

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIDAD DE POSTGRADO

**Enfoque de gestión estratégica integral para la Escuela
Académico Profesional de Administración de Negocios
Globales**

TESIS

para optar el grado académico de Magister en Administración con Mención
en Gestión Empresarial

AUTOR

Víctor Manuel Castro Montenegro

Lima – Perú

2010

DEDICATORIA

A las personas que más quiero
y son mi fuente de inspiración:
mis padres César e Isabel, mis
hermanos Nelly y Jorge; mi
esposa Olga, y, mis hijos
Víctor e Isabel.

AGRADECIMIENTO

A mi recordado primo Arturo Sánchez Castro, al maestro Iván Rodríguez Chávez; al Doctor Oscar Rodríguez y a mi Asesor Licenciado Augusto Hidalgo Sánchez por su valioso aporte a la realización de este trabajo.

INDICE

	Página
PRÓLOGO	4
RESUMEN	6
I. PLANTEAMIENTO INICIAL DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1. Presentación del problema de investigación.....	7
1.2. Formulación del problema de investigación.....	18
1.3. Objetivos de la investigación.....	19
1.4. Importancia y justificación de la investigación.....	20
1.5. Hipótesis de partida.....	22
II. MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes del estudio.....	24
2.2. Los negocios globales en la actualidad.....	25
2.3. Competencias del profesional en Administración de Negocios Globales.....	26
2.4. Importancia de la formación profesional en Administración de Negocios Globales	32
2.5. Globalización y desarrollo.....	34
2.6. El Perú en un contexto de oportunidades en los negocios globales.....	39
2.7. La gestión estratégica integral y sus propósitos	41
2.8. Tamaño de muestra para poblaciones finitas y	

variables cualitativas.....	43
2.9. El Software Estadístico SPSS y su aplicación en la interpretación de resultados de entrevistas.....	46
2.10. Términos utilizados en la Administración de Negocios Globales.....	60
III. MATERIALES Y METODOS	
3.1. Relación entre las variables de la investigación.....	67
3.2. Tipo de investigación.....	68
3.3. Diseño de la Investigación.....	69
3.4. Metodica de cada momento de la investigación.....	69
3.5. Población y muestra.....	72
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	75
3.7. Procedimientos de recolección de datos.....	76
3.8. Procedimiento estadístico y análisis de datos.....	76
IV. RESULTADOS	
4.1. Resultados estadísticos.....	82
4.2. Interpretación cualitativa de resultados	110
V. CONCLUSIONES.....	
VI. RECOMENDACIONES.....	
REFERENCIALES.....	
	118
	120
	122

Anexos:

A.- Cuestionario de preguntas empleado en las entrevistas	126
B.- Plan de Estudios para la Escuela Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales.....	132
C.- Malla Curricular para la Escuela Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales.....	138
D.- Distribución de asignaturas por Áreas de Formación Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales	140
E.- Sumillas de las asignaturas para la Escuela Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales	144

PRÓLOGO

El presente trabajo de tesis, fue inspirado por la preocupación de la necesidad de desarrollo de nuestro país en una coyuntura de globalización, que ofrece múltiples oportunidades de negocios. Si como parte de la misión de la universidad, está la formación académica profesional, con sentido de aporte al desarrollo de nuestra sociedad y la humanidad en general; la universidad está comprometida a desarrollar programas de profesionalización de acuerdo a los tiempos y necesidades actuales. Es así, que la carrera profesional en Administración en Negocios Globales, responde a esta necesidad. No sin antes considerar, que ésta debe ser aplicada, con una gestión enfocada en forma estratégica e integral.

La presente tesis, tiene en cuenta que el conocimiento es el elemento dominante en tiempos de la globalización y que esta determina que la educación se convierta en un factor clave para la vida y con mayor razón la educación universitaria responsable de formar a los futuros profesionales, que en su momento se convertirán en los dirigentes que transformen a su país o en aquellos que ofrecen su talento para el bienestar de la comunidad. Además las exigencias de la sociedad globalizada basada en valores, de la amplia apertura de los mercados, de la necesidad de afianzar a largo plazo una estrategia de desarrollo sostenible, obliga a formar profesionales con nuevos perfiles que se integren

responsablemente al contexto global, y a las universidades crear nuevas carreras que respondan a estos desafíos del siglo XXI.

Para el desarrollo de la tesis se ha considerado, que la gestión estratégica de una escuela de negocios globales, se sustenta en el desarrollo de las inteligencias múltiples, talentos y competencias, sólidos valores, el dominio de diversos idiomas que faciliten la transculturización, el aprendizaje práctico y vivencial, la formación de líderes socialmente responsables, emprendedores, innovadores, transformadores de su realidad, que ofrezcan al mundo productos o servicios con valor agregado de alta calidad respetando y conservando el habitat natural del hombre.

El trabajo de tesis realizado, no solo es producto del esfuerzo y dedicación en la investigación realizada, sino también de la praxis, de la experiencia del autor, en generar un proyecto de creación de una Escuela Académico Profesional de Negocios Globales para la Universidad Ricardo Palma, y que esta haya sido aceptada y valorada por la universidad; finalmente encargada para su gestión, permitiendo ganar una rica experiencia en el ámbito de la gestión y que hoy se ven los frutos con la demanda y la confianza, cada vez mayor de nuestra sociedad. Finalmente, la presente tesis pretende ser un aporte significativo para la gestión de nuevas escuelas académico profesionales que se creen en las universidades de nuestro país.

VICTOR CASTRO MONTENEGRO

RESUMEN

La presente tesis, plantea un enfoque de gestión estratégica integral para el funcionamiento exitoso, de una Escuela Académico Profesional de Negocios Globales en nuestro país.

La investigación realizada tuvo cinco momentos. En el primer y segundo momento, se trabajó en función a la teoría existente y a las entrevistas a Especialistas en Administración de Negocios Globales; lográndose identificar las características actuales del entorno mundial y nacional de los negocios globales; así también, el Perfil Académico Profesional en la Especialidad de Administración de Negocios Globales para estos tiempos.

Estos dos momentos, se realizaron en función a la teoría existente y a las entrevistas a Especialistas en Administración de Negocios Globales.

El tercer, cuarto y quinto momento, fueron desarrollados en función de las variables identificadas en el primer y segundo momento.

El desarrollo, de estos últimos tres momentos permitieron el planteamiento de un enfoque de gestión estratégica integral, considerando una propuesta de valor, un modelo de gestión y la estructura curricular, que permita

el funcionamiento exitoso, de una Escuela Académico Profesional de Negocios Globales en nuestro país.

I. PLANTEAMIENTO INICIAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue motivada por la necesidad de abordar el análisis de la formación de profesionales universitarios en Administración de Negocios Globales en el Perú, que sugiere la emergencia de un nuevo paradigma de la Administración, conforme a los desafíos del incierto panorama de la globalización.

Entendemos por globalización un fenómeno que se concreta, en una primera aproximación, como el proceso de integración económica internacional que tiene como rasgos característicos la liberalización de los mercados, la generación de nuevas formas de la actividad empresarial, el derribamiento de barreras políticas y culturales que obstaculizaban o aún obstaculizan la interactividad de los negocios más allá de las fronteras nacionales y de los espacios regionales, con el apoyo decisivo de las tecnologías de la información.

El Fondo Monetario Internacional (FMI), define a la globalización como:

"...la interdependencia económica creciente en el conjunto de los países del mundo, provocada por el aumento del volumen y de la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los

flujos internacionales de capitales, al mismo tiempo que por la difusión acelerada y generalizada de la tecnología”¹.

Dos cuestiones aparecen como claves en esta visión: el concepto de interdependencia y el quedarse en la forma de manifestación del fenómeno o proceso sin interesarse por los actores políticos y económicos que lo impulsan.

Para Michel Camdessus², entonces director del FMI, los dos acontecimientos que han cambiado la orientación de la economía mundial; la caída del muro de Berlín y los inicios de la dinámica de la globalización "anuncian un mundo futuro unificado, caracterizado por una economía a escala planetaria, más habitable para los hombres"; con relación al poderoso conjunto de fuerzas que impulsan la mundialización. P. Ruggiero³, director de la Organización Mundial del Comercio (OMC), sostuvo que aunque algunas de ellas son el reflejo de políticas gubernamentales, "más fundamentalmente se trata de fuerzas que tienen una vida propia", se trata de un conjunto de procesos determinísticos, en cuya lógica inexorable es difícil si no imposible influir, ante lo que es mejor adaptarse.

La noción de globalización hace referencia a la descripción de:

“(...) la realidad inmediata como una sociedad planetaria, más allá de fronteras, barreras arancelarias, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales. Surge como consecuencia de la internacionalización cada vez más acentuada de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos político-culturales”⁴.

¹ Fondo Monetario Internacional (FMI): Globalización y crecimiento mundial. Documentos. 1997

² FMI: Op. Cit. Presentación.

³ Ruggiero, P.: Apertura global y comercio internacional. OMC. 1999

⁴ Diccionario Encarta: Globalización

En sus inicios, el concepto de globalización se ha venido utilizando para describir los cambios en las economías nacionales, cada vez más integradas en sistemas sociales abiertos e interdependientes, sujetas a los efectos de la libertad de los mercados, las fluctuaciones monetarias y los movimientos especulativos de capital. Los ámbitos de la realidad en los que mejor se refleja la globalización son la economía, la innovación tecnológica y el ocio.

La globalización surge, pues, de la necesidad que existe de interactuar con otros países, gracias al aumento masivo de la tecnología, visto en la tecnificación de las comunicaciones, así como en la propuesta de comerciar libremente en los mercados; sin embargo, conviene reconocer que esta interacción no sólo es en un sentido benéfico, o sea para estrechar relaciones, buscar nuevos patrones de convivencia o comerciar libremente, sino que dentro de su ejecución existen intereses más destinados a beneficios particulares o de particulares que al mejoramiento de la calidad de vida de la mayoría; es decir, del colectivo social.

Carlos Vivas⁵ sintetiza las pretensiones de la globalización en un conjunto de enunciados: 1) La globalización es un fenómeno nuevo, 2) un progreso homogéneo, 3) al mismo tiempo un proceso homogenizador, 4) conduce al progreso y al bienestar universal, 5) la globalización económica conduce a la globalización de la democracia y 6) acarrea la desaparición progresiva del Estado o una pérdida de su importancia.

En el seno de las concepciones globalistas se asume el proceso de globalización como algo homogéneo y homogenizador, en tal sentido nos encontramos con una representación del proceso histórico que incluye no sólo la

⁵ Vivas, Carlos: Apuntes para la crítica ideológica de la globalización. Revista Apuntes críticos. N° 21. Santiago de Chile. 2003

globalización financiera, sino también una "globalización de la demanda", con "posibles compradores situados en cualquier parte del planeta.

La globalización no es sólo un fenómeno económico también tiene características sociales, políticas, tecnológicas y culturales, porque los valores, creencias y conocimientos de los pueblos se difunden y se comparten con otras sociedades desarrollándose nuevas formas de vida que han permitido el surgimiento de la diversidad cultural en las empresas y multiculturalidad de los países.

La globalización siempre implica transformaciones espacio temporales que afectan los modos y estilos de vida concretos de las personas, producto de los cambios de escala y de la aceleración de los cambios, en especial aquellos debido a las innovaciones tecnológicas y a los crecientes niveles de complejidad de la vida urbana.

Así se reconfiguran los sistemas de percepción y representación del tiempo y el espacio, que constituyen el entramado básico de los mundos de la vida, de la historia concreta de los individuos y grupos sociales, de sus mitos y sus ritos⁶.

Estas transformaciones se apoyan en una aceleración sin precedentes en los procesos tecnológicos, tanto en lo que atañe al ritmo mismo de las innovaciones como en lo que se refiere al lapso que transcurre entre la innovación y su incorporación en la producción. Tal proceso se inició en los años de 1970 y ha llegado a ser tildado como

⁶ *Ibídem.*

la "tercera revolución tecnológica e industrial". Se ha asentado en la electrónica, la informática, la robótica, los nuevos materiales, la genética, la biotecnología y la nanotecnología.

El Perú desde hace seis años experimenta un crecimiento económico sostenido y el que tiene más potencialidades de sustentación en los últimos 60 años. Esta situación se produce en convergencia con la apertura de nuestro país a la globalización, trazada mediante la suscripción de tratados de libre comercio, la atracción de la inversión extranjera y la colocación de negocios de origen nacional en diversos mercados del mundo, como lo muestran los casos exitosos de empresas como el Grupo AJE, TopiTop e inclusive las franquicias colocadas por el promotor Gastón Acurio.

El crecimiento económico, haber obtenido el "grado de inversión", la fortaleza de las finanzas públicas, la relativa estabilidad cambiaria y de precios y el mantenimiento de precios favorables de las exportaciones primarias alientan la aparición del Perú en el escenario mundial como un "país emergente" que reúne condiciones para superar las situaciones propias del subdesarrollo en el mediano plazo, aunque no necesariamente las desigualdades económicas y sociales internas.

Este escenario nacional inédito se presenta extremadamente propicio para el desarrollo de una visión propia de los negocios globales y determina un horizonte favorable para la reflexión universitaria acerca de los requerimientos académicos que el cambiante mundo real exige en lo concerniente a la formación de profesionales en Administración de Negocios Globales.

Es preciso tener en cuenta que en el ámbito de la Administración de Negocios la globalización ha surgido un nuevo paradigma académico y profesional que está impulsando la creciente importancia de nuevas prácticas o bien está generándolas, al extremo que inclusive ha propiciado la aparición de un nuevo léxico global en la actividad de negocios.

Expresiones tales como International outsourcing (Subcontratación internacional), Insourcing (Intromisión de los contratistas en las empresas contratantes), Offshoring (Traslado de centros de producción, básicamente para abaratar costos), In-forming (Prácticas de acceso libre a la información de negocios), Stakeholders (Partes interesadas en el negocio), Franchising (Operaciones con franquicias), Joint ventures (asociaciones de negocios con inversión de riesgo), Open-Sourcing (Acceso libre a los códigos fuente de la información relevante a los negocios), Workflow software (Aplicaciones informáticas para el flujo del trabajo), Supply-Chaining (Cadena de suministros), designan actividades y procesos en alguna medida pre-existentes a la globalización pero que adquieren con ésta nuevos significados y mayor importancia en el escenario que hace posible los negocios a escala global⁷.

El desarrollo de constructos conceptuales novedosos en los negocios, tales como contratos de alcance global, responsabilidad social, ética de la confianza en las transacciones, alianzas estratégicas, políticas públicas trans-estatales, mercado global, gobernanza de negocios, indica la aparición de un nuevo paradigma

⁷ Una visión particular de estos desarrollo en Friedman, Thomas: La Tierra es plana. Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI. Eds. Martínez Roca S.A. Barcelona, 2006

cultural en la actividad empresarial y administrativa, que impulsa, a su vez, la necesidad de generar en los administradores nuevas competencias y nuevos valores profesionales.

Aunque pudiera parecerlo, no será exagerado afirmar que en el escenario de la globalización la Administración de Negocios es la disciplina académico profesional que está liderando la evolución de la razón humana hacia el denominado “pensamiento complejo” que se caracteriza por el enfoque trans-disciplinar de los problemas crecientemente complejos que experimenta la humanidad.

Esta posición de liderazgo proviene del proceso mediante el cual las doctrinas vigentes de la Administración de Negocios han incorporado en los últimos 30 años dimensiones teóricas y conceptuales de distintos campos del conocimiento pre-existentes, derribando las barreras disciplinarias con nociones tales como cultura organizacional, competencias profesionales, liderazgo, empatía en el trabajo de equipo, organización, planeamiento estratégico, negociaciones, empoderamiento, gestión integrada, tablero de mando, prospectiva, entre otras, que provienen de ciencias como la Antropología, la Psicología, la Sociología, la Física, la Biología; y aún de campos del conocimiento meta-científicos y para-científicos como la Epistemología, la Teoría de Juegos, la Teoría del Caos, el arte de la guerra y hasta de las prácticas deportivas (*Coaching*).

Este enriquecimiento trans-disciplinar de la Administración de Negocios responde a la necesidad de afrontar los desafíos que la incertidumbre política,

económica y social, reinante en el ambiente mundial, propone a los gerentes y emprendedores de negocios.

La formación profesional en la Administración de Negocios Globales conlleva a su máximo nivel atender proactivamente dichos desafíos, y ello debe reflejarse en la concepción de la organización académica avocada a formar a los administradores profesionales.

En esta perspectiva, el desarrollo tecnológico, la globalización de los mercados y de la cultura, la relevancia de la importancia de la información y del conocimiento de los procesos productivos y sociales son aspectos que están modificando las maneras de entender el mundo para los administradores profesionales.

La Universidad debe responder al reto implicado, pues no sólo debe ser la institución transmisora del conocimiento y la modernidad; también debe ser una fuente de formación en valores y actitudes para actuar en el escenario de la globalización.

De manera que una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales necesariamente deberá orientarse a formar profesionales con valores, actitudes y con sólidos conocimientos trans-disciplinarios y culturales que les posibilite actuar en los distintos campos de la gerencia de los negocios globales: importación y/o exportación, marketing internacional, logística a nivel

global, financiamiento internacional; con competencias para intervenir en el gobierno central, en los gobiernos regionales y locales, y en las instituciones no gubernamentales vinculadas a la gestión y las operaciones de negocios internacionales.

Los profesionales egresados de la Escuela obtendrán así una visión global del entorno nacional e internacional, de las distintas variables que actúan en el mercado, de las diversas estrategias de negociación que se emplean en los negocios globales, de los procesos de toma de decisiones, de la generación de productos globales con valor agregado, de las relaciones entre las instituciones, y de la ejecución de estrategias y líneas de acción para financiar operaciones globales. Al mismo tiempo quedarán capacitados para identificar problemas, proponer soluciones y poner en ejecución estrategias de dirección en las distintas áreas afines a los Negocios Globales de cualquier tipo de organización, con orientación hacia la calidad total, el desarrollo sostenible y la responsabilidad social.

El perfil académico del profesional en Administración de Negocios Globales no sólo se presenta como el más complejo en el ámbito de la Administración, sino que además es el que debe afrontar con mayores fortalezas las incertidumbres y amenazas que provienen del entorno en que se producirá su desempeño profesional y laboral.

Al respecto conviene resaltar que hoy en día la globalización y, subsecuentemente, la Administración de Negocios Globales se ubican en un período especialmente crítico derivado de la crisis financiera internacional, que si bien todavía no decanta en una crisis económica ya viene manifestando efectos e impactos que ponen en cuestión las perspectivas favorables que hasta hace pocas semanas iluminaban el futuro de los negocios globales.

Este episodio de crisis, que de cierta manera implica una transformación del capitalismo y sugiere actitudes prudentes en los gestores de negocios, permite apreciar que el profesional en Administración de Negocios Globales deberá contar con herramientas de análisis de escenarios que le permitan inferir oportunamente de los hechos observados las incertidumbres, riesgos, amenazas y oportunidades que se abren frente a su ejercicio profesional.

Esta característica determina que en el plan de estudios de la Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales deberá concederse la mayor importancia a las estrategias de aprendizaje para la formación de competencias de investigación y análisis de escenarios, y de planeamiento ante contingencias, con un enfoque trans-disciplinar, supeditando a ellas los aprendizajes de conocimientos de enfoques teóricos y de otras herramientas de gestión.

Esta visión de la formación académico-profesional se distancia del modelo tradicional de profesionalización en Administración, en el que se ha priorizado

estrategias para el aprendizaje de la aplicación de teorías y se ha sub-valorado estrategias para la investigación.

El modelo curricular que se pretende plantear en esta investigación no es sin embargo original sino, únicamente, una aplicación del modelo más exitoso de formación universitaria a nivel mundial, ejemplificado en la Universidad de Stanford (California, EE.UU.) donde el orden racional de la actividad académica es presidido por una comunidad de docentes que prioritariamente se dedica a la investigación, que experimenta, difunde y valida los resultados de esta investigación en la práctica magisterial y que compromete a los docentes en una cultura de la producción severamente crítica de conocimientos nuevos para afrontar la problemática estudiada, formando por consiguiente también actitudes y valores de compromiso de los estudiantes con el progreso y el bienestar de la sociedad en que viven.

De manera que el problema de la presente investigación se plantea en los términos de:

- Analizar en prospectiva la globalización y los negocios globales para replantear la justificación de la formación de profesionales en Administración de Negocios Globales como parte de la misión de la Universidad ante un escenario de acentuada incertidumbre mundial, considerando los actuales y factibles cambios que se vienen produciendo en la economía y política mundial para orientar la formación de profesionales en Administración de Negocios Globales en el sentido de

dotarlos de las competencias necesarias para afrontar los desafíos implicados.

- Sustentar el modelo curricular de formación de profesionales en Administración de Negocios Globales con base en la investigación científica y el análisis de escenarios, para la dotación más eficiente de las herramientas de gestión pertinentes a su futura práctica profesional y laboral.
- Definir en consecuencia el modelo organizacional de la Escuela de Administración de Negocios Globales, así como el modelo de gestión estratégica integral de la entidad y los requisitos satisfactorios de calidad de la experiencia universitaria.

Se considera que el análisis de estas dimensiones del problema de la investigación permitirá producir un proyecto de Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales abocado a la excelencia y dotado de las fortalezas suficientes para responder a las expectativas de la sociedad que deposita en la Institución Universitaria la gran responsabilidad de formar sus elites dirigentes y también para responder a las expectativas de los universitarios interesados en formarse como administradores de negocios globales.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Problema General

¿Cómo debe ser un enfoque de gestión estratégica integral, considerando una propuesta de valor, un modelo de gestión y la estructura de curricular, que

permita el funcionamiento exitoso de una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país?

Sub - Problemas

- a) ¿Cuáles son las características políticas, económicas, sociales y tecnológicas (P.E.T.S.) del entorno mundial y nacional de los negocios globales?
- b) ¿Cuál debe ser el perfil de la formación académico profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), para los tiempos actuales?
- c) ¿Cómo debe ser la propuesta de valor para la formación académica profesional en Administración de Negocios Globales (ANG)?
- d) ¿Cómo debe ser un modelo de gestión estratégica integral para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país?
- e) ¿Cuál debe ser la estructura curricular para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Formular un enfoque de gestión estratégica integral, considerando una propuesta de valor, un modelo de gestión y la estructura curricular, que permita el funcionamiento exitoso de una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país.

Objetivos específicos

- a) Identificar las características políticas, económicas, sociales y tecnológicas (P.E.T.S.) del entorno mundial y nacional de los negocios globales.
- b) Conocer el perfil ideal, académico profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), para los tiempos actuales.
- c) Definir una propuesta de valor para la formación de profesionales en Administración de Negocios Globales (ANG).
- d) Formular un modelo de gestión estratégica integral para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país.
- e) Proponer la estructura curricular para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país.

1.4. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestro país se encuentra en una etapa decisiva de su historia, porque tiene que elaborar estrategias creativas para superar el subdesarrollo, y afrontar las cada vez más desafiantes exigencias de un mundo globalizado, ello implica que el estado, las diferentes instituciones y organizaciones de la sociedad civil, y fundamentalmente las universidades asuman el rol protagónico que deben desempeñar. Dentro de este contexto la Universidad Ricardo Palma, en cumplimiento de sus fines y propósitos para la cual fue creada, además de generar conocimiento a través de la investigación científica, se compromete a formar profesionales en Administración de Negocios Globales que trabajen para insertar al Perú en el sistema internacional y resolver los problemas más álgidos de la sociedad.

El Perú y su sector empresarial requieren profesionales que puedan enfrentar los desafíos de la globalización de los mercados, el desarrollo de las operaciones cada vez más complejas de importación, exportación, la distribución física internacional, las compras globales, los sistemas de calidad internacional, el ingreso a nuevos mercados, la competitividad, el manejo de la imagen institucional a nivel global, la innovación tecnológica, la rentabilidad de los negocios y la integración a mercados mundiales o regionales; y por otro lado, se debe de satisfacer las necesidades de la juventud que demandan una oferta de formación profesional que le asegure la adquisición de las competencias necesarias para generar y desarrollar su propia empresa o para insertarse adecuadamente en el mercado de trabajo global.

La sociedad peruana requiere de líderes y profesionales idóneos que puedan asumir estas nuevas responsabilidades y desafíos. La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Ricardo Palma, adquiere el compromiso de preparar los profesionales adecuados para satisfacer dicha exigencia.

En nuestro país el 70% de las empresas más influyentes en la economía tienen capital extranjero y requieren profesionales en administración con conocimientos en la operatividad de los negocios globales, así mismo de las 20 empresas más importante de Latinoamérica, ninguna es peruana, por lo que es

imperativo formar líderes con la capacidad para lograr que las empresas peruanas ocupen lugares preferentes, a nivel regional y mundial.

De acuerdo a lo estipulado en el Artículo 19 de la Ley Universitaria 23733 y los Artículos 51, 52 y 53 del estatuto de la Universidad Ricardo Palma, ésta tiene la potestad de crear escuelas para la formación de profesionales que contribuyan al desarrollo del país.

1.5. HIPÓTESIS DE PARTIDA

Hipótesis General

Un enfoque de gestión estratégica integral, considerando una propuesta de valor, un modelo de gestión y la estructura curricular, que permita el funcionamiento exitoso de una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país, debe responder a las características del entorno mundial y nacional de los negocios globales; así como al perfil académico profesional en Administración de Negocios Globales (ANG) que se demanda para nuestro país.

Hipótesis específicas

- a) Las características políticas, económicas, sociales y tecnológicas (P.E.T.S.) del entorno mundial y nacional de los negocios globales; refleja un ambiente cada vez más globalizado y competitivo.
- b) El perfil de la formación académico profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), para los tiempos actuales debe considerar competencias actuales de la especialidad.
- c) Una propuesta de valor para la formación académica profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), está basada en la necesidad de desarrollo de nuestro país.
- d) Un modelo de gestión estratégica integral. para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país; debe tener carácter globalizado y competitivo.
- e) La estructura curricular para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país; debe responder al perfil ideal en el contexto mundial y nacional de los negocios globales.

