje - Entrega de informe final de investigación 	
17	- Evaluación sustitutoria	



VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- ABP (Aprendizaje basado en problemas)
- Método de proyecto
- Exposición dialogada
- Trabajo en equipo
- Presentación efectiva
- Design Thinking
- Visual Thinking
- Aula Invertida
- Discusión del dilema
- Visionado de video
- Elaboración de reportes orientados por el profesor
- Presentación oral y escrita

IX. MOMENTOS DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE VIRTUAL

La modalidad no presencial desarrollará actividades sincrónicas (que los estudiantes realizarán al mismo tiempo con el docente) y asincrónicas (que los estudiantes realizarán independientemente fortaleciendo su aprendizaje autónomo. La metodología del aula invertida organizará las actividades de la siguiente manera:

Antes de la sesión

- **Exploración:** preguntas de reflexión vinculada con el contexto, otros.
- **Problematización:** conflicto cognitivo de la unidad, otros.

Durante la sesión

- **Motivación:** bienvenida y presentación del curso, otros.
- **Presentación:** PPT en forma colaborativa, otros.
- **Práctica:** resolución individual de un problema, resolución colectiva de un problema, otros.

Después de la sesión

- **Evaluación de la unidad:** presentación del producto.
- **Extensión / Transferencia:** presentación en digital de la resolución individual de un problema.



X. EVALUACIÓN

La fórmula de la asignatura toma en cuenta tanto la evaluación formativa como la sumativa.

La evaluación formativa: constituida por el promedio de las notas de trabajo práctico, presentaciones orales y proyecto de investigación formativa. Dichas tareas se evalúan utilizando sistema vigesimal (20), puntajes acumulativos. Los instrumentos utilizados son las listas de cotejo, guías de observación, cuestionarios, rúbricas.

La evaluación sumativa: está constituida por 04 notas: dos prácticas calificadas, una evaluación parcial y otra final. Los instrumentos utilizados son las pruebas escritas y orales respectivas. Dichas pruebas se evalúan de acuerdo con el sistema vigesimal utilizando la tabla de conversión determinada en el curso.

FORMULA DE EVALUACION: $((CL1+CL2+CL3+TRABAJOS) /4+EP+EF/3) = \text{Nota Final}$

Promedio Final = En donde, **PAR1 = EXAMEN PARCIAL**

FIN1 = EXAMEN FINAL

PRA1, PRA2, PRA3= PRÁCTICAS CALIFICADAS

TRP1, TRP2 = PROMEDIOS DE TRABAJOS PRÁCTICOS E INVESTIGACION FORMATIVA

XI. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del docente, casos, lecturas, videos.
- Plataformas: Aula virtual. Simulador SIMPRO.

XII. REFERENCIAS:

Bibliografía básica

- Heizer, Jay y Render, Barry. Principios de Administración de las Operaciones, 7ma. ed. Pearson Educación, México 2009.
- Sánchez Benavides, Oscar. La inevitable globalización: enfoque cultural y económico del escenario mundial, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). 2017.
- Tirado, Serrano, Francisco Javier, et al. Critical Management Studies: hacia unas organizaciones más éticas y sostenibles, Editorial UOC, 2017.
- Gilli, Juan José. Claves de la estructura organizativa, Ediciones Granica, 2017.
- Moreno, Pérez, Carlos María. Ética de la empresa, Herder Editorial, 2017.
- Sebastián, Luis de. Propuestas para una globalización más humana, ITESO - Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2017.
- Pardina, Carranco, María Pilar. Internacionalización de pymes, Ministerio de Educación de España, 2017.
- Dos, Santos, Manuel Alonso. Investigación de mercados: manual universitario, Ediciones Díaz de Santos, 2017.



Universidad Ricardo Palma
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela Profesional de Administración de Negocios Globales



- Pin, Arboledas, J. R., and Guido Stein. Claves de la negociación colectiva de la teoría a la realidad (2a. ed.), EUNSA, 2017.
- Mera, Ruiz, Claudio Andrés. El concepto de tiempo en el taylorismo, Editorial Politécnico Grancolombiano, 2017.
- Sánchez, García, Victoria Eugenia, et al. Responsabilidad social corporativa: el papel de las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales en la promoción de la RSC, Dykinson, 2017.
- Cuevas, Moreno, Ricardo. Ética y responsabilidad social de las empresas: la nueva cultura de la época de la globalización: un enfoque dialéctico, Editorial Miguel Ángel Porrúa, 2011.
- Sicard, Ramírez, Jaime. Management de las empresas: estrategia y práctica, Ediciones de la U, 2010.
- Freije, Uriarte, Antonio, and Obregón, Inmaculada Freije. La estrategia empresarial con método (3a. ed.), Editorial Desclée de Brouwer, 2009.