II. MARCO DE REFERENCIA

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Específicamente en el Perú, no se han presentado tesis dirigidas a la creación y gestión de escuelas de administración de negocios globales. Pero si se han desarrollado proyectos para la creación de escuelas académico-profesional de negocios internacionales.

Los proyectos para la creación de escuelas académico- profesionales, que se han llevado a la práctica y actualmente están en funcionamiento, se han dado en las siguientes universidades:

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA DE LIMA

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Es importante mencionar que el primer proyecto presentado para formar administradores en negocios internacionales fue en 1984 en la Asociación de Exportadores ADEX.

2.2. LOS NEGOCIOS GLOBALES EN LA ACTUALIDAD

El proceso expansivo e indetenible de la globalización, ha obligado a los empresarios a formarse en su capacidad comercial y negociadora con el mundo exterior. Sin embargo, es importante que no sólo ellos estén inmersos en esta temática; su personal de trabajo, o aquél que esté capacitado para ello, también debería tener acceso a los aspectos más significativos del comercio exterior, la logística, el impacto que esto implica en la organización y hasta los aspectos legales relacionados con el negocio internacional.

Las empresas no sólo se limitan a llevar a cabo operaciones privadas y gubernamentales a nivel local, sino también con otros países. Precisamente a eso le llamamos negocio global, a la relación existente entre una organización y el contexto mundial. Este tipo de actividad implica también el comercio exterior y el internacional, el cual incluye las transacciones (exportaciones, importaciones, inversiones, financiaciones) que se realizan a nivel mundial.

Entre los factores de éxito que podemos mencionar en las operaciones de los negocios internacionales, incluimos la competitividad, el apoyo financiero entre las partes y la logística. Este último aspecto es de suma importancia ya que cuando los actores involucrados se encuentran en diferentes países o regiones, la concreción y el éxito del negocio se complican aún más.

Es importante que los empresarios conozcan el ambiente global que los rodea para, de esta forma, buscar nuevas formas de incrementar el crecimiento de la empresa, la competitividad y la oportunidad de explorar nuevos mercados. El negocio internacional implica entonces el manejo de la inversión extranjera y de la estructura de mercados, que se da entre diferentes naciones. Dentro de este marco, es primordial que la empresa tenga pleno conocimiento de la situación política, diversidad de mercados y riesgos del país con el que establece el negocio, para de esta forma estudiar si esta situación le afecta o no y si es preciso entablar el enlace.

Por qué los negocios globales

- La empresa obtiene un mayor posicionamiento competitivo
- Se llevan a cabo nuevos negocios y el cliente adquiere mayor valor
- Mejora la imagen de la empresa y de la marca
- Se identifican y se crean nuevos segmentos
- Permite una rápida explotación de innovaciones
- Se impulsa el intercambio de productos o servicios
- Implica una ampliación del mercado interno
- Permite desarrollar economías de escala
- Impulsa la relación y credibilidad con socios locales

2.3. COMPETENCIAS DEL PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

El profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), debe tener la capacidad para dirigir una organización o una parte de ella, supone un conjunto

de responsabilidades. Este profesional debe cumplir ciertas funciones: *planeación, organización, dirección y control*. O, si se quiere ver desde otra perspectiva, debe desempeñar determinados roles: *interpersonales, informativos y decisorios*. Para ello tiene que aprender y desarrollar algunas habilidades: *técnicas, humanísticas y conceptuales*. Y debe, así mismo, familiarizarse con ciertos conceptos que operen como base filosófica de su conducta, algunos relacionados *con las personas*, otros *con las organizaciones*.

Estas capacidades del profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), implican tener tres tipos de habilidades:

- a) Habilidades técnicas: involucra el conocimiento y experticia en determinados procesos, técnicas o herramientas propias del cargo o área específica que ocupa.
- b) Habilidades humanas: se refiere a la habilidad de interactuar efectivamente con la gente. Un gerente interactúa y coopera principalmente con los empleados a su cargo; muchos también tienen que tratar con clientes, proveedores, aliados, etc.
- c) Habilidades conceptuales: se trata de la formulación de ideas - entender relaciones abstractas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa, etc.

El profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), debe tener capacidad de líder dentro de la organización, ya que a través de su desempeño con el equipo de trabajo, el entorno que lo rodea o con los cuales dicho gerente tenga

relación sientan respeto hacia él. En este sentido, el perfil de esta persona tan importante en cualquier estructura debe ser de la manera siguiente:

- Un profesional con una visión amplia del mercado, donde demuestre su capacidad de análisis, comunicación, toma de decisiones estratégicas y oportunas, dominio de nuevas tendencias, amplitud de pensamiento, aprovechamiento adecuado de indicadores de gestión comercial a fin de implementar mejoras en la gestión de negocios, es decir, mantener una actitud comercial proactiva. Debe estar a la vanguardia en cuanto a recursos y herramientas tecnológicas se refiere para poder administrar con éxito y poseer un connotado sentido empresarial para iniciar negocios.
- Debe tener la capacidad para adaptarse en poco tiempo a nuevos retos, tecnologías y mercados
- Altamente competente e innovador, demostrado sentido de responsabilidad. Constancia y Consistencia. Habilidad para dirigir el esfuerzo.
- Percepción amplia del presente y visión clara del futuro. Ética e ideas de altura, búsqueda de la excelencia. Sentido moderado del riesgo energía vital. Proactivo.
- Espontaneidad, entusiasmo, deseo de aprender y actualizarse continuamente. Alto grado de su autoconocimiento a todo ello se

agrega también, ser una persona con un alto contenido humano, profesional aunado a los cambios estructurales de la economía globalizada mundial capaz de adaptarse y manejar los cambios orientados al desarrollo humano y económico de la organización y del país.

- El Profesional actual de Administración de Negocios Globales (ANG), debe de caracterizarse por ser una persona que posea motivaciones, valores, deseos y dedicación a su carrera profesional; comodidad al desempeñarla, además, poseer habilidades y destrezas analíticas, ante la presencia de problemas de complejidad e incertidumbre y llegar a la toma de decisiones; debe poseer habilidades interpersonales y de grupo, esto le facilitará la comunicación y liderazgo y las habilidades específicas relacionadas con el rol de administrar, estas cualidades determinan su desempeño dentro de la actividad como es la relación con otras culturas, idiosincrasia, políticas, leyes gubernamentales de tantos países con los cuales tenga a bien relacionarse.
- Debe tener capacidad para la organización empresarial, del mercado donde va a incursionar y de los clientes a los que va a llegar, esto quiere decir, que debe estar altamente preparado en el proceso desde el diseño producción comercialización y distribución de esos bienes y/o servicios que satisfagan las necesidades de ese consumidor (que en la práctica siempre se mercadea el producto

después de fabricado, es decir la actividad de mercadeo es posterior a la producción del bien).

- Debe tener capacidad de visión: Esto es, que debe tener una sólida comprensión del mercado y concentrarse en objetivos e inversiones claves.
- Una mayor visión de negocios, ya que le permite entender las implicaciones de sus decisiones a corto, mediano y largo plazo.
- Manejo del liderazgo en equipo lo que le facilita la comunicación.
- Debe poseer capacidad para desarrollar personal con visión de futuro. Debe estar orientado al logro
- Debe tener capacidad de adaptabilidad cultural: debe estar abierto a los cambios y conocer a profundidad las diversas culturas de este mundo globalizado.
- Debe tener un alto sentido de la responsabilidad social: debe ser socialmente responsable.
- Capacidad para construir compromisos a través de una buena dirección.
- Habilidad para influenciar y persuadir, ello implica el desarrollo de diversas técnicas que debe desarrollar tanto en las negociaciones,

como en las diversas estrategias encaminadas a los consumidores finales. Formación y gestión del talento.

- El profesional de de Administración de Negocios Globales (ANG) debe estar preparado con herramientas necesarias, para participar activamente en el mundo de la empresa internacional, con conocimientos económicos, políticas comerciales y de gestión, y esa formación debe estar basada en conocimientos teóricos y prácticos necesarios para poder analizar las situaciones reales que se plantean, cada día más en el mundo de los negocios y resolverlas con éxito.
- El profesional en Administración de Negocios Globales (ANG) debe ser innovador: Sacando provecho de la tecnología para su formación, la diversidad de curso on-line que ofrece el mercado permite a las empresas un reciclaje continuo a sus profesionales atendiendo a la vez las necesidades de la empresa.
- Debe ser aquel que hace del aprendizaje una filosofía empresarial: Si tiene la posibilidad de conocerse, aprender rápido y competir, basado en el conocimiento administrativo moderno, sabiendo además, de las desventajas de las debilidades de su empresa, tendrá una ventaja sobre sus competidores. Si el aprendizaje lo convierte en oportunidad, desarrolla nuevos productos, servicios y tecnologías antes que su competencia, será líder.

- Ser capaz de desarrollar herramientas estratégicas para medir su desempeño: No basta con mediciones estáticas de las finanzas o el desempeño del comportamiento de los mercados, se debe detectar los factores dinámicos que afectan la producción, las finanzas, el mercado y en general, el entorno de su empresa.

2.4. IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

La necesidad de desarrollo de nuestro país, debe responder a una visión global de crecimiento, la universidad peruana es la institución básica de la sociedad que contribuye significativamente a este desarrollo, considerando que el mundo es ya una sola ciudad , por lo tanto tiene la responsabilidad de formar profesionales ciudadanos del mundo.

Hoy en día en la sociedad global se identifican dos tipos de países, aquellos que son bien administrados y aquellos que son mal administrados, frente a este hecho de las exigencias globales las universidades están llamadas a formar Profesionales en Administración de Negocios Globales que respondan a las exigencias de competitividad, responsabilidad social, integridad y desarrollo.

La globalización brinda, sin duda, oportunidades para el desarrollo. Todos hemos entendido, con razón, que las estrategias nacionales deben diseñarse hoy en función de las posibilidades que ofrece y los requisitos que exige una mayor incorporación a la economía mundial y que los negocios están evolucionando de ser solamente internacionales para convertirse en negocios de dimensión global.

Pero, al mismo tiempo, este proceso plantea riesgos originados en nuevas fuentes de inestabilidad (tanto comercial como, especialmente, financiera), riesgos de exclusión para aquellos países que no están adecuadamente preparados para las fuertes demandas de competitividad propias del mundo contemporáneo, y riesgos de acentuación de la heterogeneidad estructural entre sectores sociales y regiones dentro de los países que se integran, de manera segmentada y marginal, a la economía mundial.

Muchos de estos riesgos obedecen a dos características preocupantes del actual proceso de globalización. La primera es el sesgo que se aprecia en la globalización de los mercados: junto a la movilidad de los capitales, los bienes y los servicios, existen fuertes restricciones a la libre movilidad de la mano de obra.

Esto se refleja en el carácter asimétrico e incompleto de la agenda internacional que acompaña a la globalización, la cual no incluye, por ejemplo, temas como la mencionada movilidad de mano de obra ni mecanismos que garanticen la coherencia global de las políticas macroeconómicas de las economías centrales, pautas internacionales para lograr una adecuada tributación del capital, y acuerdos de movilización de recursos para compensar las tensiones distributivas que genera la globalización, tanto entre países como al interior de ellos.

Por lo tanto, la formación Profesional en Administración de Negocios Globales debe ser integral, interdisciplinaria, con visión holística, capaz de generar, proteger y compartir conocimiento con el resto del mundo, entender la diversidad cultural y la interculturalidad, desarrollar la responsabilidad social y la

protección del medio ambiente, practicando valores que formen profesionales humanistas, científicos comprometidos con su sociedad, accesibles al cambio y capaces de liderar la transformación de la humanidad para fomentar una mejor calidad de vida.

2.5. GLOBALIZACIÓN Y DESARROLLO

La globalización surge del mecanismo global que presenta una mayor integración con énfasis particular en la esfera de las transacciones económicas. En este sentido esta perspectiva es parecida al enfoque de los sistemas mundiales. Sin embargo, una de las características fundamentales de la teoría de la globalización es que se centra y enfatiza aspectos culturales y económicos, así como de comunicación a escala mundial. Esta escuela argumenta que los principales elementos modernos para interpretar los procesos de desarrollo son los vínculos culturales entre los países, además de los vínculos económicos, financieros y políticos. En esta comunicación cultural, uno de los factores más importantes es la creciente flexibilidad de la tecnología para conectar a la gente alrededor del mundo.

Los principales aspectos de la globalización son los siguientes:

a) Reconoce que los sistemas de comunicaciones globales ganan cada vez más importancia, y a través de este proceso los países interactúan más frecuentemente y con mayor flexibilidad, no sólo a nivel gubernamental sino también a nivel de la población;

b) Aunque los principales sistemas de comunicación operan dentro de países más desarrollados, estos mecanismos también se extienden a los países menos desarrollados. Este hecho incrementa la posibilidad de que grupos marginales en países pobres se puedan comunicar e interactuar dentro de un contexto global utilizando tecnología novedosa.

c) Los sistemas de comunicación modernos implican modificaciones estructurales importantes en los patrones económicos, sociales y culturales de los países. Referente a la actividad económica estos nuevos avances tecnológicos son cada vez más accesibles para las pequeñas empresas locales. Esta situación ha creado un ambiente distinto para realizar transacciones económicas, utilizar recursos productivos, intercambiar productos, y aprovecharse de los “mecanismos monetarios virtuales”. Desde una perspectiva cultural, los nuevos productos de comunicación unifican patrones de intercambio alrededor del mundo, por los menos en términos de transacciones económicas conforme a condiciones actuales.

d) Estos nuevos patrones de comunicación están afectando el nuevo concepto de minorías dentro de un país en particular. Aunque estas minorías no están completamente integradas en el nuevo sistema mundial de comunicación, las empresas grandes y las élites políticas de cada país son parte de esta interacción alrededor del mundo. Al final, las empresas y las élites políticas continúan siendo quienes toman las decisiones en los países en desarrollo.

e) Los elementos culturales dictarán la forma de las estructuras sociales y económicas en cada país. Las condiciones sociales son el resultado de los factores culturales y económicos dominantes de cada país.

Los principales supuestos que se extraen de la teoría de la globalización se resumen en tres puntos fundamentales. Primero, los factores culturales son los aspectos determinantes de las sociedades. Segundo, bajo las condiciones mundiales actuales no es importante utilizar a las naciones-estados como unidad de análisis ya que la comunicación global y los vínculos internacionales están haciendo a esta categoría menos útil. A medida de que haya una mayor estandarización de los avances tecnológicos una mayor cantidad de sectores sociales podrán conectarse con otros grupos alrededor del mundo. Esta situación incluye a los grupos dominantes y no dominantes de cada país.

La teoría de la globalización coincide con algunos elementos de la teoría de la modernización. Un aspecto en que ambas teorías coinciden es que la dirección principal del desarrollo debería ser aquella que emprendan los Estados Unidos y Europa. Éstas escuelas afirman que los principales patrones de comunicación y las herramientas para lograr mejores estándares de vida se originaron en las regiones desarrolladas. En este punto es importante destacar la diferencia entre la perspectiva de la modernización la de la globalización. El primero sigue una posición más normativa, ya que trata de resolver el asunto del desarrollo; el segundo refuerza su carácter como una perspectiva “positiva” más que una posición normativa.

Con base en las anteriores similitudes, es posible afirmar que ambas teorías –modernización y globalización- coinciden en el carácter básicamente teocéntrico de sus planteamientos. Ambas posiciones enfatizan el hecho de que el camino hacia el desarrollo se origina y debe ser seguido en términos de los

modelos de los Estados Unidos y Europa. Los defensores de la globalización argumentan que esta circunstancia es una realidad en términos de la influencia que se deriva de las redes de comunicación y de la difusión de los valores de países más desarrollados. Es más, la influencia se vería también reflejada en el campo ideológico y económico. En lo ideológico, varios autores no ocultaron su notable entusiasmo a raíz de la caída de los sistemas socialistas soviéticos a fines de la década de los ochentas.

Las teorías de la globalización enfatizan que los factores culturales son los principales determinantes que afectan las condiciones económicas, sociales y políticas de los países lo que es similar a la “escuela social exhaustiva” o de “sociología comprensiva” de las teorías de Max Weber. Con base en esto, el sistema de valores, creencias, y el patrón de identidad de los grupos de índole dominante (o hegemónica) y de alternativo (o subordinado) dentro de una sociedad son los elementos más importantes para explicar las características de un país en términos económicos y sociales. Para la posición de la globalización esta declaración de la teoría de Weber se debe aplicar a las condiciones mundiales actuales, especialmente en términos de la difusión y transferencia de valores culturales a través de sistemas de comunicación, los que están afectando cada vez más los grupos sociales en todos los países.

La teoría de la globalización y de los sistemas mundiales toman una perspectiva global al determinar sus unidades de análisis en función de sistemas y subsistemas globales, más que utilizar estrictamente el enfoque de naciones-estado como lo hacen la teoría de la modernización y de la dependencia. La teoría

de los sistemas mundiales y la de la globalización difieren en que la primera contiene ciertos elementos neo-marxistas, mientras que la segunda tiene sus bases teóricas en el movimiento social estructural-funcionalista. Por consiguiente el enfoque de la globalización tiende más hacia una transición gradual que a una transformación revolucionaria.

La teoría de la globalización y la de los sistemas mundiales toman en cuenta los cambios económicos en la estructura y las relaciones mundiales más recientes que han ocurrido en los últimos años, principalmente los siguientes:

a) Especialmente luego de marzo de 1973, los gobiernos de los países más desarrollados comenzaron a funcionar con mecanismos de tipo de cambio más flexibles. Esta situación permitió acelerar la tasa de movimiento de capital entre los centros financieros, bancos internacionales y mercados de valores del mundo;

b) Desde mediados de los setentas, las transacciones comerciales comenzaron a basar sus especulaciones en el valor futuro de sus productos, lo que ha sido reforzado por el uso más flexible de la tecnología, computadoras y sistemas de comunicación modernos;

c) La revolución de las computadoras a lo largo de la década de los ochentas hizo posible realizar cálculos y transacciones más rápidas relacionadas con valores del tipo de cambio y de las inversiones, lo cual fue reforzado por el uso del facsímil;

d) Durante la década de los noventas el desafío más grande de deriva del uso del "internet" o la red, el cual ha permitido una comunicación más rápida y

expansiva. El “internet” ha incrementado cada vez las condiciones de revitalizar el carácter de “Economía virtual” en diversos mercados específicos.

Bajo las condiciones actuales los principales aspectos que estudia el enfoque de la globalización son los siguientes: a) conceptos, definiciones y evidencia empírica relacionados con las variables culturales y su cambio en el ámbito regional, nacional y global; b) maneras específica de adaptar la “sociología comprensiva” y “expansiva” a la atmósfera actual de “aldea global”; c) interacciones entre los diferentes niveles de poder entre países, y desde ciertos sistemas sociales que funcionan en alrededor del mundo; d) determinación de los mecanismos y procesos mediante los cuales los patrones de comunicación afectan las minorías dentro de cada sociedad; e) el concepto de autonomía del estado enfrentado a la flexibilidad creciente de herramientas de comunicación y vínculos económicos que están haciendo obsoleta la efectividad previa de las decisiones económicas nacionales; y f) cómo está afectando la integración económica y social a los acuerdos regionales y multilaterales.

2.6. EL PERÚ EN UN CONTEXTO DE OPORTUNIDADES EN LOS NEGOCIOS GLOBALES

Las oportunidades están allí, en el contexto mundial de los negocios globales, en condiciones apropiadas; este fenómeno ofrece posibilidades extraordinarias de progreso en términos de organización, eficacia, productividad, difusión de los conocimientos, mejora del nivel de vida y acercamiento entre los hombres. En suma, puede contribuir a que se produzca en un contexto mundial un

crecimiento más fuerte, mejor equilibrado y más propicio para el desarrollo de los países como el nuestro.

La globalización plantea la oportunidad de mejorar las condiciones de acceso a mercados que anteriormente se hallaban mas fragmentados. Los flujos de información, tecnología y capital de cartera han sido los que más han incrementado su movilidad y por consiguiente, constituyen los mercados donde más han mejorado las condiciones de acceso para economías con menor capacidad relativa de generación endógena. Sin embargo las condiciones para aprovechar estas oportunidades esta heterogéneamente distribuidas entre países. Un aspecto central. Por consiguiente, reside en identificar los atributos que mejoran dicha capacidad y permiten revertir los aspectos negativos heredados de comportamientos pasados.

La notable reducción de los costos del transporte y las comunicaciones ha facilitado la división del proceso productivo, permitiendo la participación de un mayor número de localizaciones geográficas según las ventajas que cada una aporta a la cadena de valor agregado. Este hecho ha ampliado las oportunidades para que economías individuales participen más activamente de las redes internacionales de producción administradas por las grandes compañías multinacionales.

El proceso de globalización también crea nuevas oportunidades en tanto incrementa la competencia, sienta las bases para el establecimiento de nuevas alianzas empresarias y sociales.

2.7. LA GESTIÓN ESTRATÉGICA INTEGRAL Y SUS PROPÓSITOS

La gestión estratégica integral, es un sistema de gestión que se aplica en el mundo empresarial, de estos tiempos.

En el caso de una universidad, facultad o escuela; la gestión estratégica integral permitirá el aseguramiento de su misión y el desarrollo sostenido de la misma.

La gestión estratégica es un proceso global que apunta a la eficacia, integrando la planificación estratégica (más comprometida con la eficiencia) con otros sistemas de gestión, a la vez que responsabiliza a todos los gerentes por el desarrollo e implementación estratégicos. Es un proceso de decisión continuo que modela el desempeño de la organización, teniendo en cuenta las oportunidades y las amenazas que enfrenta en su propio medio, además de las fuerzas y debilidades de la organización misma.

Según la Comisión Europea (*Benchmarking of Business Incubators. Final Report*, 2002), adaptada a los requerimientos de la investigación realizada, se considera que la calidad del equipo de gestión así como la implementación efectiva de un enfoque de

valor para el desarrollo de escuelas académicas y el seguimiento de la formación profesional son aspectos fundamentales para el desempeño. Las buenas prácticas al respecto se están estandarizando.

- 1) Existen 10 principios a seguir en términos de gestión de calidad:
Concentrarse en el desarrollo y el éxito del funcionamiento de las escuelas académicas.

- 2) Valorar el crecimiento y desarrollo sostenido.
- 3) Ser juzgada por su capacidad para crear nuevos horizontes y contribuir al desarrollo socioeconómico de nuestro país.
- 4) Ser estructurada de modo tal que la formación académico profesional cumpla sus propósitos para la cual fueron creada.
- 5) Ser percibida como uno de los componentes de un plan de desarrollo económico integrado y ser diseñada para reflejar las fortalezas y debilidades del país.
- 6) Ser estructurada de tal modo que los resultados del programa se ajusten tanto a los beneficios a corto como a largo plazo exigidos por la sociedad.
- 7) Trabajar a partir de una clara misión declarada, con metas y objetivos cuantificables y sujetos a un proceso de evaluación que premie el desempeño de calidad.
- 8) Ser dirigida por administradores experimentados y altamente calificados, que estén dispuestos a asumir nuevos retos.
- 9) Establecer vínculos que permitan la integración de la universidad con la empresa.
- 10) Establecer y llevar adelante políticas y sistemas operacionales al estilo empresarial.

La principal herramienta de la gestión estratégica es la planificación integral de los distintos aspectos de la educación universitaria, consecuentemente tal como cualquier organización exitosa, la escuela debería tener su propio sistema de planificación.

La gestión estratégica implica el conocimiento de la escuela como un todo, por lo tanto este proceso puede dividirse en los siguientes temas:

- Planificación, seguimiento y evaluación del desarrollo académico.
- Marketing, gestión y relaciones públicas.
- Gestión financiera.
- Generación de recursos propios.
- Operaciones/Gestión.
- Contratación de servicios de terceros.
- Adquisiciones siguiendo los procedimientos establecidos.
- Brindar servicios de consultoría y asesoría empresarial.
- Gestión integral del potencial humano.
- Proceso de integración de docentes nacionales y extranjeros.
- Proceso de crecimiento y desarrollo personal que permita el intercambio de docentes y estudiantes.
- Producción intelectual que permita fomentar las publicaciones y el trabajo de investigación científica.

2.8. TAMAÑO DE MUESTRA PARA POBLACIONES FINITAS Y VARIABLES CUALITATIVAS

Existen una gran variedad de formulas para determinar el tamaño de muestra, dependiendo del propósito de la investigación en la muestra y las características de la población. Un aspecto importantísimo a tener en cuenta es el

tipo de variable por investigar, variables cuantitativas o cualitativas. Además, se deberá tener en cuenta, si se conoce el tamaño de la población o no se conoce. Y finalmente, como en este tipo de formulas se asumen algunos valores, se deberá tener, criterios bien fundamentados de acuerdo al caso.

La Revista Salud en Tabasco, que pertenece a la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal; Auspiciada por la Universidad Autónoma del Estado de México; presenta un artículo muy interesante de Saraí Aguilar Barojas, profesora de bioestadística en la DACS-UJAT, titulado: Fórmulas para el cálculo de la Muestra en Investigación de Salud.

⁸ En este artículo, en la página 336, se dan las pautas para el cálculo de la muestra, donde la variable principal es del tipo cualitativo, y que a continuación se transcribe:

TIPO CUALITATIVO

En las investigaciones donde la variable principal es de tipo cualitativo, que se reporta mediante la proporción del fenómeno en estudio en la población de referencia, la muestra se calcula a través de las formulas:

- a) Para población infinita (cuando se desconoce el total de unidades de observación que la integran o la población es mayor a 10 000)

⁸ SALUD EN TABASCO Vol.11, N° 1 y 2, Enero-Abril, Mayo- Agosto 2005. páginas 333 a 338

$$n = \frac{Z^2 p q}{d^2}$$

- b) Para población finita (cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran)

$$n = \frac{N Z^2 p q}{d^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza deseado. Calculado en la tabla del área de la curva normal.

p = Proporción aproximada del fenómeno (o característica) en estudio en la población de referencia.

q = Proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno (o característica) en estudio (1-p).

d = Precisión absoluta. Referido a la amplitud del intervalo de confianza deseado en la determinación del valor promedio de la variable en estudio.

Por lo tanto, la investigación que se está realizando, para determinar el tamaño de muestra, aplicó el caso b) para poblaciones finitas.

2.9. EL SOFTWARE ESTADÍSTICO SPSS Y SU APLICACIÓN EN LA INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS

El SPSS, (Statistical Package for the Social Sciences) es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado. En la actualidad, la sigla se utiliza tanto para designar el programa estadístico como la empresa que lo produce. Originalmente SPSS fue creado como el acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences ya que se está popularizando la idea de traducir el acrónimo como "Statistical Product and Service Solutions". Sin embargo, aunque realizando búsquedas por internet estas pueden llevar a la página web de la empresa, dentro de la página misma de la empresa no se encuentra dicha denominación.

Fue creado en 1968 por Norman H. Nie, C. Hadlai (Tex) Hull y Dale H. Bent. Entre 1969 y 1975 la Universidad de Chicago por medio de su National Opinion Research Center estuvo a cargo del desarrollo, distribución y venta del programa. A partir de 1975 corresponde a SPSS Inc.

INGRESO DE DATOS

Los ficheros de datos en formato SPSS tienen en Windows la extensión. SAV. Al abrir un fichero de datos con el SPSS, veremos la vista de datos, una tabla en la que las filas indican los casos y las columnas las variables. Cada celda corresponde al valor que una determinada variable adopta en un cierto caso.

Teniendo en consideración el cuestionario aplicado para las entrevistas a los especialistas las alternativas de respuesta cerrada serán codificadas de 0 a 4, para facilitar el ingreso de la información:

- a) Siempre (4)
- b) Generalmente (3)
- c) Con bastante frecuencia (2)
- d) Con poca frecuencia (1)
- e) Nunca (0)

Una vez ingresada la información proseguiremos con el procesamiento, en este caso haremos uso de las herramientas de la Estadística Descriptiva, distribución de frecuencias, elaboración de gráficos, seguido de la impresión de reportes.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO CON SPSS

A.- ANTECEDENTES

Existen dos procedimientos básicos que permiten describir las propiedades de las distribuciones: la tendencia central, la posición, la dispersión y la forma. Además, de resumir mediante índices estas propiedades, también se puede elaborar un conjunto de gráficos que permite visualizar la distribución. Estos dos procedimientos son **Frecuencias y Descriptivos**.

Con variables categóricas, las medidas de tendencia central y de dispersión carecen de sentido comparadas con una tabla de frecuencias o un gráfico sobre la forma de la distribución. Por el contrario, con variables continuas, una tabla de frecuencias pierde importancia comparada con la capacidad informativa de las medidas de tendencia central y de dispersión. Por otro lado los gráficos que informan sobre la forma de una distribución son diferentes dependiendo de que la variable estudiada sea categórica o continua.

B.- FRECUENCIAS

El procedimiento **Frecuencias** permite obtener distribuciones de frecuencias, pero además contiene opciones para: (1) calcular algunos de los estadísticos descriptivos más utilizados (tendencia central, posición, dispersión, asimetría y curtosis); (2) obtener algunos gráficos básicos (de barras, de sectores e histogramas); (3) controlar el formato de presentación de las tablas de frecuencias.

Se accede mediante:

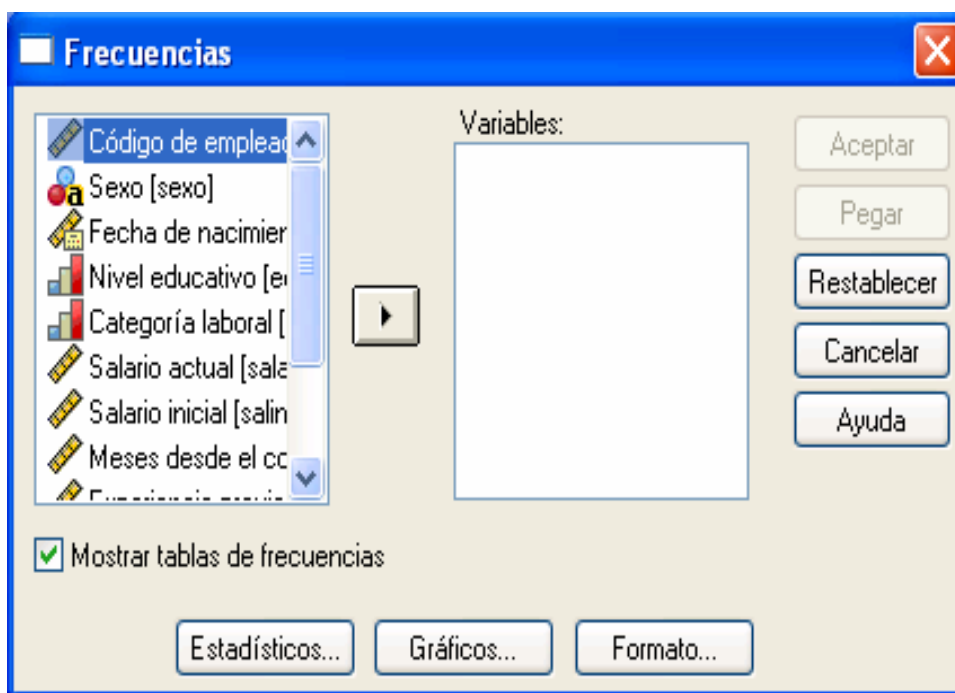
Analizar

Estadísticos Descriptivos

Frecuencias

Apareciendo el cuadro de diálogo de la Figura 2.1:

Figura 2.1



- **Mostrar tablas de frecuencias:**

Esta opción está activa por defecto y muestra tablas de frecuencias para las variables seleccionadas. Nos ofrece las frecuencias absolutas, los porcentajes sobre el total, los porcentajes sobre los casos válidos y los porcentajes acumulados de los válidos. Si se desactiva, no se muestra ninguna tabla de frecuencias, pero se mostrarán en los resultados cualesquiera estadísticos y gráficos que se soliciten.

B.1.- Estadísticos

Con el botón de **Estadísticos** accedemos al cuadro de diálogo de la Figura 2.2 que nos permite elegir los estadísticos descriptivos más habituales.

Figura 2.2



Valores percentiles. Este recuadro contiene varias opciones para solicitar algunos índices de posición.

- **Cuartiles:** Muestra los valores correspondientes a los percentiles 25, 50 y 75.
- **Puntos de corte por k grupos iguales:** Calcula los (k-1) valores que dividen los casos en un número k de grupos del mismo tamaño. Por defecto son 10 pero puede elegirse entre 2 y 100.
- **Percentiles:** Para cada percentil especificado, muestra el valor por debajo del cual se encuentra ese porcentaje de casos. Se pueden elegir los que se quieran añadiendo, cambiando o borrando en su cuadro de diálogo.

Tendencia Central. Este cuadro nos permite seleccionar uno o más de los siguientes estadísticos:

- **Media:** Muestra el promedio aritmético; la suma dividida por el número de casos.
- **Mediana:** Valor por encima y por debajo del cual se encuentran la mitad de los casos; el percentil 50. Cuando el número de observaciones es par, la mediana es el promedio de las dos observaciones centrales, una vez que han sido ordenadas de manera ascendente o descendente. La mediana es una medida de tendencia central que no es sensible a los valores atípicos (a diferencia de la media, que puede resultar afectada por unos pocos valores extremadamente altos o bajos).
- **Moda:** El valor que ocurre con mayor frecuencia. Si varios valores comparten la mayor frecuencia de aparición, cada una de ellas es una moda. El procedimiento de frecuencias devuelve sólo la más pequeña de esas modas múltiples.
- **Suma:** La suma o total de todos los valores, a lo largo de todos los casos que no tengan valores perdidos.

Dispersión. Este cuadro nos permite seleccionar uno o más de los siguientes estadísticos:

- **Desv. Típica:** Medida de dispersión en torno a la media. Raíz cuadrada de la varianza. Mide el grado en que las puntuaciones de la variable se alejan de su media.
- **Varianza:** Medida de dispersión en torno a la media, igual a la suma de

los cuadrados de las desviaciones respecto a la media dividida por el número de casos menos 1. La varianza se mide en unas unidades que son el cuadrado de las de la propia variable.

- **Amplitud:** Diferencia entre los valores mayor y menor de una variable numérica; el máximo menos el mínimo. También se denomina **recorrido** o **rango** de la variable.
- **Mínimo:** Valor más pequeño.
- **Máximo:** valor más grande.
- **E.T. media:** Error típico de la media, o sea la desviación típica de la distribución muestral de la media. Se obtiene dividiendo la desviación típica por la raíz cuadrada del número de casos. Es una medida de cuánto puede variar el valor de la media de una muestra a otra, extraídas éstas de la misma distribución.

Distribución. Donde se seleccionan los índices de forma de la distribución

- **Asimetría:** Medida de la asimetría de una distribución. La distribución normal es simétrica y tiene un valor de asimetría igual a 0. Una distribución que tenga una asimetría positiva significativa tiene una cola derecha larga. Una distribución que tenga una asimetría negativa significativa tiene una cola izquierda larga. En el visor de resultados muestra tanto el *índice de asimetría* como su *error típico* (desviación típica del índice del índice de asimetría). Como regla aproximada, un valor de la asimetría mayor que el doble de su error típico se asume que indica una desviación de la simetría.

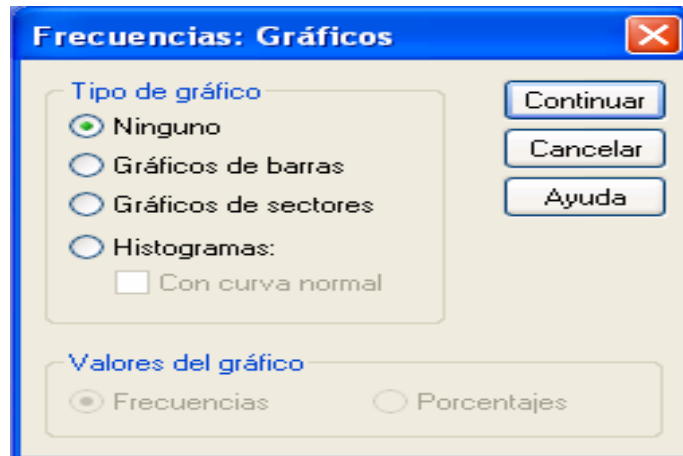
- **Curtosis:** Medida del grado en que las observaciones están agrupadas en torno al punto central. Para una distribución normal, el valor del estadístico de curtosis es 0. Una curtosis positiva indica que las observaciones se concentran más y presentan colas más largas que las de una distribución normal. Una curtosis negativa indica que las observaciones se agrupan menos y presentan colas más cortas. En el visor de resultados muestra tanto el *índice de curtosis* como su *error típico* (desviación típica del índice del índice de curtosis).

Los valores son puntos medios de los grupos. Calcula los estadísticos del valor percentil y la mediana bajo el supuesto de que sus datos han sido agrupados y que los valores presentes en los datos son puntos medios de los grupos originales. Esta opción afecta a todas las variables por lo que no debe utilizarse si hay una o mas variables del archivo que no están agrupadas en intervalos.

B.2.- Gráficos

Con el botón de **Gráficos** accedemos al cuadro de diálogo de la Figura 2.3 que nos permite elegir gráficos básicos, tanto para variables cualitativas como cuantitativas, discretas y continuas.

Figura 2.3



Tipo de gráfico. Puede elegirse entre:

- **Ninguno:** Es la opción por defecto y no muestra ningún gráfico.
- **Gráficos de barras:** Crea un gráfico de barras que muestra la frecuencia de cada valor mediante una barra diferente. Los gráficos de barras son apropiados para las variables categóricas (variables con un número limitado de categorías diferentes). Los valores cuya frecuencia sea cero no aparecerán en el gráfico.
- **Gráficos de sectores:** Genera un gráfico circular que muestra la frecuencia de recuento para cada valor como un sector distinto de tamaño porcentual a su frecuencia absoluta o porcentual. Los gráficos de sectores son adecuados para las variables categóricas. Los valores para los que el recuento es cero no aparecen en el gráfico.
- **Histogramas:** Son similares a los gráficos de barras pero con las

barras juntas, dando así la impresión de continuidad. Sólo pueden obtenerse para variables con formato numérico. Para construir el histograma, SPSS agrupa a las variables en 21 intervalos (o menos si la amplitud de la variable es menor de 21) Los histogramas son adecuados para variables cuantitativas continuas (por ejemplo salario o edad). Al seleccionar **Con curva normal**, se superpone en el histograma una curva normal (generada a partir de la media y la desviación típica de la variable representada).

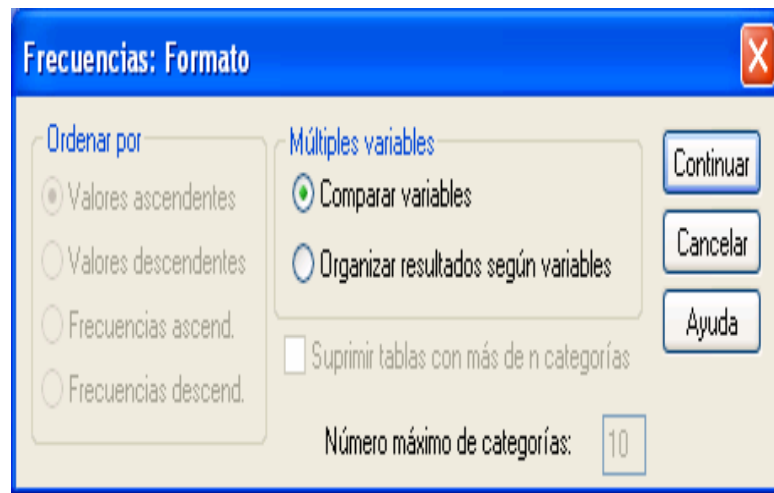
Valores del gráfico. En los gráficos de barras y en los de sectores se puede elegir el tipo de frecuencia que se desea representar:

- **Frecuencias:** La escala y la etiqueta del eje correspondiente a la altura de las barras (o al tamaño de los sectores) están expresadas en frecuencias absolutas. Es la opción por defecto.
- **Porcentajes:** La escala y la etiqueta del eje correspondiente a la altura de las barras (o al tamaño de los sectores) están expresadas en porcentajes.

B.3.- Formato

Las opciones de **formato** permiten controlar algunos aspectos relacionados con la forma en que aparecerán en el *visor de resultados* las tablas de frecuencias y los estadísticos seleccionados. Con el botón de **Formato** aparece el cuadro de diálogo que muestra la Figura 2.4.

Figura 2.4



Ordenar por. Las opciones de este recuadro sirven para establecer el orden en el que aparecerán los valores o categorías de la variable en la distribución de frecuencias.

- **Valores ascendentes:** Organiza la tabla de frecuencias de acuerdo con el valor actual de los datos, en orden ascendente (de menor a mayor valor).
- **Valores descendentes:** Organiza la tabla de frecuencias de acuerdo con el valor actual de los datos, en orden descendente (de mayor a menor valor).
- **Frecuencias ascendentes:** Organiza la tabla de frecuencias de acuerdo con la frecuencia de aparición de los valores. Las frecuencias se organizan en orden ascendente (de menos frecuente a más frecuente).
- **Frecuencias descendentes:** Organiza la tabla de frecuencias de acuerdo con la frecuencia de aparición de los valores. Las frecuencias

se organizan en orden descendente (de más frecuente a menos frecuente).

Múltiples variables. Al solicitar gráficos o estadísticos para más de una variable permite:

- **Comparar variables:** muestra todas las variables en una sola tabla.
- **Organizar resultados según variables:** muestra una tabla de estadísticos separada por cada variable.

Suprimir tablas con más de n categorías. Esta opción elimina de la salida las distribuciones de más de n valores o categorías. Por defecto es diez pero puede elegirse cualquier número distinto de uno. Es recomendable utilizarla con variable cuantitativas.

C.- DESCRIPTIVOS

El procedimiento **Descriptivos** está diseñado para variables cuantitativas continuas a diferencia del procedimiento **Frecuencias** que contiene opciones para todo tipo de variables. Contiene algunos estadísticos descriptivos que también incluye el procedimiento **Frecuencias**, pero añade una opción especialmente importante: la posibilidad de obtener *puntuaciones típicas*.

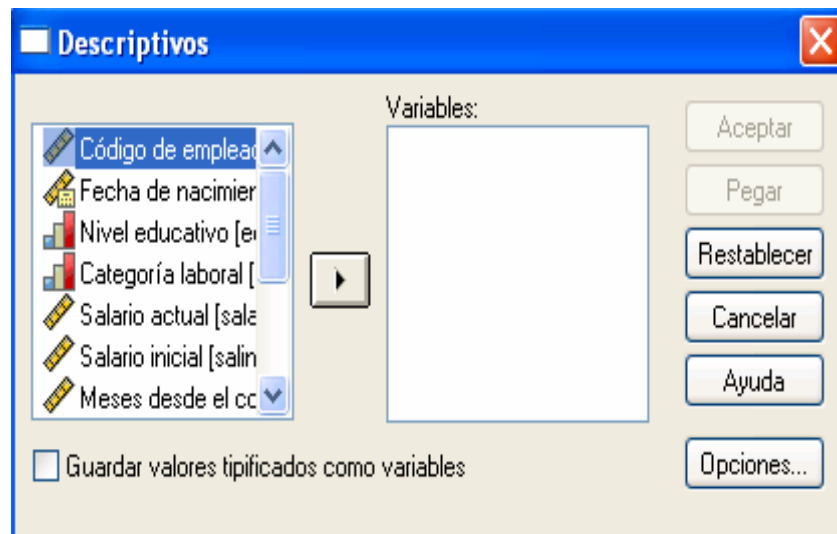
Para acceder a este procedimiento, y obtener el cuadro de diálogo de la figura 2.5 se sigue la ruta:

Analizar

Estadísticos descriptivos

Descriptivos

Figura 2.5

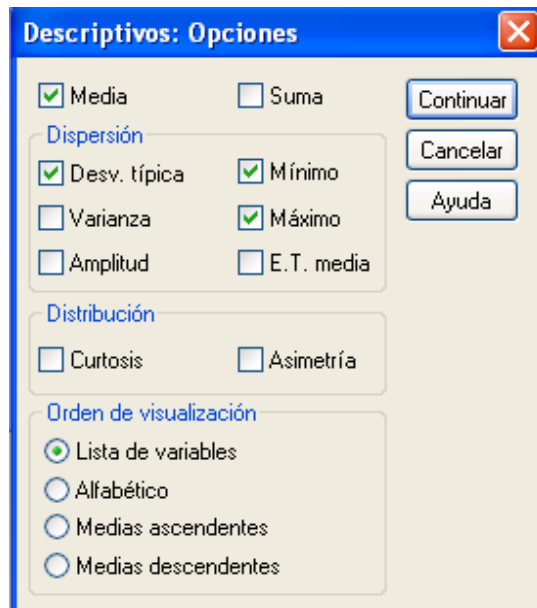


Guardar valores tipificados como variables. Crea y guarda una variable de puntuaciones típicas (z) para cada variable seleccionada. Se crean nuevos nombres de variable anteponiendo la letra z a los primeros caracteres del nombre original de la variable. Las puntuaciones típicas expresan el número de desviaciones típicas que cada valor se aleja de su media.

C.1.- Opciones

Permite elegir estadísticos descriptivos adicionales o especificar el orden en que se mostrarán las variables. Con el botón de **Opciones...** aparece el cuadro de diálogo de al Figura 2.6:

Figura 2.6



Los estadísticos que muestra significan lo mismo que los mostrados por el procedimiento **Frecuencias**

Orden de visualización. Esta opción permite establecer el orden en el que serán listadas las variables en la tabla de descriptivo que ofrece el *Visor de resultados*.

- **Lista de variables:** Las variables aparecen en el mismo orden que aparecen en el listado de **Variables** de la Figura 5. Es la opción por defecto.
- **Alfabético:** Ordena las variables alfabéticamente por el nombre o por la etiqueta de la variable.
- **Medias ascendentes:** Ordena las variables en orden ascendente según el estadístico Media (de menor a mayor).
- **Medias descendentes:** Ordena las variables en orden descendente según el estadístico Media (De mayor a menor).

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 TÉRMINOS UTILIZADOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

1) Asimilación cultural

Mecanismo mediante el cual una empresa o persona aprende acerca de las actitudes, valores, principios y comportamientos de otra (s) cultura (s).

2) Benchmarking

Modelo de administración que busca la mejora continua, de las mejores prácticas de negocio por medio del aprendizaje de las metodologías de otras empresas.

3) Cadena de valor

Combinación organizada de las actividades básicas y agregadas de una empresa para la oferta de sus bienes y servicios para generar mayores márgenes de utilidad.

4) Dirección

Habilidad gerencial y de liderazgo mediante la cual se dirige, influye y motiva a los seguidores y miembros de la compañía a la consecución de tareas relativas al mejoramiento empresarial.

5) Dumping

Comercio de bienes importados en un país por debajo del precio real en su país de origen. ante esto, varios países y la OMC han creado políticas anti dumping.

6) Economías de escala.

Aquellas donde el aumento en la cantidad producida disminuye los costos de producción, disminuyendo el costo unitario y a su vez el precio del mismo.

7) Eficiencia

Es la capacidad de hacer las labores trazadas de la mejor manera posible con un mínimo de recursos empleados.

8) Eficacia

Es la capacidad de acertar en la selección de los objetivos y las labores más adecuadas de acuerdo a las metas de la organización.

9) Factores de producción

Se consideran básicos: la tierra, la mano de obra y el capital.

10) Franquicia

Contrato mediante el cual se otorga una licencia a una empresa, cediendo para esta su marca registrada, maquinaria y cultura administrativa.

11) Fusión

Proceso en el que dos o más empresas se unen con el propósito de conformar una empresa nueva, usualmente prescindiendo de las anteriores.

12) Globalización

Proceso que amplía la producción y oferta de bienes y servicios a nivel mundial. se entiende como un proceso político y económico cuya visión es hacer del mundo - globo terráqueo - un solo mercado. existen choques en la concepción del proceso globalizador actual, en pro y en contra del mismo. se contempla como un proceso que. al transformar costumbres comerciales, afectan también comportamientos y modos de vida, por lo que también debe entonces entenderse como proceso social y cultural.

13) Holding

Organización gerencial donde la empresa matriz es la dueña de las acciones de sus subsidiarias. usualmente controla y gerencia a su vez a las demás empresas del grupo empresarial. puede ser de un grupo empresarial

de un mismo sector, o también de empresas de diferentes sectores económicos y productivos.

14) Innovación

Cambios que se efectúan con el objeto de mejorar los resultados e impactos tanto a nivel de la empresa como ante el consumidor o demandante de sus bienes y servicios. se realizan con el fin de mejorar las técnicas operativas y productivas, de tal forma que se obtenga las misma (o mayor) cantidad de producción con mayor calidad utilizando menos recursos. algunas innovaciones dan lugar a creaciones o mejoras en algo ya existente (inventos) o a la incursión de algo nunca antes utilizado (descubrimientos); todo ligado a la investigación.

15) Joint Ventures

Alianza efectuada entre dos o más empresas mediante la cual se crea una nueva empresa en conjunto con un objetivo específico.

16) Licencias

Contrato mediante el cual una empresa recibe de otra el derecho de uso de varios de sus activos a cambio del pago de un monto determinado por el uso de los mismos. estos activos son propios de la empresa otorgante, como su marca, patentes o tecnologías

17) Multinacional

Empresas que operan en más de un país, efectuando sus operaciones de entrada, proceso y salida a nivel internacional.

18) Outsourcing

Forma de mejorar competitivamente contratando los servicios de otras empresas especializadas en algunos procesos que no son propios del objeto social de la empresa.

19) Patente

Es el derecho que el propietario tiene para explotar un proceso innovador, una tecnología específica o un invento propio u otorgado por licencia a un tercero, natural o jurídico, durante un periodo de tiempo. las modalidades de pago por concepto de esta explotación se conocen como "royalty".

20) Planeación estratégica

Relativo directamente al plan de negocios y demás estructuras de trabajo planificadas, es todo un proceso detallado mediante el cual los líderes y directivos de la compañía expresan los nuevos objetivos a cumplir y la forma como se procederá para la consecución de los mismos a término de un periodo de tiempo específico.

21) Plan de negocios

Documento maestro de la empresa en el cual se refleja detalladamente toda la funcionalidad de la misma, demarcando desde las estrategias y tácticas a desarrollar, hasta el perfil de empresa y el desarrollo específico de cada área de la compañía a futuro. según expertos, es la radiografía general de la empresa.

22) Privatización

Proceso mediante el cual una organización de propiedad pública o estatal pasa a control de propiedad privada. usualmente se realiza mediante la venta de la empresa estatal a capital privado.

23) Productividad

Nivel de eficiencia y eficacia que combinadas correctamente ofrecen resultados de mejoras en la producción de la empresa.

24) Reingeniería

Proceso en el cual una empresa reinventa todos los procesos que efectúa a nivel interno y externo, de tal forma que los métodos anteriores se transformen en su totalidad.

25) Ruta crítica

Línea de todo el proceso productivo de la empresa que describe los procedimientos más demorados en términos de tiempo que pueden relacionarse a los factores claves de éxito de la empresa con respecto a su proceso productivo.

26) Ventaja competitiva

Características básicas o agregadas de una empresa que le otorgan distinción en tales aspectos frente a su competencia directa e indirecta.

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variables Independientes:

X = Entorno mundial y nacional de los negocios globales.

Z = Perfil ideal, académico profesional en ANG, para los tiempos actuales.

Variables Dependientes:

Y1= Propuesta de valor para la formación académica profesional en Administración de Negocios Globales (ANG).

Y2= Modelo de gestión estratégica integral para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país.

Y3= Propuesta de la estructura curricular para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG) , en nuestro país.

Relación de variables:

$$Y1 = f(X, Z) \quad Y2 = f(X, Z) \quad Y3 = f(X, Z)$$

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación realizada es del tipo aplicada, porque plantea un enfoque de gestión estratégica integral, considerando una propuesta de valor, un modelo de gestión y la estructura curricular, que permita el funcionamiento exitoso de una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país.

*La investigación aplicada es llamada también constructiva o utilitaria, se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella se deriven. **La investigación aplicada busca conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar;** le preocupa la aplicación inmediata sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de un conocimiento de valor universal. Podemos afirmar que es la investigación que realiza de ordinario el investigador educacional, el investigador social y el investigador en psicología aplicada.⁹*

Además, Corina Schmelks citada por Sánchez Carlessi hace una clasificación en función a los objetivos de la investigación, por lo tanto la investigación que se propone, también se puede calificar como: “Investigación acción”. Investigación acción: Su objetivo es pragmático y se orienta a establecer programas de acción derivados de los resultados del estudio.¹⁰

⁹ Sánchez Carlessi / Reyes Meza (2002) “Metodología y diseños en la investigación científica” pág.18.

¹⁰ Sánchez Carlessi / Reyes Meza (2002) op. Cit. Pág. 24.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación que fuera aplicado es del tipo no experimental y presenta cinco momentos de investigación como se muestra el detalle en la figura 3.1.

3.4. METÓDICA DE CADA MOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1º Momento de la investigación: El propósito del primer momento fue identificar las características políticas, económicas, sociales y tecnológicas (P.E.T.S.) del entorno mundial y nacional de los negocios globales. Para tal propósito se recurrió a entrevistar a especialistas docentes en Administración de Negocios Globales del medio. Así como el análisis de la teoría revisada.

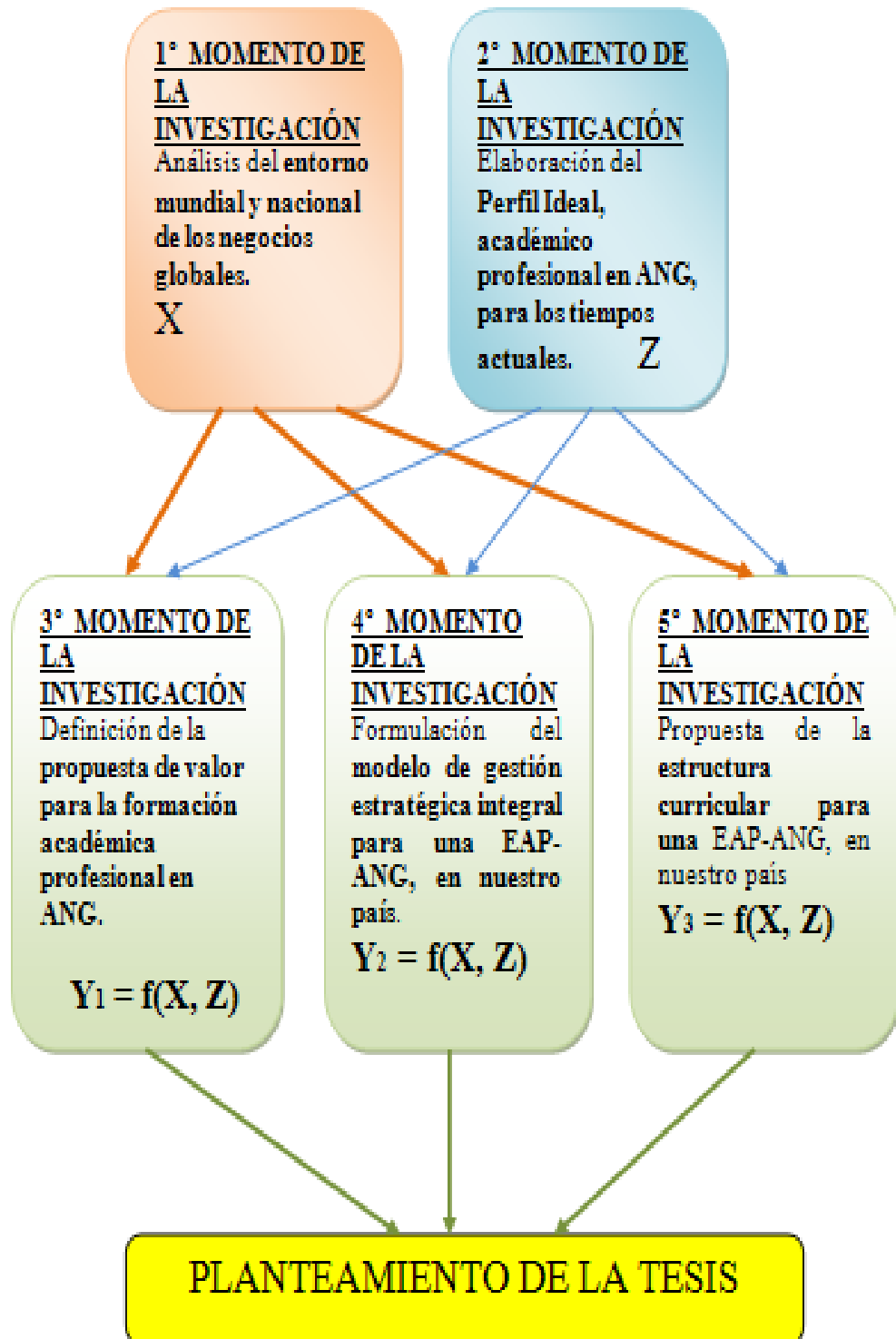
2º Momento de la investigación: El propósito del segundo momento fue conocer el perfil ideal, académico profesional en Administración de Negocios Globales (ANG), para los tiempos actuales. Para tal propósito también se recurrió a la entrevistas a especialistas docentes en Administración de Negocios Globales del medio. Así como el análisis de la teoría revisada.

3º Momento de la investigación: El propósito fue definir una propuesta de valor para la formación de profesionales en Administración de Negocios Globales (ANG). Esta propuesta de valor fue planteada en función del análisis de la información obtenida del primer y segundo momentos de la investigación.

4° Momento de la investigación: El propósito fue formular un modelo de gestión estratégica integral para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país. Este modelo de gestión fue planteada en función del análisis de la información obtenida del primer y segundo momentos de la investigación.

5° Momento de la investigación: El propósito fue proponer la estructura curricular para una Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales (EAP-ANG), en nuestro país. Esta estructura curricular fue propuesta en función del análisis de la información obtenida del primer y segundo momentos de la investigación.

Figura 3.1
Diseño de la Investigación



3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

El criterio población y muestra fue aplicado en el primer y segundo momento de la investigación.

POBLACIÓN:

Estuvo conformada por docentes especialistas en Administración de Negocios Globales de las universidades de la ciudad de Lima, que suman 23.

MUESTRA:

Se trabajó con un tipo de muestra ocasional, debido a la dificultad horaria limitada, de los profesionales considerados para las entrevistas.

Cálculo del tamaño de muestra: Caso variables cualitativas y población finita. La teoría fue tratada en el capítulo 2.3. Marco Teórico.

A continuación se explica la forma como fue calculado el tamaño de muestra.

Se partió de la formula que corresponde para el presente caso:

$$\mathbf{n} = \frac{N Z^2 p q}{d^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

N = Tamaño de la población

Z = Grado de confianza deseado. (Para un nivel de confianza deseado del 95%, le corresponde $Z=1,96$ Ver tabla adjunta)

p = Proporción de especialistas que se consideran estén **muy de acuerdo o de acuerdo** con las afirmaciones del cuestionario.

q = Proporción de especialistas que se consideran **no** estén **muy de acuerdo o de acuerdo** con las afirmaciones del cuestionario.

Se considera $p = q = 0,5$ debido a que no se cuenta con información de estudios similares anteriormente.¹¹

d = Precisión absoluta (En este caso específico se refiere al sesgo que podría haber en el total de respuestas de los entrevistados. Se refiere al margen de error. En puntos porcentuales).

Para el presente caso, se consideró una precisión absoluta, equivalente a la veinteava parte de la población total.

$$\mathbf{d = N / 50}$$

Es decir:

Luego:

$$\mathbf{d = 23/50}$$

$$\mathbf{d = 0.46}$$

¹¹ SCHEAFFER, Richard L. y Otros “Elementos de Muestreo” 1987. Página 58

Se aplicó la formula que corresponde para el presente caso

$$\mathbf{n} = \frac{N Z^2 p q}{d^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

$$\mathbf{n} = \frac{23 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.46^2 (23-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

De la cual se obtuvo

$$\mathbf{n} = 10.4$$

Redondeando:

$$\mathbf{n} = 11 \text{ profesionales}$$

Pero, se logro entrevistar a 12 profesionales, lo cual es favorable por que cuanto más grande el tamaño de muestra, es más representativa.

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TÉCNICAS:

Para el primer y segundo momento de la investigación se realizaron las entrevistas, utilizando el cuestionario del anexo D. Luego, todas las respuestas fueron tabuladas continuando con el procesamiento estadístico, utilizando el software SPSS.

INSTRUMENTOS:

En el **ANEXO A** se muestra el cuestionario aplicado en las entrevistas, que sirvieron para identificar las variables X y Z.

El cuestionario tiene dos partes. La primera parte consta de 22 preguntas para identificar las características del entorno mundial y nacional de los negocios globales. De las cuales 4 preguntas son de respuestas abiertas, siendo el resto de respuesta cerrada.

La segunda parte consta de 11 preguntas para conocer el perfil general del profesional en Administración de Negocios Globales. De las cuales solo una pregunta es de respuesta abierta, siendo el resto de respuesta cerrada.

3.7. PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos fue una tarea muy particular, ya que la mayoría de los especialistas entrevistados, tienen una limitada disponibilidad de tiempo.

Sin embargo, hubo una buena predisposición para colaborar con las entrevistas.

Las entrevistas fueron realizadas de acuerdo a la disponibilidad horaria de los especialistas en los centros de trabajo donde ellos laboran.

3.8. PROCEDIMIENTO ESTADÍSTICO Y ANÁLISIS DE DATOS

Teniendo como referencia el consolidado de respuestas de los entrevistados, como se muestra en los cuadros 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5; se procedió al Análisis de Frecuencia y de distribución porcentual, apoyados en el Software Estadístico SPSS.

CONSOLIDADO DE LAS RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO DE ENTREVISTAS APLICADOS A LOS ESPECIALISTAS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES DOCTORADOS

RUBRO I: CARACTERISTICAS DEL ENTORNO MUNDIAL Y NACIONAL DE LOS NEGOCIOS GLOBALES

A.- CARACTERÍSTICAS POLÍTICAS

Cuadro 3.1

N° de orden de entrevista	N° Pregunta												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
2	a	b	a	b	a	a	b	a	a	b	a	a	a
3	a	a	b	a	a	b	a	c	a	b	a	a	a
4	b	a	a	a	a	b	a	a	a	b	a	b	b
5	SE DIERON COMO RESPUESTAS ABIERTAS												

B.- CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

Cuadro 3.2

N° de orden de entrevista	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	N° Pregunta											
6	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
7	a	b	a	b	a	a	b	a	a	b	a	a
8	a	a	a	a	a	b	a	b	a	b	a	a
9	b	a	a	a	a	a	a	a	a	b	a	b
10	a	a	a	a	a	a	a	b	a	a	a	a
11	b	a	a	b	a	a	a	a	a	b	a	a
12	SE DIERON COMO RESPUESTAS ABIERTAS											

C.- CARACTERÍSTICAS SOCIALES

Cuadro 3.3

N° de orden de entrevista	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	N° Pregunta											
13	a	a	a	a	b	a	a	a	a	a	a	a
14	a	b	a	b	a	a	b	a	a	b	a	a
15	a	a	b	a	a	a	a	a	a	a	a	a
16	b	a	a	a	a	b	a	b	a	b	a	b
17	SE DIERON COMO RESPUESTAS ABIERTAS											

C.- CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS

Cuadro 3.4

N° de orden de entrevista	N° Pregunta											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
18	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
19	a	b	a	b	a	a	b	a	a	b	a	a
20	a	a	a	a	a	b	a	a	a	b	a	a
21	b	a	a	b	a	b	a	a	a	a	a	b
22	a	a	b	a	a	a	a	b	a	a	a	a
23	SE DIERON COMO RESPUESTAS ABIERTAS											

RUBRO II: PERFIL GENERAL DEL PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

Cuadro 3.5

N° de orden de entrevista	N° Pregunta											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a	a
2	a	b	a	a	a	a	b	a	a	a	a	a
3	a	a	b	a	a	b	a	a	a	b	a	a
4	a	a	a	a	a	a	a	a	a	b	a	b
5	a	a	a	a	a	a	a	b	a	a	a	a
6	a	a	a	b	a	a	a	c	a	b	a	a
7	a	a	a	a	a	a	b	a	a	b	a	a
8	a	a	b	a	a	b	a	c	a	a	a	a
9	a	a	a	a	a	b	a	a	a	b	a	a
10	a	a	a	a	a	a	a	b	a	a	a	a

IV. RESULTADOS

4.1. RESULTADOS ESTADÍSTICOS

RUBRO I: CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO MUNDIAL Y NACIONAL
DE LOS NEGOCIOS GLOBALES

RESPUESTAS A LA PREGUNTA UNO DEL CUESTIONARIO:
CUADRO 4.1

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	12	100.0	100.0

GRÁFICO 4.1. a

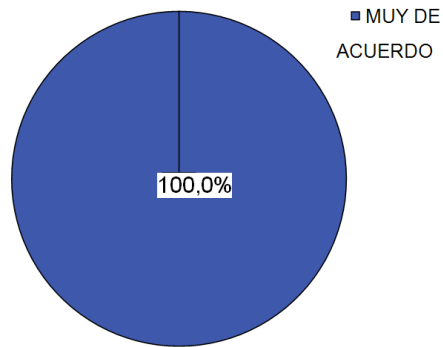
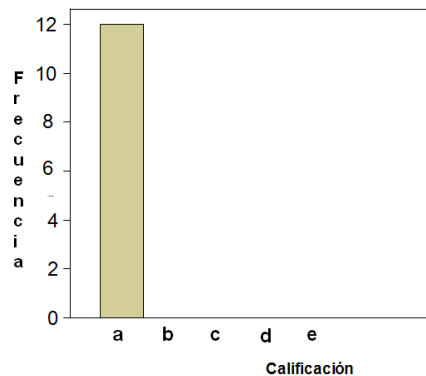


GRÁFICO 4.1. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA DOS DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.2

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	8	66.7	66.7
De acuerdo	4	33.3	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.2. a

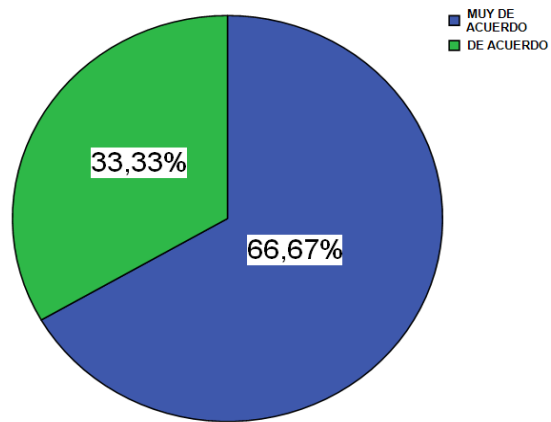
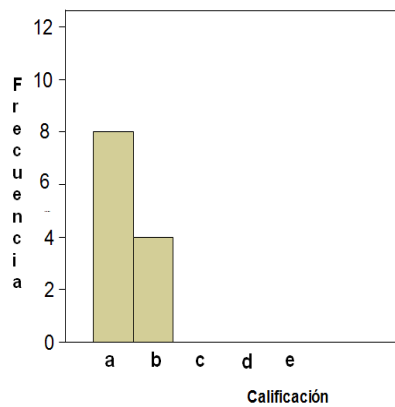


GRÁFICO 4.2. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA TRES DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.3

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	8	66.7	66.7
De acuerdo	3	25.0	91.7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8,33	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.3. a

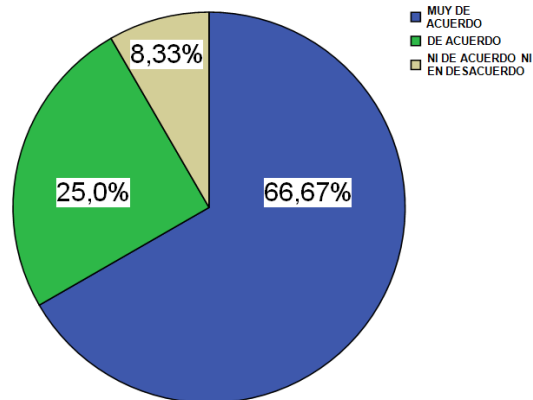
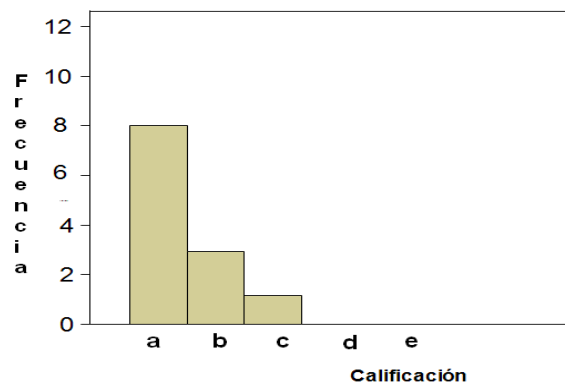


GRÁFICO 4.3. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA CUATRO DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.4

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	8	66.7	66.7
De acuerdo	4	33.3	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.4. a

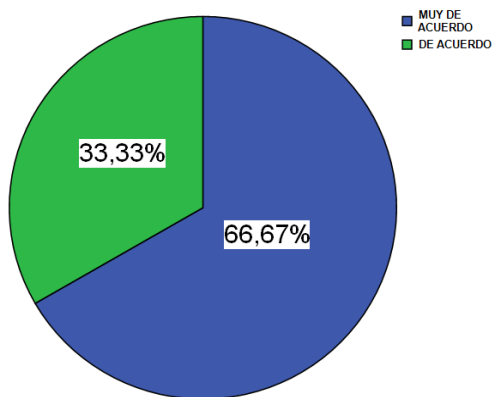
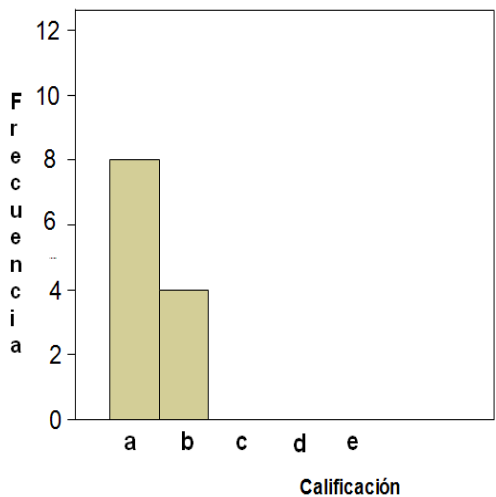


GRÁFICO 4.4. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA SEIS DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.5

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	12	100.0	100.0

GRÁFICO 4.5. a

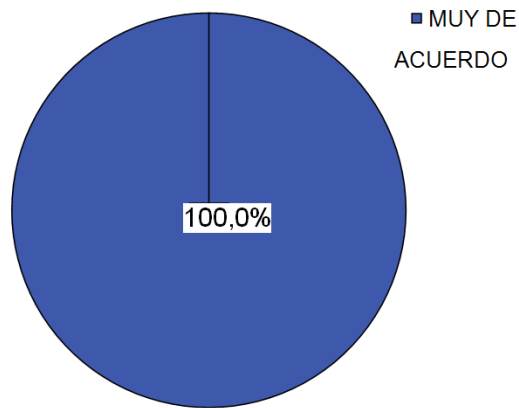
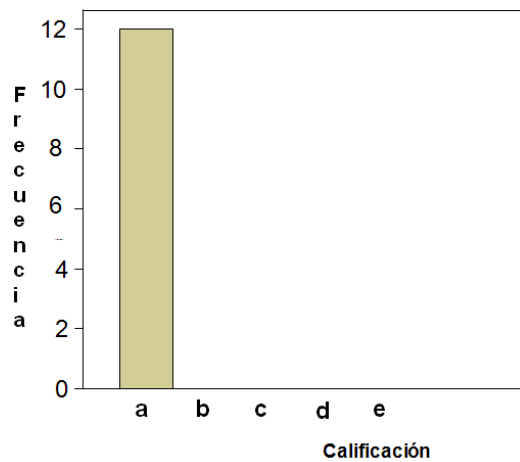


GRÁFICO 4.5. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA SIETE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.6

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	8	66.7	66.7
De acuerdo	4	33.3	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.6. a

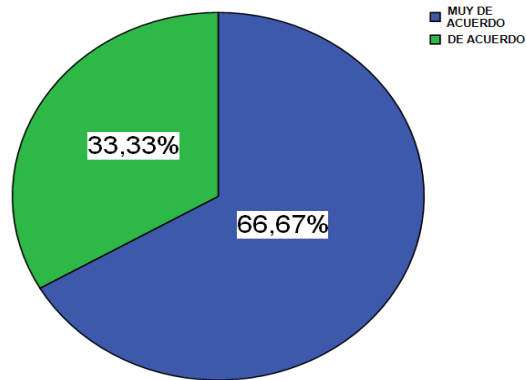
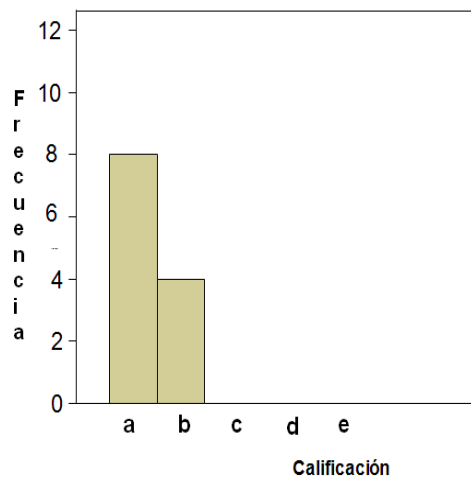


GRÁFICO 4.6. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA OCHO DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.7

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	9	75.0	75,0
De acuerdo	3	25.0	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.7. a

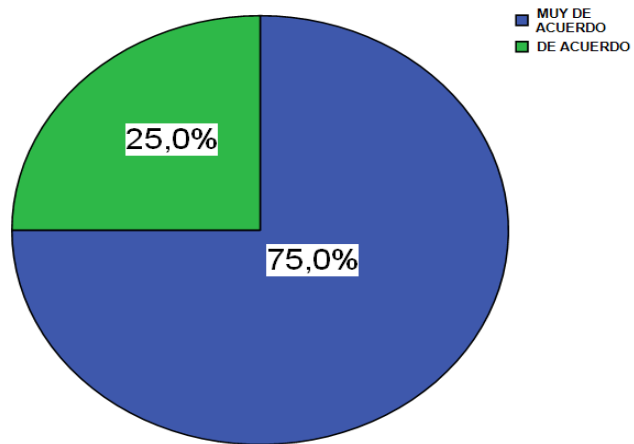
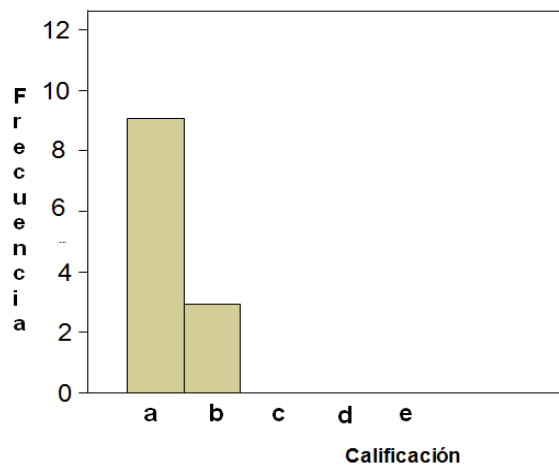


GRÁFICO 4.7. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA NUEVE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.8

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	9	75.0	75,0
De acuerdo	3	25.0	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.8. a

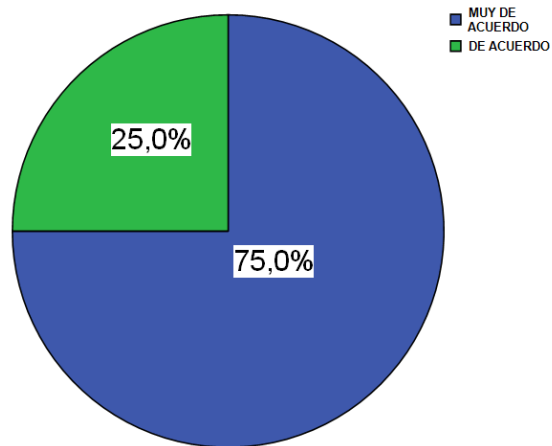
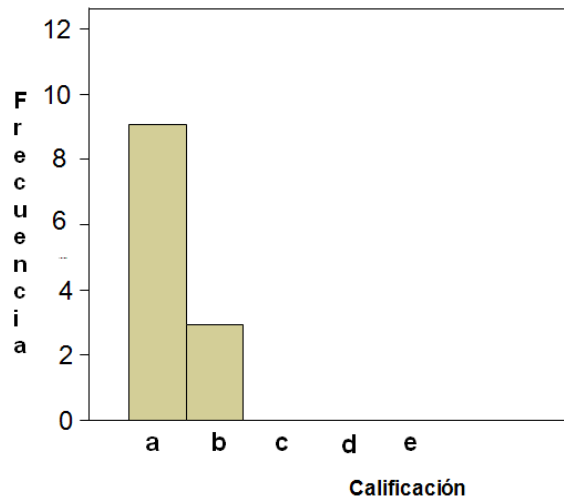


GRÁFICO 4.8. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA DIEZ DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.9

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	11	91.67	91.67
De acuerdo	1	8.33	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.9. a

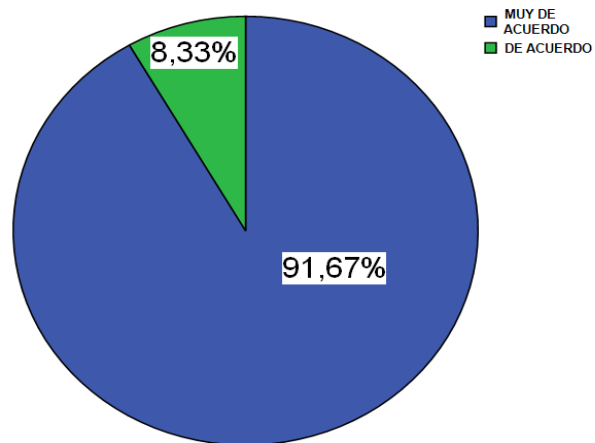
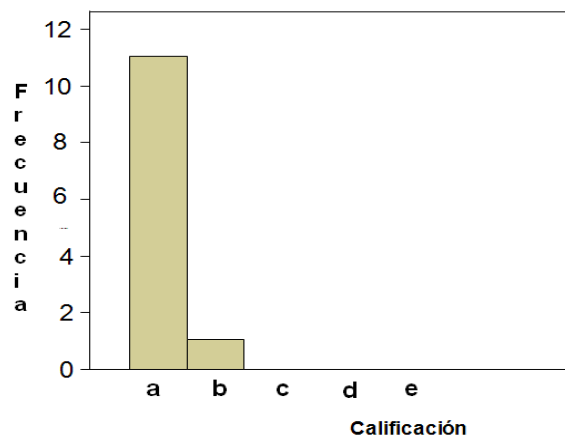


GRÁFICO 4.9. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA ONCE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.10

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	9	75.0	75,0
De acuerdo	3	25.0	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.10. a

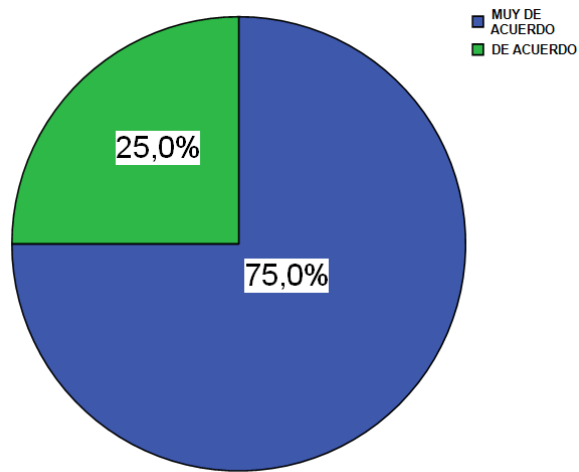
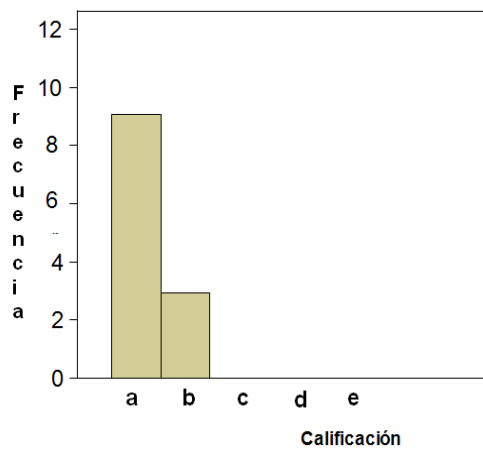


GRÁFICO 4.10. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA TRECE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.11

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	11	91.67	91.67
De acuerdo	1	8.33	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.11. a

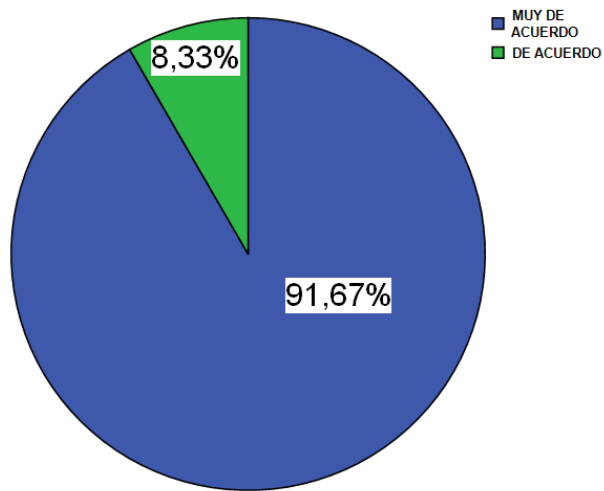
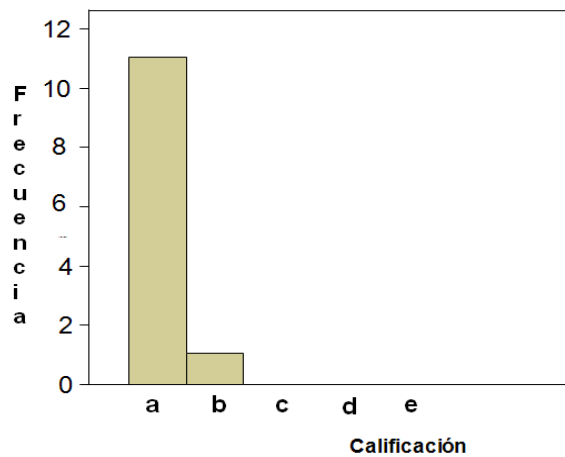


GRÁFICO 4.11. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA CATORCE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.12

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	8	66.7	66.7
De acuerdo	4	33.3	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.12. a

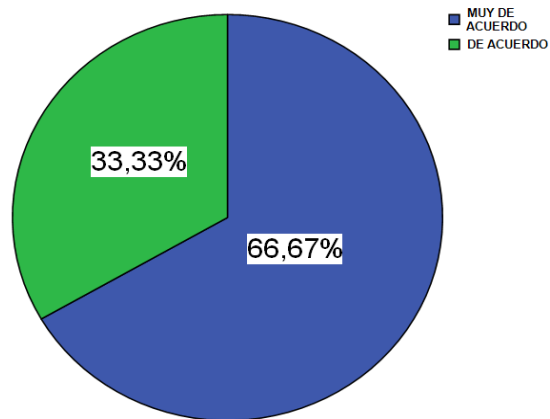
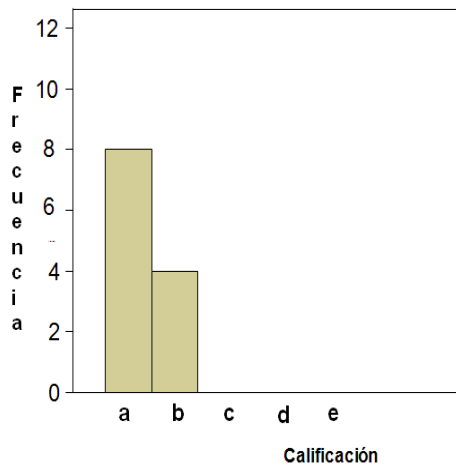


GRÁFICO 4.12. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA QUINCE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.13

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	11	91.67	91.67
De acuerdo	1	8.33	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.13. a

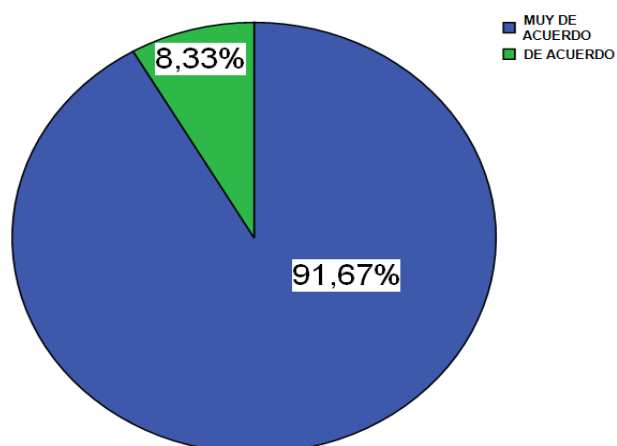
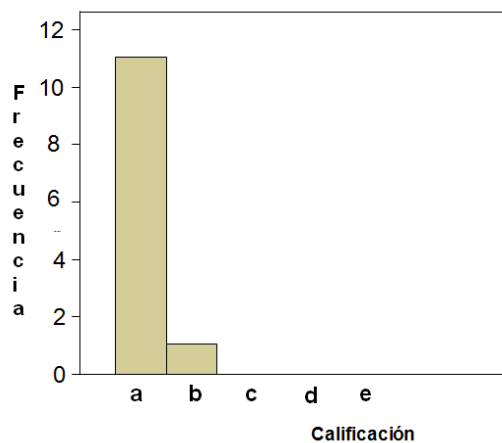


GRÁFICO 4.13. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA DIECISEIS DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.14

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	7	58.33	58,33
De acuerdo	5	41.67	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.14. a

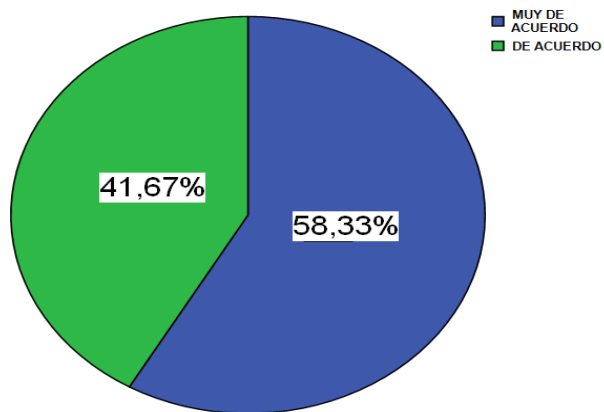
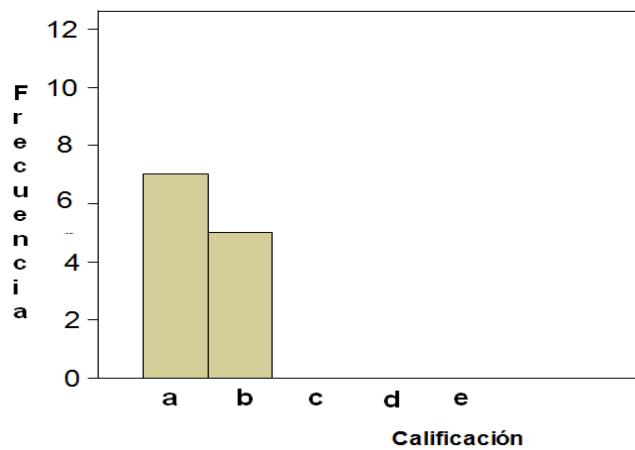


GRÁFICO 4.14. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA DIECIOCHO DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.15

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	12	100.0	100.0

GRÁFICO 4.15. a

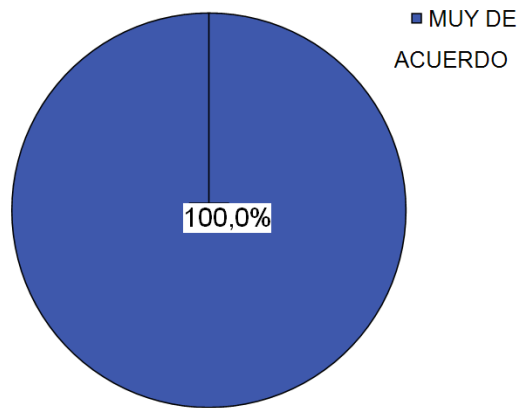
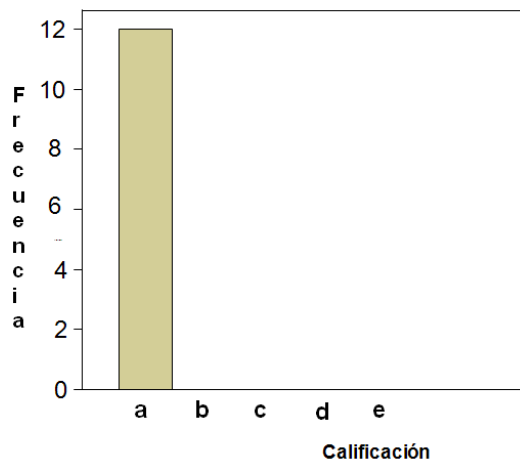


GRÁFICO 4.15. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA DIECINUEVE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.16

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	9	75.0	75,0
De acuerdo	3	25.0	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.16. a

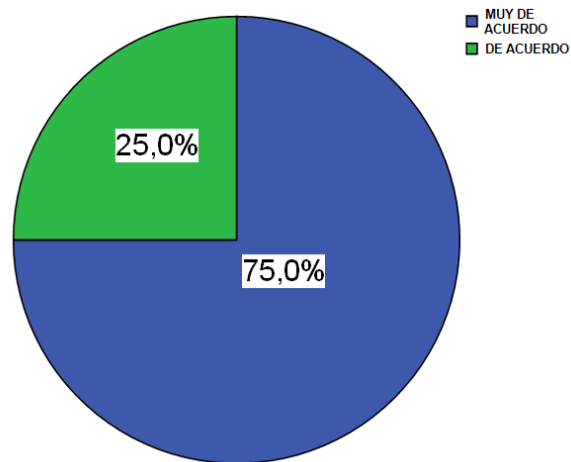
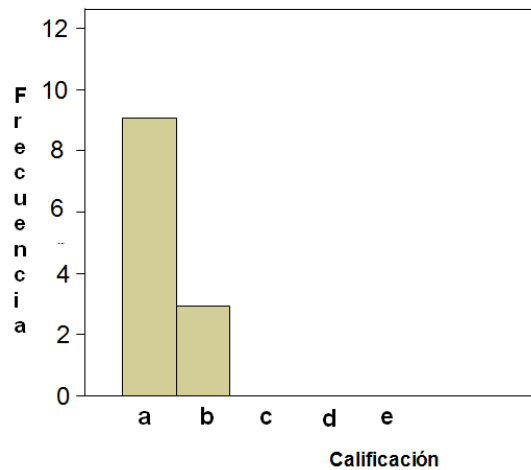


GRÁFICO 4.16. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA VEINTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.17

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	10	83.33	83.33
De acuerdo	2	16.67	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.17. a

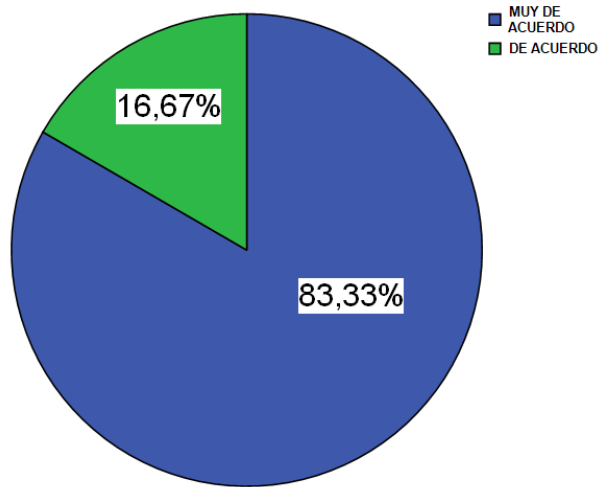
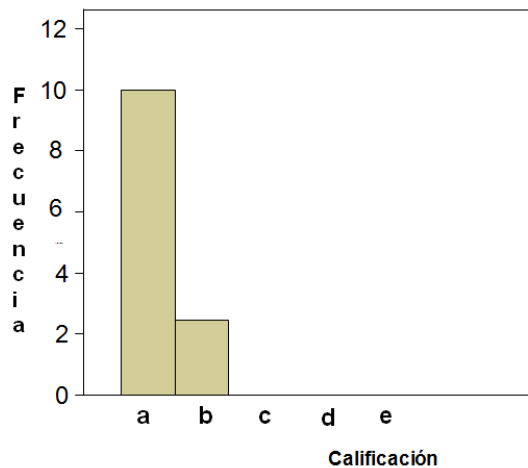


GRÁFICO 4.17. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA VENTIUNO DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.18

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	8	66.7	66.7
De acuerdo	4	33.3	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.18. a

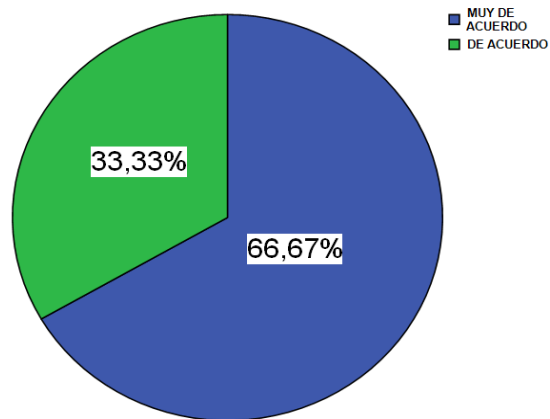
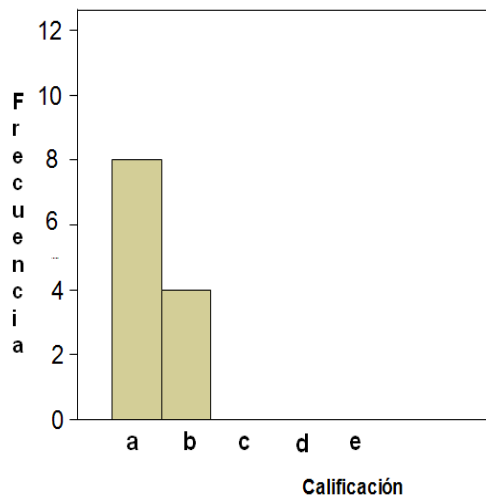


GRÁFICO 4.18. b



**RUBRO II: PERFIL GENERAL DEL PROFESIONAL EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES**

RESPUESTAS A LA PREGUNTA UNO DE LA SEGUNDA PARTE DEL
CUESTIONARIO

CUADRO N° 4.19

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	12	100.0	100.0

GRÁFICO 4.19. a

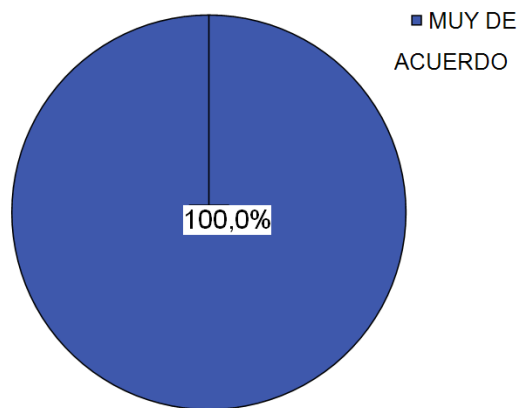
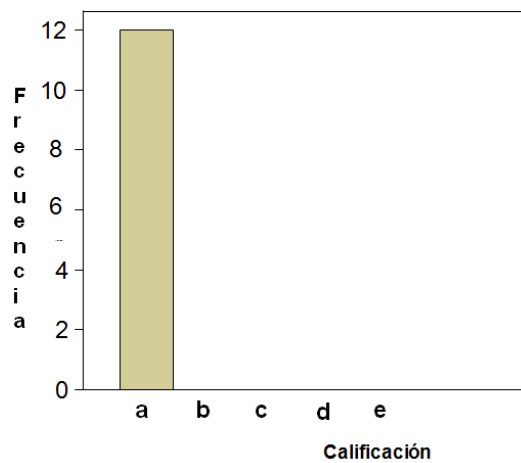


GRÁFICO 4.19. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA DOS DE LA SEGUNDA PARTE DEL
CUESTIONARIO

CUADRO 4.20

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	11	91.67	91.67
De acuerdo	1	8.33	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.20. a

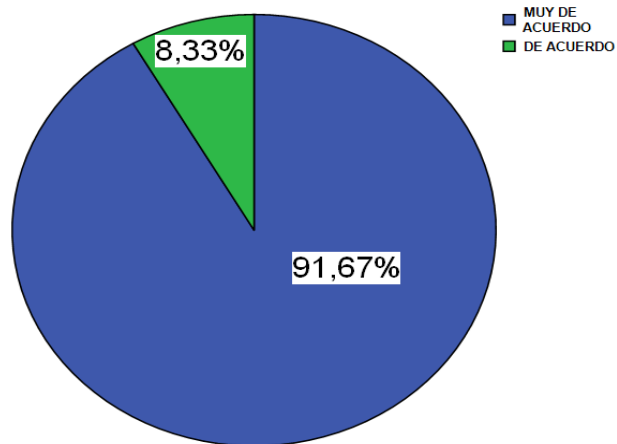
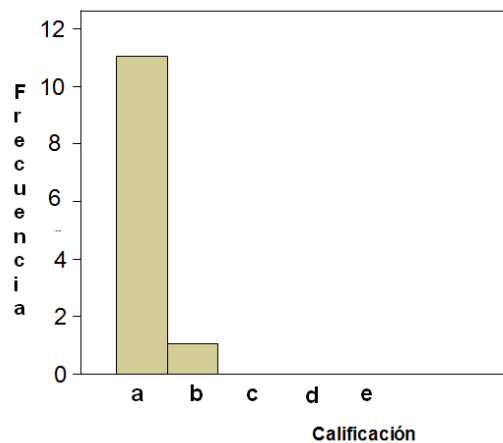


GRÁFICO 4.20. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA TRES DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.21

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	9	75.0	75,0
De acuerdo	3	25.0	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.21. a

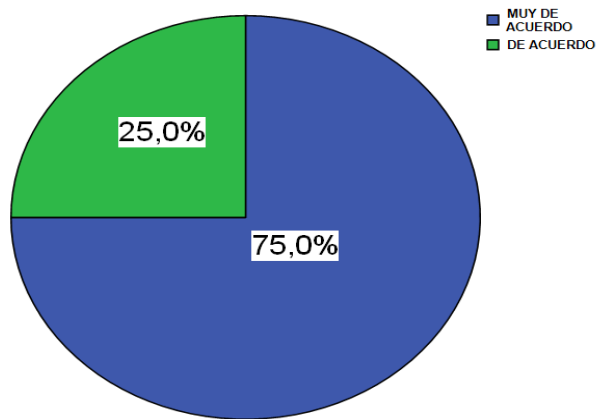
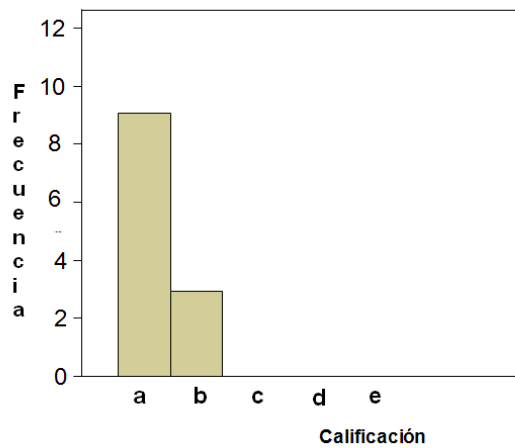


GRÁFICO 4.21. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA CUATRO DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.22

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	10	83.33	83.33
De acuerdo	2	16.67	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.22. a

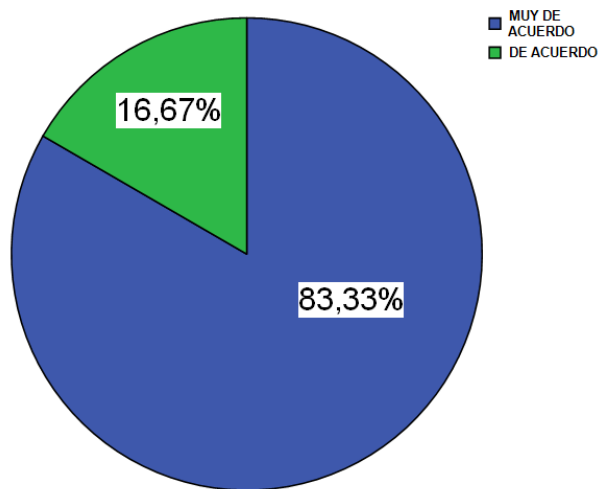
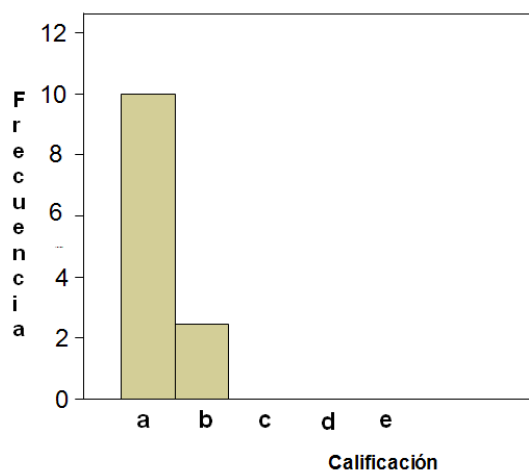


GRÁFICO 4.22. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA CINCO DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.23

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	11	91.67	91.67
De acuerdo	1	8.33	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.23. a

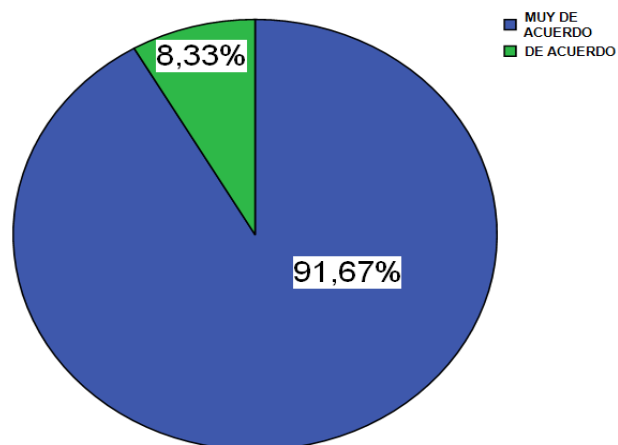
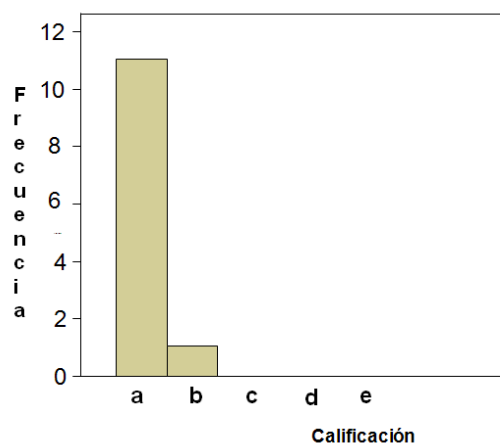


GRÁFICO 4.23. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA SEIS DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.24

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	9	75.00	75.00
De acuerdo	2	16.67	91.67
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8,33	100.00
Total	12	100.00	

GRÁFICO 4.24. a

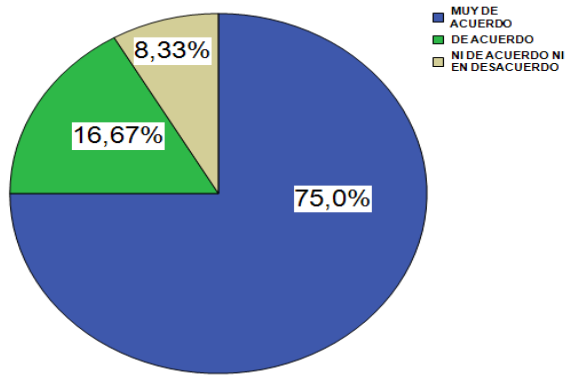
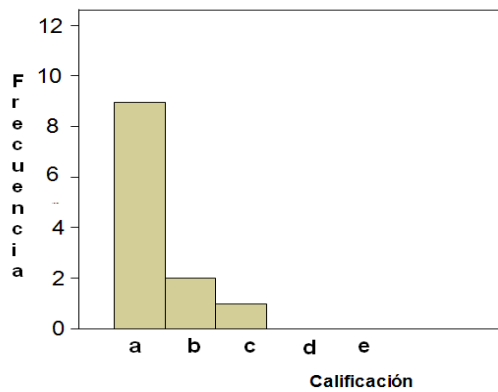


GRÁFICO 4.24. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA SIETE DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.25

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	10	83.33	83.33
De acuerdo	2	16.67	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.25. a

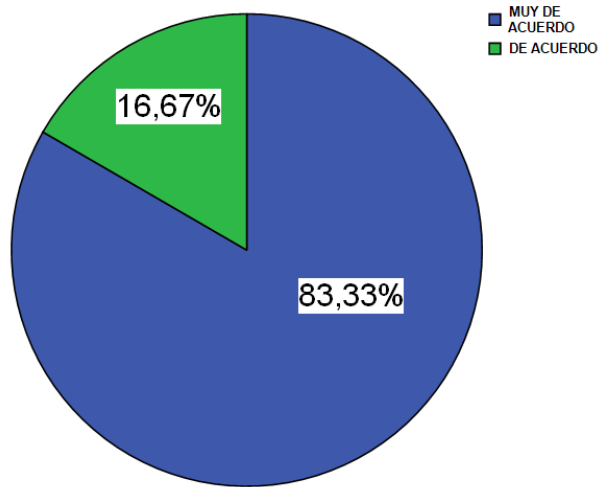
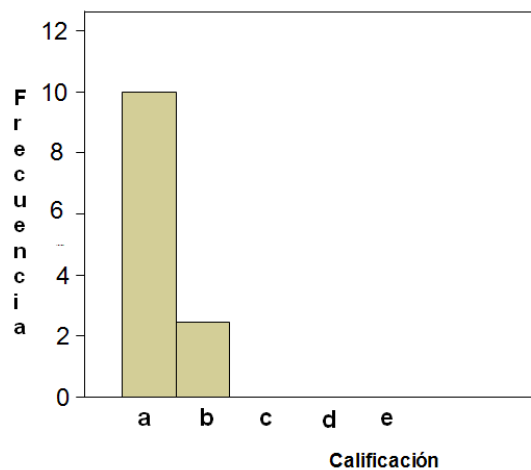


GRÁFICO 4.25. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA OCHO DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.26

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	9	75.00	75.00
De acuerdo	2	16.67	91.67
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	8,33	100.00
Total	12	100.00	

GRÁFICO 4.26. a

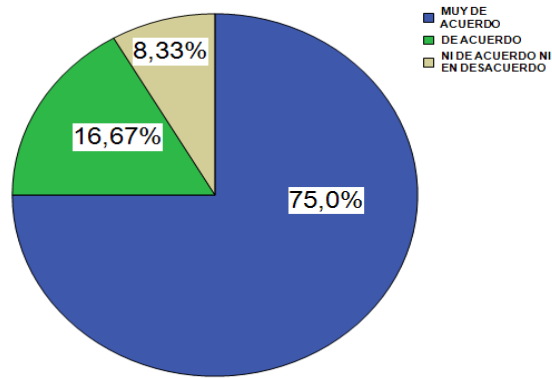
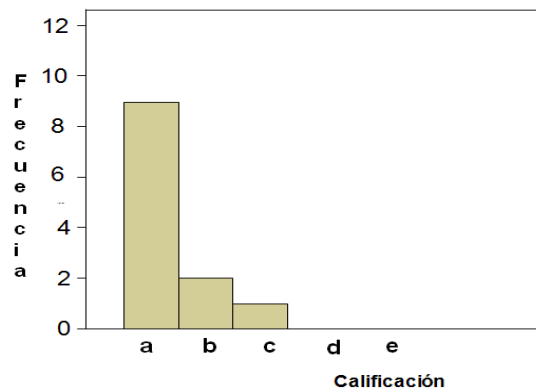


GRÁFICO 4.26. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA NUEVE DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.27

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	10	83.33	83.33
De acuerdo	2	16.67	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.27. a

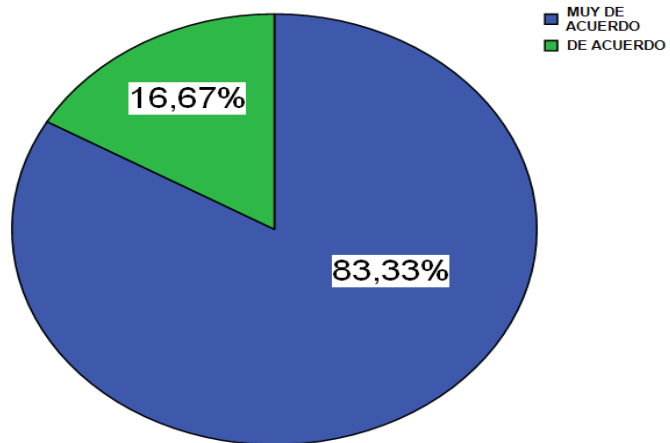
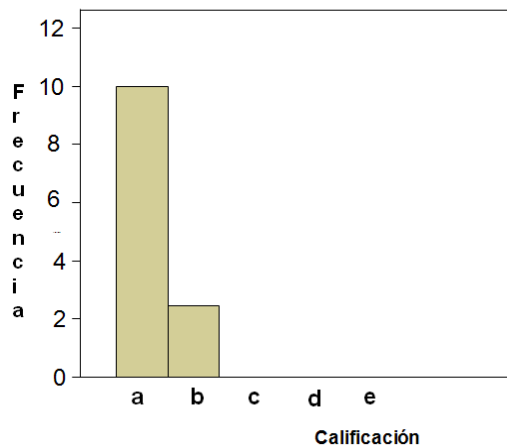


GRÁFICO 4.27. b



RESPUESTAS A LA PREGUNTA DIEZ DE LA SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO

CUADRO 4.28

Calificación	Frecuencia	%	% Acumulado
Muy de acuerdo	11	91.67	91.67
De acuerdo	1	8.33	100.0
Total	12	100.0	

GRÁFICO 4.28. a

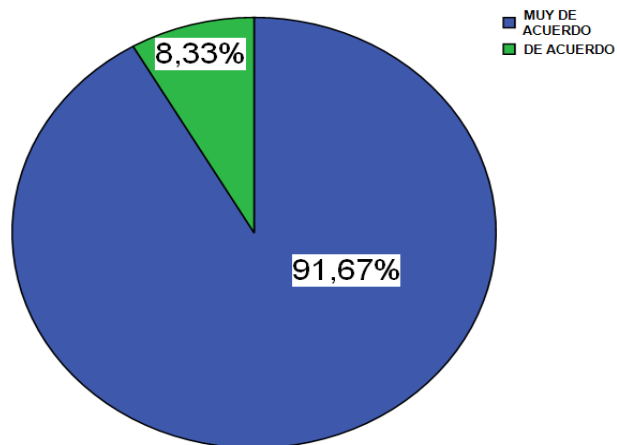
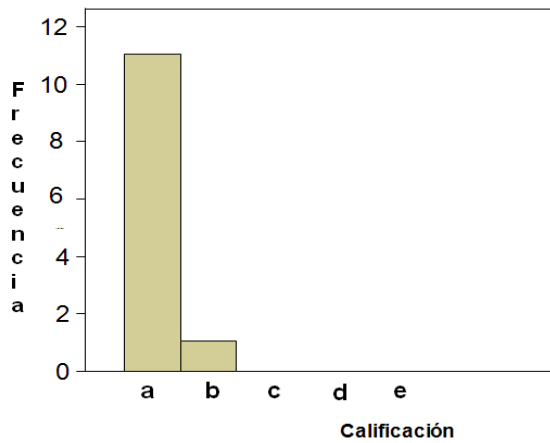


GRÁFICO 4.28. b



4.2. INTERPRETACIÓN CUALITATIVA DE RESULTADOS

Basados en los resultados estadísticos de las entrevistas y la relación de variables, se llegó al siguiente planteamiento.

El funcionamiento exitoso de una escuela académico profesional de Administración de Negocios globales, en universidades de nuestro país; responder a un enfoque de gestión estratégica, basado en el conocimiento de nuestra realidad y la visión de oportunidades globales.

Nuestro país se encuentra en una etapa decisiva de su historia, porque tiene que elaborar estrategias creativas para superar el subdesarrollo, y afrontar las cada vez más desafiantes exigencias de un mundo globalizado, ello implica que el estado, las diferentes instituciones y organizaciones de la sociedad civil, y fundamentalmente las universidades asuman el rol protagónico que deben desempeñar.

La universidad debe formar profesionales en Administración de Negocios Globales que puedan enfrentar los desafíos de la globalización de los mercados, el desarrollo de las operaciones cada vez más complejas de importación, exportación, la distribución física internacional, las compras globales, los sistemas de calidad internacional, el ingreso a nuevos mercados, la competitividad, el manejo de la imagen institucional a nivel global, la innovación tecnológica, la rentabilidad de los negocios y la integración a mercados mundiales o regionales;

y por otro lado, se debe de satisfacer las necesidades de la juventud que demandan una oferta de formación profesional que le asegure la adquisición de las competencias necesarias para generar y desarrollar su propia empresa o para insertarse adecuadamente en el mercado de trabajo global.

Un modelo de gestión debe estar dirigido a la formación de líderes profesionales idóneos que puedan asumir estas nuevas responsabilidades y desafíos.

De acuerdo a lo estipulado en el Artículo 19 de la Ley Universitaria 23733, la universidad, crea escuelas para la formación de profesionales que contribuyan al desarrollo del país. En tal virtud, la gestión en las universidades debe responder el contexto global y dirigir sus máximos esfuerzos con una visión de aprovechamiento de oportunidades.

La universidad debe dirigir su gestión con el propósito de formar profesionales en Administración de Negocios Globales; básicamente en dos aspectos, como profesional y como persona.

Como Profesional:

- Aportar valor al desarrollo del Perú, ejerciendo su profesión de manera responsable en las distintas áreas de los negocios globales.
- Actuar con ética profesional teniendo como propósito el bienestar del hombre y la conservación de la naturaleza a través del ejercicio

honesto de su profesión y respetando las normas y leyes de la sociedad.

- Asumir un compromiso ineludible con la profesión de Licenciado en Administración de Negocios Globales para lograr el desarrollo integral y ético de la misma.
- Aplicar con criterio humanitario los principios de productividad en el manejo racional de los recursos destinados a los negocios globales.
- Desarrollar acciones de responsabilidad social tanto a nivel nacional como internacional.
- Participar decididamente en el esfuerzo para lograr el desarrollo nacional contribuyendo con su accionar y sus logros al mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Crear sistemas de organización capaces de desarrollar productos con valor agregado para la exportación.
- Promover la utilización masiva de la tecnología para producir bienes y servicios de calidad que satisfagan las exigencias de los mercados globales .
- Participar en el planeamiento de estrategias y políticas orientadas al desarrollo de los negocios globales.
- Negociar exitosamente con empresas y personas de culturas diferentes.

Como Persona:

- Desarrollar sólidas convicciones de su capacidad personal para enfrentar con éxito las difíciles contingencias del mundo globalizado.
- Demostrar actitudes compatibles con la integración social.
- Liderar el desarrollo de la comunidad donde se encuentra ubicada su empresa.
- Demostrar su capacidad de servicio a la sociedad, respetando sus normas y el derecho de las personas que la conforman.
- Promover y difundir la defensa de la cultura nacional, de sus valores así como respetar la cultura de otros países.
- Actuar éticamente para ser considerada y respetada por la sociedad en la que vive y con las que tiene relación, como persona digna.

Como referente fundamental del enfoque de gestión, resulta fundamental poner la atención en el siguiente perfil profesional requerido del administrador en Negocios Globales:

- Actuar como gerente de clase mundial orientado por valores, respetando la dignidad humana y la cultura de los pueblos.
- Desarrollar una disciplina que le permita asimilar los avances científicos y tecnológicos.

- Actitud proactiva para defender el medio ambiente del hombre y los rasgos más valiosos de su cultura.
- Interpretar objetivamente la realidad nacional e internacional, para liderar la transformación de la sociedad.
- Dominar diversos idiomas que le facilite la interrelación con personas de culturas diferentes.
- Organizar empresas con visión global y demostrar actitudes de liderazgo en el desempeño de su labor gerencial.
- Gerenciar eficaz y eficientemente organizaciones globales, para lo cual posee el conocimiento de la administración y de los diversos procesos que se realizan en la cadena de valor de estas organizaciones.
- Investigar, analizar, e interpretar las tendencias de los mercados globales para ofrecer productos y servicios de calidad con innovación tecnológica, aplicar políticas que faciliten el financiamiento en las operaciones de comercio global y el funcionamiento óptimo de la cadena logística.
- Crear estrategias de negociación que le permitan lograr acuerdos beneficiosos para las partes involucradas y realizar cambios en mercados competitivos con mentalidad estratégica.
- Desarrollar la transferencia tecnológica y el e-learning, para crear cadenas de valor internas.

- Dirigir eficaz y eficientemente las operaciones relacionadas con el financiamiento, marketing y logística de productos y servicios en organizaciones globales
- Gerenciar organizaciones que operan en los negocios globales.
- Orientar al desarrollo de las actividades de promoción, compras, ventas, investigación de mercados, financiamiento en empresas globales, nacionales, exportadoras, importadoras, empresas del estado, entidades no gubernamentales y otras vinculadas a los negocios internacionales.
- Promover y desarrollar proyectos de investigación orientados a mejorar la operatividad de los negocios globales.
- Desarrollar productos con valor agregado para mercados globales.
- Demostrar actitudes de liderazgo en el desempeño de su labor gerencial.
- Liderar la creación de una cultura exportadora en el país.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de empresas multinacionales.
- Elaborar estrategias globales.
- Formular planes estratégicos de carácter global para las áreas de marketing, producción, finanzas, personal y logística.
- Dirigir eficaz y eficientemente a personas de diversas culturas.
- Negociar con organizaciones y personas de distintas lenguas y culturas.

- Crear y desarrollar su propio negocio con una visión global aprovechando las ventajas competitivas y cualitativas que tiene nuestro país.
- Transformar productos o servicios con alto valor para clientes globales.
- Identificar nuevas oportunidades de negocios y preparar las estrategias para ingresar productos y servicios a nuevos mercados.
- Liderar en forma reflexiva para afrontar con éxito las exigencias de la competitividad internacional.
- Monitorear las variables del entorno para identificar nichos de negocios en el mercado global.
- Generar una visión de futuro basado en estrategias innovadoras, proactivas y creativas.

Crear empresas exportadores de productos con innovación tecnológica.

Crear empresas importadoras de productos o servicios que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población.

- Asesorar el desarrollo de programas de innovación tecnológica para la exportación.
- Ofrecer y dirigir consultorías para organismos internacionales, gobierno central, gobiernos regionales, locales, sobre temas de negocios globales.

- Asesorar operaciones de importación, exportación, financiamiento, servicios logísticos, de marketing internacional y de compras globales.
- Realizar estudios de mercado internacionales.
- Asesorar el desarrollo de franquicias, joint ventures, alianzas estratégicas, del outsourcing internacional y la transferencia tecnológica, así como la utilización del balance scored card para los negocios internacionales.
- Asesorar en la iniciación y desarrollo de negocios electrónicos orientados a los negocios internacionales.
- Ejercer la docencia universitaria, de darse el caso, con fines de investigación científica y de enseñanza.

V. CONCLUSIONES

- a) Un enfoque de gestión estratégico integral, para el éxito del funcionamiento de una escuela académico profesional, en universidades de nuestro país; debe responder al conocimiento de nuestra realidad y visión de un mundo globalizado altamente competitivo.

- b) Las características políticas, económicas, sociales y tecnológicas del entorno mundial y nacional en la actualidad, favorecen las actividades de negocios globales para el desarrollo de nuestro país, por lo tanto las condiciones son propicias para crear escuelas de negocios globales y/o que las actuales escuelas de negocios internacionales se conviertan en un futuro cercano en escuelas de negocios globales.

- c) El perfil ideal académico-profesional, en administración de negocios globales, para los tiempos actuales; debe tener un sentido de gerencia, generador de empresas globales y promotor del desarrollo de nuestro país y del mundo basado en valores, con sentido humanista y de responsabilidad social.

- d) Nuestro país tiene una posición privilegiada en el contexto global; sus recursos principalmente los naturales generan ventajas comparativas con respecto a otros países. Lo que corresponde a la universidad, es formar

profesionales capaces de generar ventajas competitivas para posicionar en el mundo productos con alto valor agregado y con innovación tecnológica.

- e) La estructura curricular para la formación profesional en Administración de Negocios Globales(ANG), debe contener un programa de asignaturas, dirigidos a la formación gerencial, que responda al contexto global, competitivo y ético, que permita formar profesionales eficientes y eficaces, personal y socialmente triunfadores capaces de dominar, transformar y liderar los mercados mundiales más exigentes.

VI. RECOMENDACIONES

- a) Las autoridades de gobierno de nuestro país, deben promover el desarrollo de los negocios globales, formando un puente con nuestras universidades de apoyo mutuo y continuo debidamente planificado de tal manera que por cada región más importante de nuestro país se creen escuelas de negocios globales que formen profesionales en la cantidad y calidad que su desarrollo planificado así lo requiera.

- b) Todas las escuelas académico profesionales de negocios globales de las universidades de nuestro país, deben asociarse, en busca de intercambio de experiencias y apoyo mutuo.

- c) Se debe fortalecer la relación empresa universidad, con la cual las universidades, deben estar comprometidas en la generación de proyectos y trabajos de investigación. Y en contraparte recibir recursos económicos que permita una mayor fluidez en el proceso de desarrollo de los negocios globales.

- d) Se debe mantener favorables relaciones con organismos internacionales (Organización Mundial del Comercio, Banco Interamericano de Desarrollo, Organización de Estados Americanos) para generar sinergias que contribuyan al intercambio exitoso de experiencias y a compartir conocimiento.

e) Las escuelas académico profesionales de Negocios Globales deben priorizar el intercambio docente y estudiantil para realizar investigaciones científicas, reciprocidad de experiencias académicas y lograr la globalización o internalización de las universidades.

REFERENCIALES

- 1) ALCÁNTARA, Jonathan: La gestión por competencia laboral en la empresa y la formación profesional. En <http://www.gestiopolis.com/html> 2009.
- 2) ARENAS, Franco: Introducción a las teorías políticas contemporáneas. Ed. Fontana. Barcelona. 2004.
- 3) BECK, Ulrich, ¿Qué es la globalización?, Ed. Paidos, Barcelona,1998.
- 4) BECKER, Gary S.: El capital humano. Ed. McGraw Hill. México. 1984.
- 5) BERTALANFFY, Ludwig von: Teoría general de los sistemas. Fondo de Cultura Económica. México. 1986.
- 6) CAMPBELL, John M.: Desarrollo organizacional en la administración de negocios. Ed. Prentice Hall. México. 1997.
- 7) CRISOLOGO A., Aurelio “Conceptos métodos y modelos de la Investigación Científica” – Lima. Editorial Toro Lindo Mozo, 1990.
- 8) CASTRO MONTENEGRO, Víctor “ Proyecto para la Creación de una Escuela Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales en la Universidad Ricardo Palma” Lima. URP.2003.
- 9) DUVERGER, Maurice: Métodos de las ciencias sociales. Ed. Ariel. Barcelona. 1981.
- 10) EDWARDS, Verónica “El concepto de la calidad de la educación”. Santiago de Chile. Ed. Oreal 1991.
- 11) ESPINOLA, Viola “La calidad de la educación desde la perspectiva latinoamericana”. Santiago de Chile. Ed. CIDE/REDUC. 1998.

- 12) FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (FMI): Globalización y crecimiento mundial. Documentos. 1997.
- 13) FRIEDMAN, Thomas: La Tierra es plana. Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI. Eds. Martínez roca S.A. Barcelona, 2006.
- 14) FERNADEZ LAMARRA Y OTROS “Calidad de la educación, aportes para un debate desde la perspectiva del planeamiento”. Buenos Aires. Ed. Ministerio de cultura y educación. 1992.
- 15) GARCÍA CANCLINI, Héctor: Consumidores y Ciudadanos. Ed. Prometeo. Buenos Aires. 1999.
- 16) GARCÍA MORALES, Federico: Anatomía de la Globalización. Ed. Presencia. Buenos Aires. 2001.
- 17) GONZÁLES CASANOVA, Pablo: Globalización e identidad latinoamericana. Revista Tiempos. N° 12. Montevideo. 1999.
- 18) GUTIÉRREZ, Guillermo, "Bombardeos globalizadores y cultura", Portal Latinoamericano en Globalización, alojado en <http://www.globalizacion.org/articulos/GutierrezBodCultura.htm> 2009.
- 19) GOMEZ ROMERO, José “El Método Experimental” – México. Editorial Harla, 1983.
- 20) HERNANDEZ SAMPIERI “Metodología de la Investigación” – México. Editorial Mc Graw Hill Interamericana de México S.A., 2008.
- 21) LASSO DE LA VEGA, Javier “Como hacer una Tesis Doctoral” – Madrid. Editorial Fundación Universitaria Española, 1977.
- 22) LOPEZ CANO, José “Método e Hipótesis Científicas” – México. Editorial Trillas 1999.

- 23) MARTÍNEZ RIVADENEIRA, Ricardo: Balanced Scorecard – Sistema de comunicación, control y aprendizaje estratégico. Ed. Prentice Hall. México. 2003.
- 24) RODRIGUEZ S. Miguel Ángel “Teoría y diseño de la Investigación Científica” – Lima. Editorial Atusparia – UNMSM, 1986.
- 25) SANCHEZ CARLESI, Hugo “Metodología y diseños en la Investigación Científica” – Lima. URP, 2006.
- 26) SIERRA BRAVO “Tesis Doctoral y trabajos de Investigación Científica” – Madrid. Editorial Española, 2006.
- 27) TAMAYO, Mario “El proceso de la Investigación científica – Fundamentos de la Investigación” – México. Editorial Limusa, 2002.
- 28) TORRES BARDALES, C. “Orientaciones básicas de Metodología de la Investigación Científica” – Lima. Editorial San Marcos, 2004.
- 29) URIARTE M. Felipe “Metodología de la Investigación Científica y técnicas de estudio” – Lima. Editorial Felipe F. Uriarte UNFV, 1988.
- 30) PEÑALOZA RAMELLA, Walter “Los Propósitos de la Educación” Lima. Fondo Editorial del Pedagógico San Marcos, 2003.
- 31) PETERS, Thomas J. y ROBERT H. Waterman: En busca de la excelencia. Experiencias de las empresas mejor gerenciadas de los Estados Unidos. Ed. Norma, Bogotá, 1984.
- 32) MUÑOS LOLI, Jorge A. “Nuevos Rumbos de la Pedagogía” MODULOII. El Currículo y su programación. Lima. Editorial San Marcos. 2003.

- 33) OVIDE MENIN “Pedagogía y Universidad” Currículo, Didáctica y Evaluación. Rosario-Argentina, Ediciones Homo Sapiens. 2001.
- 34) POSNER, George J. “Análisis de Currículo” Traducido e impreso en Colombia. Editorial Nomos S.A. 2001.
- 35) RUGGEIRO, P.: Apertura global y comercio internacional. OMC. 1999.
- 36) SAXE-FERNÁNDEZ, John: Globalización: crítica a un paradigma. Ed. Planeta 21. Buenos Aires. 2001.
- 37) VILLAJUANA, Carlos: Gestión Estratégica Integral. Ed. del autor. Lima. 2000.

ANEXO A

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA

TEMAS: I) CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO MUNDIAL Y NACIONAL DE LOS NEGOCIOS GLOBALES
II) PERFIL GENERAL DEL PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

UNIVERSIDAD:.....

.....

FACULTAD:

.....

APELLIDOS Y NOMBRE:

.....

CARACTERÍSTICAS POLÍTICAS:

1.- Se forman los llamados bloques económicos, como en el caso de Europa con la Unión Europea (UE), Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), América del Norte con el Tratado de Libre Comercio (TLC), América del Sur con el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) con el fin de agrupar naciones en condiciones similares de forma tal que puedan beneficiarse unos de otros, en sus actividades comerciales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

2.- El aparato estatal de países como el nuestro, es llevado a reorganizarse según el funcionamiento mundial de los mercados globales y políticas internacionales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

3.- En el contexto mundial y nacional, en el que se dan los negocios globales, prima la política neoliberal.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

4.- El refinanciamiento de la deuda externa y la necesidad de impulsar los negocios globales en nuestro país, compromete a tomar decisiones políticas con las recomendaciones de organismos internacionales y regionales: el F.M.I. el Banco Mundial, la ONU, la OIT; etc..

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

5.- Mencione otras características políticas que considere falto mencionar:

.....
.....
.....
.....
.....

CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS:

6.- La primera característica económica, del entorno mundial de los negocios globales es la apertura de fronteras económicas de los países.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

7.- La existencia de un sistema financiero globalizado, que facilita cada vez más el crecimiento de los negocios globales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

8.- El consorcio empresarial típico, en el contexto global es el “holding”, que relaciona empresa-banco, en que el financiamiento, se complementa con la supresión y control de las transferencias de capitales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

9.- Presencia de grandes empresas transnacionales, que generan una situación cada vez más competitivas y de limitación del crecimiento económico de pequeñas empresas.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

10.- La liberalización de los mercados es clave para el libre flujo de los capitales. Por ese motivo se ejercen fuertes presiones internacionales para eliminar barreras arancelarias y legislaciones proteccionistas, que impidieran la libertad del comercio globalizado.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

11.- Mencione otras características económicas que considere falto mencionar:

.....
.....
.....

.....
.....
CARACTERÍSTICAS SOCIALES:

12.- Se tiende a generar nuevos hábitos de consumo en las sociedades del mundo.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

13. Se producen fuertes movimientos migratorios de poblaciones que buscan mejorar su economía, del campo a la ciudad o a países con mayor oportunidad económica. Debido a las limitaciones de la actividad productiva en zonas de pobreza económica, frente a la competitividad globalizada.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

14.- La competitividad globalizada y sectores sociales que no pueden hacer frente a esta; genera desempleo crónico, la precarización del trabajo, la informalidad y la ilegalidad.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

15.- La violencia y la criminalidad son también consecuencia de la incapacidad social para competir en una economía globalizada.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

16.- Mencione otras características sociales que considere falto mencionar:

.....
.....
.....
.....
.....

CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS:

17.- El avance en telecomunicaciones, hace participar a las sociedades en tiempo real, de todos los acontecimientos mundiales y publicitarios.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

18.- Los sistemas informáticos y de cómputo que se encuentran en continuo desarrollo, facilitan las negociaciones globales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

19.- La tecnología de los distintos tipos de transportes de estos días, favorece en costos y tiempos, los negocios globales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

20.- Los gobiernos y las empresas, cada vez manejan más información sobre la sociedad, sus intereses y bienestar, en un contexto globalizado.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

21.- La actividad productiva que hace uso de la tecnología de transformación, en el contexto globalizado, es obligada a preservar y mejorar la calidad de vida; así como la del medio ambiente.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

22.- Mencione otras características tecnológicas que considere falto mencionar:

.....
.....
.....
.....
.....

PERFIL GENERAL DEL PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

1.- Ejercer la función gerencial exitosamente en organizaciones que operen en negocios globales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

2.- Promover, elaborar y ejecutar, proyectos de inversión, orientados a los negocios globales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

3.- Crear y desarrollar sus propias empresas, con una visión global, aprovechando las ventajas competitivas que tiene nuestro país.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

4.- Identificar nuevas oportunidades de negocios y preparar estrategias, para ingresar productos y servicios a nuevos mercados.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

5.- Generar una visión de futuro, basado en estrategias innovadoras, proactivas y creativas.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

6.- Brindar servicios de asesoría y consultoría, a nivel nacional e internacional, en el tema de los negocios globales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

7.- Ejercer la docencia universitaria con fines de investigación científica y de enseñanza.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

8.- Negociar con organizaciones y personas de distintas lenguas y cultura.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

9.- Gestionar en políticas del estado, en materia de negocios globales.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo

10.- Liderar a favor de la cultura exportadora en nuestro país.

- a) Muy de acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

11.- Mencione otras características del perfil general antes mencionado, si considera necesario.

.....
.....
.....

ANEXO B

Plan de Estudios para la Escuela Académico-Profesional de
Administración de Negocios Globales

PRIMER CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0101	ADMINISTRACIÓN I	2	4		4	E	
ANG0102	MATEMÁTICA I	2	4		4	C	
ANG0103	TALLER DE MÉTODOS DE ESTUDIO UNIVERSITARIO			4	2	H	
ANG0104	TALLER DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA			4	2	H	
ANG0105	PSICOLOGÍA GENERAL	2	2		3	P	
ANG0106	ECONOMÍA I	2	2		3	E	
ANG0107	LÓGICA	2	2		3	H	
	TOTAL	10	14	8	21		

SEGUNDO CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0201	ADMINISTRACIÓN II	2	4		4	E	ANG0101 y ANG 0105
ANG0202	MATEMÁTICA II	2	4		4	C	ANG0102
ANG0203	CONTABILIDAD I		4		2	E	
ANG0204	HISTORIA DE LA CULTURA	2	2		3	H	ANG0103
ANG0205	ANTROPOLOGÍA	2	2		3	H	ANG0104
ANG0206	ECONOMÍA II	2	2		3	E	ANG0106
ANG0207	FILOSOFÍA	2	2		3	H	ANG0107
	TOTAL	12	20	0	22		

TERCER CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0301	DISEÑOS ORGANIZACIONALES CONTEMPORÁNEOS	2	4		4	E	ANG0201
ANG0302	ESTADÍSTICA GENERAL	2	4		4	C	ANG0202
ANG0303	MÉTODOS CUANTITATIVOS	2	2		3	C	ANG0202
ANG0304	CONTABILIDAD II	2	2		3	C	ANG0203
ANG0305	CULTURA DE LA CALIDAD	2	2		3	E	ANG0204
ANG0306	ECONOMÍA GLOBAL	2	2		3	E	ANG0206
ANG0307	TALLER : INFORMATICA PARA NEGOCIOS GLOBALES			4	2	E	ANG0107
	TOTAL	12	16	4	22		

CUARTO CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0401	MARKETING	2	4		4	E	ANG0301
ANG0402	ESTADÍSTICA APLICADA	2	4		4	C	ANG0302
ANG0403	COSTOS Y PRESUPUESTOS	2	2		3	E	ANG0304
ANG0404	ECOLOGÍA Y DESARROLLO SOSTENIBLE	2	2		3	E	ANG0305
ANG0405	REALIDAD NACIONAL	2	2		3	H	ANG0205 y ANG0207
ANG0406	COMERCIO GLOBAL	2	2		3	E	ANG0306
ANG0407	TALLER : CREATIVIDAD E INNOVACIÓN			4	2	E	ANG0307
	TOTAL	12	16	4	22		

QUINTO CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0501	ADMINISTRACIÓN DE LAS OPERACIONES	2	4		4	E	ANG0402
ANG0502	MATEMÁTICA FINANCIERA	2	2		3	C	ANG0303
ANG0503	CONTABILIDAD GERENCIAL	2	2		3	E	ANG0403
ANG0504	GLOBALIZACIÓN: IMPACTO ECONÓMICO Y CULTURAL	2	2		3	E	ANG0404 y ANG0405
ANG0505	DERECHO EMPRESARIAL I	2	2		3	H	
ANG0506	INTEGRACIÓN ECONÓMICA	2	4		4	E	ANG0406
ANG0507	TALLER : INVESTIGACIÓN DE MERCADOS GLOBALES			4	2	E	ANG0407 y ANG0401
	TOTAL	12	16	4	22		

SEXTO CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0601	LOGÍSTICA	2	2		3	E	ANG0501
ANG0602	VALORACIÓN ADUANERA	2	4		4	E	ANG0506
ANG0603	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA I	2	4		4	E	ANG0503
ANG0604	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	2	2		3	E	ANG0301
ANG0605	DERECHO EMPRESARIAL II	2	2		3	H	ANG0505
ANG0606	OPERACIONES AEROPORTUARIAS (E-L)	2	2		3	E	ANG0501
ANG0607	TALLER : EMBASES Y EMBALAJES			4	2	E	ANG0507
ANG0608	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (E-M)	2	2		3	E	ANG0401
	TOTAL	14	18	4	25		

SÉPTIMO CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0701	COSTOS, PRECIOS Y COTIZACIONES INTERNACIONALES	2	2		3	E	ANG0401 y ANGO403
ANG0702	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	2	4		4	E	ANG0601
ANG0703	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA II	2	2		3	E	ANG0603
ANG0704	GERENCIA DEL POTENCIAL HUMANO	2	4		4	E	ANG0604
ANG0705	DERECHO DEL COMERCIO INTERNACIONAL	2	2		3	I	ANG0605
ANG0706	COMPRAS GLOBALES (E-L)	2	2		3	E	ANG0606
ANG0707	TALLER : NEGOCIACIONES			4	2	E	ANG0607
ANG0708	GERENCIA DE PRODUCTO (E-M)	2	2		3	E	ANG0608
	TOTAL	14	18	4	25		

OCTAVO CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0801	E-BUSINESS	2	4		4	E	ANG0701
ANG0802	TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0702
ANG0803	ADMINISTRACIÓN ADUANERA	2	2		3	E	ANG0602
ANG0804	OPERACIONES BANCARIAS Y DE SEGUROS	2	4		4	E	ANG0703
ANG0805	NEGOCIACIONES COMERCIALES Y CONTRATOS INTERNACIONALES	2	2		3	E	ANG0705
ANG0806	OUTSOURCING INTERNACIONAL (E-L)	2	2		3	E	ANG0706
ANG0807	TALLER : EXPORTACIONES			4	2	E	ANG0707
ANG0808	POLÍTICA DE PRECIOS Y VENTAS GLOBALES (E-M)	2	2		3	E	ANG0708
	TOTAL	14	18	4	25		

NOVENO CICLO

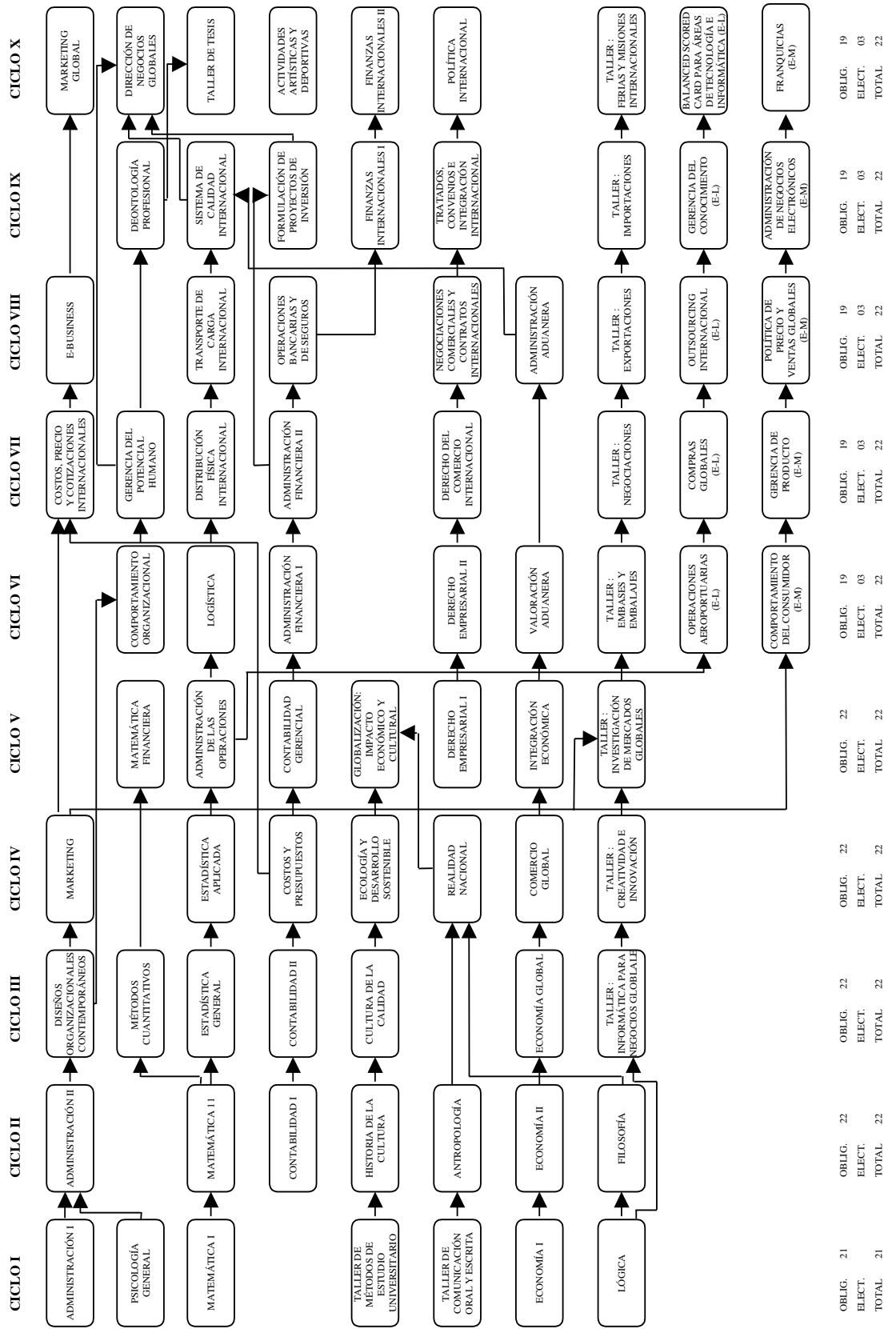
CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0901	SISTEMAS DE CALIDAD INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0802 y ANG0803
ANG0902	FINANZAS INTERNACIONALES I	2	4		4	E	ANG0804
ANG0903	FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	2	4		4	E	ANG0703
ANG0904	TRATADOS, CONVENIOS E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0805
ANG0905	DEONTOLOGÍA PROFESIONAL	2	2		3	E	ANG0704
ANG0906	GERENCIA DEL CONOCIMIENTO (E-L)	2	2		3	E	ANG0806
ANG0907	TALLER : IMPORTACIONES			4	2	E	ANG0807
ANG0908	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS (E-M)	2	2		3	E	ANG0808
	TOTAL	14	18	4	25		

DECIMO CICLO

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG1001	MARKETING GLOBAL	2	2		3	E	ANG0801
ANG1002	DIRECCIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES	2	2		3	E	ANG0901 y ANG0903 y ANG0704
ANG1003	FINANZAS INTERNACIONALES II	2	2		3	E	ANG0902
ANG1004	ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y DEPORTIVAS		4		2	H	
ANG1005	POLÍTICA INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0904
ANG1006	BALANCED SCORT CARD PARA ÁREAS DE TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA (E-L)	2	2		3	E	ANG0906
ANG1007	TALLER : FERIAS Y MISIONES INTERNACIONALES			4	2	E	ANG0907
ANG1008	FRANQUICIAS (E-M)	2	2		3	E	ANG0908
ANG1009	TALLER DE TESIS			4	2	E	ANG0905
	TOTAL	12	16	8	24		

ANEXO C

Maya Curricular para la Escuela Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales



ANEXO D

Distribución de asignaturas por Áreas de Formación Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales

ÁREA DE FORMACIÓN EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0101	ADMINISTRACIÓN I	2	4		4	E	
ANG0201	ADMINISTRACIÓN II	2	4		4	E	ANG0101 y ANG 0105
ANG0301	DISEÑOS ORGANIZACIONALES CONTEMPORÁNEOS	2	4		4	E	ANG0201
ANG0501	ADMINISTRACIÓN DE LAS OPERACIONES	2	4		4	E	ANG0402
ANG0604	COMPORTEAMIENTO ORGANIZACIONAL	2	2		3	E	ANG0301
ANG0704	GERENCIA DEL POTENCIAL HUMANO	2	4		4	E	ANG0604
ANG0908	ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS (E-M)	2	2		3	E	ANG0808
ANG1002	DIRECCIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES	2	2		3	E	ANG0901 y ANG0903 y ANG0704
	TOTAL	16	26	0	29		
ÁREA DE FORMACIÓN EN DERECHO PARA LOS NEGOCIOS GLOBALES							
CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0505	DERECHO EMPRESARIAL I	2	2		3	H	
ANG0605	DERECHO EMPRESARIAL II	2	2		3	H	ANG0505
ANG0705	DERECHO DEL COMERCIO INTERNACIONAL	2	2		3	I	ANG0605
ANG0805	NEGOCIACIONES COMERCIALES Y CONTRATOS INTERNACIONALES	2	2		3	E	ANG0705
ANG0904	TRATADOS, CONVENIOS E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0805
	TOTAL	10	10	0	15		
ÁREA DE FORMACIÓN EN ECONOMÍA							
CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO
ANG0106	ECONOMÍA I	2	2		3	E	
ANG0206	ECONOMÍA II	2	2		3	E	ANG0106
ANG0306	ECONOMÍA GLOBAL	2	2		3	E	ANG0206
ANG0506	INTEGRACIÓN ECONÓMICA	2	4		4	E	ANG0406
ANG0903	FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	2	4		4	E	ANG0703
	TOTAL	10	14	0	17		

ÁREA DE FORMACIÓN EN FINANZAS Y CONTABILIDAD									
CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO		
ANG0203	CONTABILIDAD I		4		2	E			
ANG0304	CONTABILIDAD II	2	2		3	C	ANG0203		
ANG0403	COSTOS Y PRESUPUESTOS	2	2		3	E	ANG0304		
ANG0503	CONTABILIDAD GERENCIAL	2	2		3	E	ANG0403		
ANG0603	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA I	2	4		4	E	ANG0503		
ANG0703	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA II	2	2		3	E	ANG0603		
ANG0804	OPERACIONES BANCARIAS Y DE SEGUROS	2	4		4	E	ANG0703		
ANG0902	FINANZAS INTERNACIONALES I	2	4		4	E	ANG0804		
ANG1003	FINANZAS INTERNACIONALES II	2	2		3	E	ANG0902		
	TOTAL	16	26	0	29				
ÁREA DE FORMACIÓN EN LOGÍSTICA									
CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO		
ANG0601	LOGÍSTICA	2	2		3	E	ANG0501		
ANG0702	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	2	4		4	E	ANG0601		
ANG0706	COMPRAS GLOBALES (E-L)	2	2		3	E	ANG0606		
ANG0802	TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0702		
ANG0806	OUTSOURCING INTERNACIONAL (E-L)	2	2		3	E	ANG0706		
ANG0906	GERENCIA DEL CONOCIMIENTO (E-L)	2	2		3	E	ANG0806		
ANG1006	BALANCED SCORT CARD PARA ÁREAS DE TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA (E-L)	2	2		3	E	ANG0906		
	TOTAL	14	16	0	22				
ÁREA DE FORMACIÓN EN MARKETING									
CÓDIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO		
ANG0401	MARKETING	2	4		4	E	ANG0301		
ANG0507	TALLER : INVESTIGACIÓN DE MERCADOS GLOBALES			4	2	E	ANG0407 y ANGO401		
ANG0608	COMPORTEAMIENTO DEL CONSUMIDOR (E-M)	2	2		3	E	ANG0401		
ANG0708	GERENCIA DE PRODUCTO (E-M)	2	2		3	E	ANG0608		
ANG0801	E-BUSINESS	2	4		4	E	ANG0701		
ANG0808	POLÍTICA DE PRECIOS Y VENTAS GLOBALES (E-M)	2	2		3	E	ANG0708		
ANG1001	MARKETING GLOBAL	2	2		3	E	ANG0801		
ANG1008	FRANQUICIAS (E-M)	2	2		3	E	ANG0908		
	TOTAL	14	18	4	25				

ÁREA DE LOS NEGOCIOS GLOBALES									
CODIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO		
ANG0406	COMERCIO GLOBAL	2	2		3	E	ANG0306		
ANG0602	VALORACIÓN ADUANERA	2	4		4	E	ANG0506		
ANG0606	OPERACIONES AEROPORTUARIAS (E-L)	2	2		3	E	ANG0501		
ANG0607	TALLER : EMBASES Y EMBALAJES			4	2	E	ANG0507		
ANG0701	COSTOS, PRECIOS Y COTIZACIONES INTERNACIONALES	2	2		3	E	ANG0401 y ANGO403		
ANG0707	TALLER : NEGOCIACIONES			4	2	E	ANG0607		
ANG0803	ADMINISTRACIÓN ADUANERA	2	2		3	E	ANG0602		
ANG0807	TALLER : EXPORTACIONES			4	2	E	ANG0707		
ANG0901	SISTEMAS DE CALIDAD INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0802 y ANG0803		
ANG0907	TALLER : IMPORTACIONES			4	2	E	ANG0807		
ANG1007	TALLER : FERIAS Y MISIONES INTERNACIONALES			4	2	E	ANG0907		
	TOTAL	12	14	20	29				

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA									
CODIGO	ASIGNATURA	T	P	TL	C	D	PRE REQUISITO		
ANG0102	MATEMÁTICA I	2	4		4	C			
ANG0103	TALLER DE MÉTODOS DE ESTUDIO UNIVERSITARIO			4	2	H			
ANG0104	TALLER DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA			4	2	H			
ANG0105	PSICOLOGÍA GENERAL	2	2		3	P			
ANG0107	LÓGICA	2	2		3	H			
ANG0202	MATEMÁTICA II	2	4		4	C	ANG0102		
ANG0204	HISTORIA DE LA CULTURA	2	2		3	H	ANG0103		
ANG0205	ANTROPOLOGÍA	2	2		3	H	ANG0104		
ANG0207	FILOSOFÍA	2	2		3	H	ANG0107		
ANG0302	ESTADÍSTICA GENERAL	2	4		4	C	ANG0202		
ANG0303	MÉTODOS CUANTITATIVOS	2	2		3	C	ANG0202		
ANG0305	CULTURA DE LA CALIDAD	2	2		3	E	ANG0204		
ANG0307	TALLER : INFORMATICA PARA NEGOCIOS GLOBALES			4	2	E	ANG0107		
ANG0402	ESTADÍSTICA APLICADA	2	4		4	C	ANG0302		
ANG0404	ECOLOGÍA Y DESARROLLO SOSTENIBLE	2	2		3	E	ANG0305		
ANG0405	REALIDAD NACIONAL	2	2		3	H	ANG0205 y ANGO207		
ANG0407	TALLER : CREATIVIDAD E INNOVACIÓN			4	2	E	ANG0307		
ANG0502	MATEMÁTICA FINANCIERA	2	2		3	C	ANG0303		
ANG0504	GLOBALIZACIÓN: IMPACTO ECONÓMICO Y CULTURAL	2	2		3	E	ANG0404 y ANGO405		
ANG0905	DEONTOLOGÍA PROFESIONAL	2	2		3	E	ANG0704		
ANG1004	ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y DEPORTIVAS	4	4		2	H			
ANG1005	POLÍTICA INTERNACIONAL	2	2		3	E	ANG0904		
ANG1009	TALLER DE TESIS			4	2	E	ANG0905		
	TOTAL	34	46	20	67				

ANEXO E

Sumillas de las asignaturas para la Escuela Académico-Profesional de Administración de Negocios Globales

I CICLO

ADMINISTRACIÓN I

Código del curso	:	ANG0101
Ciclo	:	I
Créditos	:	04
H. T.	:	02
H. P.	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Ninguno

SUMILLA

La asignatura es de formación básica, contiene los aspectos fundamentales de las teorías, escuelas y enfoques de la Administración, que constituyen la base del conocimiento de las ciencias administrativas, la temática del mismo permite el estudio de la teoría general de la administración y las diferentes corrientes del pensamiento administrativo.

MATEMÁTICA I

Código del curso	:	ANG0102
Ciclo	:	I
HT	:	2
HP	:	4
Créditos	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	No tiene

SUMILLA

La asignatura es de naturaleza eminentemente práctica, Incentiva al alumno a la formulación y solución de problemas, permitiendo desarrollar su capacidad creativa, además proporciona las bases teóricas y prácticas necesarias para desarrollar los tópicos del cálculo Diferencial e Integral. Comprende el siguiente temario: Lógica proposicional, Teoría de Conjuntos, Números Reales, Relaciones Binarias, Funciones de una Variable Real, Nociones de Geometría Analítica.

TALLER DE MÉTODOS DE ESTUDIO UNIVERSITARIO

Código del curso	:	ANG0103
Ciclo	:	I
HT	:	0
HP	:	04
Créditos	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	No tiene

SUMILLA

El taller desarrolla la capacidad de estudio y aprendizaje a través del conocimiento y práctica de técnicas de trabajo intelectual para el acceso, procesamiento, interpretación y comunicación de la información. Propicia el trabajo grupal y la aplicación del método científico para la elaboración de monografías académicas de nivel superior. Su temática se centra en desarrollar los métodos y técnicas de estudio: Estrategias cognitivas y metacognitivas para el aprendizaje, el manejo de las operaciones intelectuales en el trabajo académico, las técnicas para el desarrollo de la comprensión de lectura, las técnicas para el acceso y manejo de información vía Internet, el trabajo intelectual en acción: Qué es y cómo se elaboran composiciones, resúmenes y una monografía de nivel universitario.

TALLER DE COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

Código del curso	:	ANG0104
Ciclo	:	I
HT	:	0
HP	:	4
Créditos	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	No tiene

SUMILLA

La asignatura es un taller de carácter práctico, imparte conocimientos y técnicas para el manejo eficiente de la lengua en el plano de la oralidad y la escritura. El objetivo fundamental es desarrollar la habilidad comunicativa a través del uso del lenguaje con propiedad y corrección, tanto al hablar como al escribir. Los contenidos y actividades del taller son: el Análisis de textos de acuerdo con el sentido y propiedad de las construcciones sintagmáticas y paradigmáticas para expresarse lógicamente y coherentemente, la expresión oral: estructura y técnicas, prácticas de elocución. Requisitos de fondo y forma para una presentación exitosa ante un auditorio, la composición escrita: estructura, tipos y naturaleza. Prácticas de redacción de diversos tipos de comunicación, aplicación de las reglas generales de ortografía en forma permanente y continua.

PSICOLOGÍA GENERAL

Código del curso	:	ANG0105
Ciclo	:	I
HT	:	02
HP	:	02
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	No tiene

SUMILLA

La asignatura es de naturaleza Teórico-práctica, permite conocer, comprender y valorar la naturaleza científica del conocimiento psicológico, en la descripción y explicación del comportamiento humano desde el punto de vista cognitivo y afectivo, incidiendo en su objeto de estudio, sus métodos, campos de estudio y aplicaciones en las diversas actividades y ocupaciones humanas. Su contenido permite el desarrollo de los siguientes temas. Fundamentos sociales y biológicos del comportamiento, procesos cognitivos y comportamiento humano, procesos afectivos y comportamiento humano, la psicología y el desarrollo personal, la autoestima, la identidad de género, aplicaciones de la Psicología al mundo profesional, empresarial, familiar, en la universidad y la vida cotidiana. Visión multidisciplinaria del comportamiento humano.

ECONOMIA I

Código del curso	:	ANG0106
Ciclo	:	I
Créditos	:	0
HT	:	2
HP	:	2
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Ninguno

SUMILLA

La asignatura de carácter teórico práctico está orientada para analizar e interpretar las relaciones micro económicas y el comportamiento de las unidades económicas y comprende temas como la Teoría del Consumidor, así como sus reacciones frente al cambio de las variables de las que dependen sus decisiones, la teoría de la producción y el comportamiento de los productores o empresarios, relacionados a la toma de decisiones de cómo hacer un uso óptimo de los recursos productivos en la lógica racional de los empresarios; flujo de mercancías y servicios necesario para satisfacer las necesidades de la sociedad. Formación del precio de los bienes y servicios bajo la estructura de la competencia perfecta, bajo diferentes estructuras de mercado, bajo el enfoque marginalista.

LOGICA

Código del curso	:	ANG0107
Ciclo	:	I
HT	:	02
HP	:	02
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	No tiene

SUMILLA

La asignatura de naturaleza teórico práctica, desarrolla la capacidad de realizar inferencias estudiando los principios lógicos, las leyes de los razonamientos y su aplicación en el análisis y evaluación de inferencias. Estimula el aprendizaje de pensamientos formalmente válidos. Tiene como principal objetivo contar con los elementos de análisis para una evaluación integral de la comunicación argumental. Su contenido permite el estudio de la demostración deductiva y sus variantes, el análisis gramatical y análisis lógico del lenguaje ordinario, el estudio de los razonamientos por analogía e inductivos, las argumentaciones en la lógica proposicional, las falacias formales y retóricas: Casos. La argumentación demostrativa y la argumentación persuasiva el algoritmo en el procesamiento de desacuerdos.

II CICLO **ADMINISTRACIÓN II**

Código del curso	:	ANG0201
Ciclo	:	II
Créditos	:	04
HT	:	04
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Administración I

SUMILLA

La asignatura proporciona una visión global de la forma como hacer eficaces y eficientes a las organizaciones y los instrumentos relacionados al Proceso o Ciclo Administrativo, traducidas en la ejecución de las funciones principales, tales como: Planeación, Organización, Dirección y Control, para después correlacionarlos con experiencias concretas que los directivos y ejecutivos de diferentes organizaciones tienen actualmente. Su temática se centra en el estudio de La Administración en el entorno global, la responsabilidad social y ética de las organizaciones, La toma de decisiones gerenciales, la planeación estratégica; el diseño organizacional, la gestión del cambio organizacional, grupos, equipos y cultura organizacional, el liderazgo reflexivo, la Tecnología de la Información en el proceso de control.

MATEMÁTICA II

Código del curso	:	ANG0202
Ciclo	:	II
HT	:	02
HP	:	04
Créditos	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Matemática I

SUMILLA

La asignatura es de naturaleza teórico práctico y permite el estudio del concepto de límite de una función, la aplicación de los modelos matemáticos para resolver problemas de costos, ingresos y utilidades y las aplicaciones principales de las técnicas de integración en el cálculo de áreas y problemas económicos y financieros. Contiene los siguientes temas : Límites y Continuidad, Cálculo Diferencial, Aplicación, El Cálculo Integral , Aplicaciones

CONTABILIDAD I

Código del curso	:	ANG0203
Ciclo	:	II
HT	:	-
HP	:	04
Créditos	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	No tiene

SUMILLA

La asignatura de naturaleza práctica permite al alumno iniciarse en el estudio de las ciencias contables, comprende el análisis práctico de los fundamentos de la disciplina contable y del plan de contabilidad de aceptación general en las empresas, el uso y manejo de los documentos que sustentan operaciones contables y mercantiles y los libros auxiliares contables.

HISTORIA DE LA CULTURA

Código del curso	:	ANG0204
Ciclo	:	II
HT	:	02
HP	:	2
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Taller de Métodos de Estudios Universitario

SUMILLA

La asignatura ofrece una visión pormenorizada de la historia de la humanidad, desde el surgimiento de los primeros seres humanos hasta los tiempos contemporáneos presentes, para lo cual se utilizará la periodificación cultural universalmente conocida. Tendrá carácter comparativo y hará énfasis en los logros sociopolíticos, económicos, científicos y artísticos que se han sucedido a través del tiempo. Los tópicos de estudio son: la evolución humana, la edad antigua y sus distintas etapas, la edad media, la edad moderna, la edad contemporánea.

ANTROPOLOGÍA

Código del curso	:	ANG0205
Ciclo	:	II
HT	:	2
HP	:	2
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Taller de Comunicación Oral y Escrita

SUMILLA

La asignatura trata sobre el objeto y campo de estudio de la Antropología y su contribución en el entendimiento del ser humano y sus patrones culturales, prestará atención a la similitudes y diferencias culturales de los denominados pueblos "primitivos". Su temática permite el estudio de la Antropología, la Antropología Cultural, estudios clásicos de la Antropología Cultural, tendencias, escuelas, orientaciones, teorías de la Antropología, el rol de la Antropología en el Perú, la Antropología y su importancia en el mundo globalizado.

ECONOMIA II

Código del curso	:	ANG0206
Ciclo	:	II
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Economía I

SUMILLA

La asignatura de carácter teórico práctico, estudia el funcionamiento del sistema macroeconómico y las influencias de las políticas macroeconómicas en el ámbito real y financiero, desarrolla los siguientes aspectos: cuentas nacionales, renta, producción y el gasto, el dinero, la tasa de interés y el nivel de actividad, nivel de precios, nivel de producción, el mercado de trabajo, el comercio con el mundo y la economía digital.

FILOSOFÍA

Código del curso	:	ANG0207
Ciclo	:	II
HT	:	02
HP	:	02
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Lógica

SUMILLA

Por tratarse de una asignatura encaminada a la formación de una personalidad culta se propone, a través del examen de los grandes problemas de la filosofía, llegar a delimitar su naturaleza y características. Se mostrará la dinámica existente entre el pensamiento y el lenguaje a través de la lectura y comentario del texto filosófico. Se destaca la importancia de la filosofía en el análisis crítico de la situación contemporánea. Su contenido se centra en el estudio de La naturaleza del conocimiento filosófico, problemas fundamentales de la filosofía, análisis filosófico de la realidad contemporánea, filosofía empresa y los negocios globales.

III CICLO

DISEÑOS ORGANIZACIONALES CONTEMPORANEOS

Código del curso	:	ANGO301
Ciclo	:	III
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Administración II

SUMILLA

La asignatura es de carácter teórico y práctico y esta orientada a conocer las nuevas formas de estructurar las organizaciones para enfrentar con éxito la competencia global, por lo que en su temática se establece el desarrollo de los siguientes temas: Fuerzas globales en funcionamiento, Diseños nuevos para la ventaja doméstica, diseños organizacionales para la ventaja global, estrategia internacional y ajuste del diseño de la organización, diseños organizacionales para las operaciones globales.

ESTADISTICA GENERAL

Código del curso	:	ANG0302
Ciclo	:	II
HT	:	02
HP	:	04
Créditos	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Matemática II

SUMILLA

El Curso de naturaleza teórico-práctica, está diseñado para conocer los fundamentos de la estadística y sus aplicaciones en la solución de problemas prácticos, así como la utilización de los axiomas y teoremas del cálculo de probabilidades en situaciones reales. comprende los siguientes temas : Nociones Básicas, Distribución de Frecuencias, Medidas de posición, dispersión y de formación, Cálculo de Probabilidades, Variables aleatorias, Distribuciones especiales discretas.

MÉTODOS CUANTITATIVOS

Código del curso	:	ANG0303
Ciclo	:	III
HT	:	02
HP	:	02
Créditos	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Matemática II

SUMILLA

La asignatura ofrece los conocimientos teóricos y prácticos relacionados al uso de los métodos cuantitativos aplicando modelos determinísticos y probabilísticos, así como, el uso de la computadora para la solución de los problemas en los negocios. Su contenido se centra en el estudio de los fundamentos de los métodos cuantitativos, aplicaciones y construcción de modelos cuantitativos, programación lineal, aplicación de la herramienta Solver de Excel para solución de problemas de PL y PLE, árbol de decisiones y toma de decisiones de multinivel, modelos de inventarios, pronósticos: métodos cualitativos y cuantitativos, aplicaciones en Excel de regresión lineal y técnicas con serie de tiempo.

CONTABILIDAD II

Código del curso	:	ANG0304
Ciclo	:	III
HT	:	02
HP	:	02
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Contabilidad I

SUMILLA

La asignatura es de naturaleza teórico-práctico que comprende la enseñanza de la formulación de los Estados Financieros Básicos; aspectos legales tributarios y parcialmente contables relacionados con todos los tipos de sociedades mercantiles, Agencias y Sucursales, sus diferentes formas de Constitución; disolución, liquidación y extinción.

CULTURA DE LA CALIDAD

Código del curso	:	ANG0305
Ciclo	:	III
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Historia de la Cultura

SUMILLA

El curso es de formación básica y comprende el estudio de La cultura organizacional y personal, la calidad total, la mejora continua, la competitividad y la organización centrada en valores, así mismo desarrolla las estrategias de los gerentes eficaces y eficientes, las características de los gerentes transculturales, transaccionales y trascendentales así como las nuevas formas de dirección como son el trabajo en equipo, el empowerment, y el benchmarking.

ECONOMIA GLOBAL

Código del curso	:	ANGO306
Ciclo	:	III
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Economía II

SUMILLA

La asignatura proporciona las teorías, técnicas y herramientas necesarias que permitan analizar la política comercial y la operación en los mercados financieros internacionales. Así mismo analiza el sistema económico mundial, el proceso de la globalización, las crisis internacionales y su impacto en la economía nacional, la economía abierta, el comercio de uno, dos y tres sectores, el mercado de dinero, la oferta de divisas, el proteccionismo, los procesos de integración global, el comercio de servicios, el sistema monetario internacional y balanza de pagos.

TALLER: INFORMATICA PARA LOS NEGOCIOS GLOBALES

Código del curso	:	ANG0307
Ciclo	:	III
Créditos	:	02
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Lógica

SUMILLA

La asignatura es de carácter formativo y está orientada al desarrollo de habilidades en la utilización de programas informáticos que permitan al estudiante procesar información relacionada con los negocios globales, por lo tanto su temática básica contiene temas relacionados con los Sistemas operativos comerciales, , Windows, directorios, controladores, biblioteca de enlaces dinámicos, correo electrónico, procesador de textos Microsoft Word, hoja de cálculo Excel, presentaciones efectivas de alto impacto con PowerPoint, bases de datos con Microsoft Access, Internet , buscadores, diseño web.

IV CICLO

MARKETING

Código del curso	:	ANG0401
Ciclo	:	IV
HT	:	02
HP	:	04
Créditos	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Diseños Organizacionales Contemporaneos.

SUMILLA

El curso de formación especializada está orientado para dar a conocer los conceptos e instrumentos básicos de la mercadotecnia en la formulación de estrategias de mercadeo, en una economía globalizada y altamente competitiva, comprende los siguientes temas : Fundamentos y valoración social de la mercadotecnia, sistemas de la mercadotecnia, cambios en los conceptos de marketing. Tendencias actuales de esta disciplina. El medio ambiente del mercado peruano, el proceso de planeamiento estratégico de la empresa y el programa de marketing. Niveles de las estrategias casos de aplicación. Tipos de estrategias - Problemas, medida del tamaño del mercado. La demanda potencial y el pronóstico de la demanda. Principales estrategias de productos de canales de distribución, de promoción y de precios. El plan de marketing y sus aplicaciones en empresas peruanas.

ESTADISTICA APLICADA

Código del curso	:	ANG0402
Ciclo	:	IV
HT	:	02
HP	:	04
Créditos	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Estadística General

SUMILLA

El curso de naturaleza teórico práctico, esta orientado a proporcionar al alumno las herramientas estadísticas- matemáticas para realizar inferencias a partir de una muestra que le permita tomar decisiones empresariales minimizando los riesgos, comprende los siguientes temas *Distribuciones continuas - Vector Aleatorio - Teoría del muestreo .- Estimación de Parámetros.- Prueba de Hipótesis.- Análisis de Varianza.- Análisis de Regresión y Correlación .énfasis en el estudio de las distribuciones binomial y normal, así mismo, se discuten casos prácticos de las distintas técnicas de muestreo estadístico sobre la base de la muestra se infieran resultados confiables sobre las características de una población.*

COSTOS Y PRESUPUESTOS

Código del curso	:	ANGO403
Ciclo	:	IV
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Contabilidad II

SUMILLA

La asignatura es de naturaleza teórico práctica y proporciona los instrumentos necesarios para elevar la eficiencia y eficacia de las organizaciones, mediante la toma de decisiones oportunas, utilizando técnicas especializadas de costos y presupuestos, por lo tanto los temas básicos relacionados con el curso son la relación entre Costos Beneficios y Volúmenes de Actividades, Sistema de Acumulación y Reparto de Costos - Costos por Pedido y Costos por Proceso - Centro de Costos, Estándares y Desviaciones, Sistema de Costos Estándar, los Objetivos de la Contabilidad de Costos, Información contable de Decisiones de Explotación y de Inversión, Sistema de Costos ABC , la naturaleza del presupuesto, tipos de presupuestos, técnicas para la elaboración de presupuestos.

ECOLOGIA Y DESARROLLO SOSTENIBLE

Código del curso	:	ANGO0404
Ciclo	:	II
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Cultura de la Calidad

SUMILLA

La asignatura comprende el estudio del sistema social y su interrelación con la naturaleza, el impacto de la economía en el medio ambiente, el análisis de los convenios internacionales aprobados o derivados de las cumbres mundiales de la tierra y su incidencia en la elaboración de políticas medioambientales a escala global y nacional, adicionalmente describe las estrategias de las empresas ante la política medioambiental, y como esta influye en el intercambio global a nivel político, cultural, comercial, económico y financiero. Su temática básica se relaciona con el fenómeno de la globalización, la sociedad del conocimiento, el impacto ambiental, el sistema de ISO 14000 y la gerencia del medioambiente.

REALIDAD NACIONAL

Código del curso	:	ANG0405
Ciclo	:	IV
HT	:	02
HP	:	02
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Antropología y Filosofía

SUMILLA

La Asignatura de naturaleza Teórico-práctica, propicia el conocimiento y valoración crítica de la realidad nacional desde sus orígenes hasta la actualidad, así como la comprensión del comportamiento de la sociedad peruana a través de la historia y su relación con la esfera mundial. Su temática permite el estudio de los siguientes tópicos: La multiculturalidad peruana, análisis e interpretación de indicadores estadísticos, la globalización y la identidad, demografía y espacio territorial, salud, educación y vialidad, la crisis y la violencia en la década del ochenta, el agro y la industria en el Perú, influencia de los modelos económicos en el desarrollo de la sociedad. Democracia y ciudadanía en el Perú

COMERCIO GLOBAL

Código del curso	:	ANGO406
Ciclo	:	IV
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Economía <i>Global</i>

SUMILLA

La asignatura presenta los fundamentos del comercio global, su operatividad y problemática, los mecanismos reguladores, los factores que influyen en la actividad empresarial dedicada a los negocios globales y su influencia en el desarrollo de las naciones, su programa permite desarrollar temas como la naturaleza del comercio global, políticas de comercio internacional y global, mecanismos para arancelarios, la actividad comercial en el mundo, los incoterms, factores distorcionadores en el comercio global, la Organización Mundial del Comercio (OMC) y su influencia en el comercio entre las naciones y La comercialización de productos y servicios con los principales bloques comerciales del mundo.

TALLER : CREATIVIDAD E INNOVACION

Código del curso	:	ANGO407
Ciclo	:	IV
Créditos	:	02
HT	:	0
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Informática para Negocios Globales.

SUMILLA

El taller tiene una naturaleza práctica y está orientado a desarrollar habilidades del pensamiento creativo e innovador del estudiante, que le permita plantear soluciones innovadoras a los diversos problemas que se presentan en la organización , así como formular y elaborar objetivos y estrategias, únicas, impactantes y trascendentes que fomenten el desarrollo de organizaciones creativas dedicadas a los negocios globales.

El contenido del taller está orientado a desarrollar aspectos creativos del trabajo del administrador, la personalidad creativa, los paradigmas de la creatividad, el pensamiento lateral, las características de la organización creativa, las técnicas para la creatividad, la naturaleza de la innovación. Las herramientas creativas para apoyar el cambio y la innovación.

V CICLO

ADMINISTRACIÓN DE LAS OPERACIONES

Código del curso	:	ANG0501
Ciclo	:	v
HT	:	02
HP	:	04
Créditos	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Estadística Aplicada

SUMILLA

La asignatura es de naturaleza teórica –práctica y de formación especializada, está orientada al análisis del ámbito operacional de las organizaciones, sea esta una organización de servicios, productiva o de transformación. Comprende los siguientes temas: La Función, las estrategias y el enfoque de sistemas de la gestión de operaciones, indicadores de productividad, las técnicas de dirección, el estudio de métodos y la medición del trabajo, localización, pronósticos, diseño, capacidad y distribución de instalaciones, elementos de administración de inventarios, diseño de las operaciones de servicios, planeamiento de requerimiento de materiales, manufactura Justo a Tiempo. Aplicaciones de la calidad total en las operaciones.

MATEMÁTICA FINANCIERA

Código del curso	:	ANG0502
Ciclo	:	V
HT	:	02
HP	:	02
Créditos	:	03
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Métodos Cuantitativos.

SUMILLA

La asignatura de naturaleza teórico práctica permitir que el alumno conozca las técnicas financieras que se aplican en la evaluación de proyectos, administración de proyectos, y en la toma de decisiones para optimizar las diferentes operaciones financieras, comprende los siguientes temas : El Análisis Financiero - Temas de Interés Simple, Compuesto - Descuento racional y comercial- Operaciones de Mercado Financiero, Rentas temporales, rentas ciertas, rentas perpetuas- Depreciación - Sistemas de Amortización . Aplicaciones en la hoja de cálculo Excel.

CONTABILIDAD GERENCIAL

Código del curso	:	ANG0503
Ciclo	:	V
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Costos y Presupuestos

SUMILLA

La asignatura proporciona las herramientas necesarias para entender, analizar y utilizar correctamente la información contable en la toma de decisiones de la gestión empresarial, también permite el análisis de los estados financieros, la determinación de la situación financiera presente y pasada, y los resultados de las operaciones de una empresa para establecer las mejores estimaciones de los resultados futuros. La asignatura tratará los siguientes tópicos: Los estados financieros y la contabilidad gerencial, estructura financiera, análisis de los estados financieros, medición financiera básica, la planificación financiera y el control de la gestión, los presupuestos y control de utilidades, contabilidad gerencial en los negocios globales.

GLOBALIZACIÓN: IMPACTO ECONOMICO Y CULTURAL

Código del curso	:	ANG0504
Ciclo	:	V
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Ecología y Desarrollo Sostenible y Realidad Nacional

SUMILLA

La asignatura de naturaleza teórico – práctica esta orientada al estudio integral del fenómeno de la globalización, y su influencia en el desarrollo económico y cultural de las personas, empresas y naciones, su contenido permite conocer los orígenes de la globalización, su naturaleza y características, el triángulo de la globalización, ventajas y desventajas, impacto económico social y cultural en las naciones, influencia en el desarrollo de los negocios globales, tendencia futuras de la globalización.

DERECHO EMPRESARIAL I

Código del curso	:	ANGO505
Ciclo	:	V
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	ninguno

SUMILLA

La asignatura establece un análisis teórico y práctico de los fundamentos del derecho, aplicados al desarrollo empresarial, con orientación a los negocios globales, por lo que el contenido del curso desarrolla temas de los principios del derecho, el acto jurídico, el análisis del código civil, relacionados con el régimen económico, las personas jurídicas, los derechos reales, las obligaciones, los contratos,, así mismo incluye en su temática, temas del código penal referidos a los delitos económicos.

INTEGRACION ECONOMICA

Código del curso	:	ANGO506
Ciclo	:	V
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Comercio GLOBAL

SUMILLA

La asignatura proporciona un marco teórico respecto a los procesos de integración económica y su influencia en los intercambios comerciales y flujos de capitales en un mundo globalizado, para que el estudiante identifique oportunidades de negocios y analice la factibilidad de establecer relaciones comerciales, con los principales bloques comerciales del mundo, amparados en los diferentes tratados o acuerdos comerciales que existen El contenido del curso permite desarrollar temas relacionados la Integración Económica y principales procesos de integración: teorías y enfoques con los principales bloques económicos del mundo, conformación de bloques comerciales, acuerdo general sobre aranceles y comercio (AC) y la organización mundial de comercio (OMC), globalización económica y sus bloques de comercio internacionales, el comercio internacional peruano con los principales bloques económicos regionales y sub regionales.

TALLER: INVESTIGACION DE MERCADOS GLOBALES

Código del curso	:	ANG0507
Ciclo	:	V
Créditos	:	02
HT	:	0
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Marketing y Taller: Creatividad e Innovación

SUMILLA

La asignatura de naturaleza práctica, permite el aprendizaje de técnicas cuantitativas y cualitativas para detectar las tendencias del mercado internacional y global, así como identificar las preferencias de los consumidores de culturas diversas, que permita a la gerencia de marketing elaborar estrategias para la administración efectiva de su mix- comercial. Su contenido permite desarrollar métodos para el diseño de la investigación, la determinación de la fuente de datos, el plan de muestreo y recolección de datos, el análisis de los mismos, la utilización de softwares para el procesamiento de la información y la presentación de los resultados de la investigación.

VI CICLO

LOGISTICA

Código del curso	:	ANG0601
Ciclo	:	VI
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Administración de las Operaciones

SUMILLA

La asignatura de naturaleza teórico práctica ofrece una concepción integral de un sistema logístico, sus técnicas y métodos para dar soporte a las operaciones de la empresa en el manejo y control de inventarios, almacenes, transporte y mantenimiento de insumos, productos y equipos. Su contenido permite la enseñanza de temas relacionados con la administración logística, importancia de la logística en el desarrollo de la estrategia empresarial, determinación de los sistemas de compras e inventarios, técnicas para el planeamiento y control de inventarios. Los sistemas de almacenaje y manipulación de materiales. El sistema de mantenimiento y de transporte.

VALORACIÓN ADUANERA.

Código del curso	:	ANG0602
Ciclo	:	VI
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Integración Económica

SUMILLA

La asignatura es de carácter teórico práctico y permite identificar , analizar y comprender la clasificación aduanera, así mismo establece las bases para determinar el valor tomando en cuenta las nomenclaturas de tipo polivalente y de carácter internacional, y cumpliendo la normatividad y los aspectos doctrinarios de la definición del valor que se conoce en los sistemas aduaneros internacionales. La temática del curso comprende el estudio de los sistemas de designación y codificación de mercancías, las técnicas de clasificación, , las reglas de clasificación arancelaria, normas sobre valoración aduanera, las reglas generales interpretativas y el sistema armonizado de la región, el marco teórico y los sistemas de valoración aduanera, la definición de valor, la declaración de valor en aduanas y el acuerdo del valor del GATT/OMC.

ADMINISTRACION FINANCIERA I

Código del curso	:	ANG0603
Ciclo	:	VI
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Contabilidad Gerencial

SUMILLA

Es una asignatura de formación teórica práctica y está orientada a conocer y aplicar las modalidades y fuentes de financiamiento a corto plazo y su adecuada administración, así mismo analizar la función financiera, el sistema financiero, los mercados activos, el valor del dinero en el tiempo y la administración del capital de trabajo. Su temática comprende el estudio de los *principios de la administración financiera, el sistema financiero nacional e internacional, mercados activos financieros, el valor del dinero en el tiempo, administración de la liquidez y activos circulantes, financiamiento de corto y mediano plazo.*

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

Código del curso	:	ANG0604
Ciclo	:	VI
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Diseños Organizacionales Contemporáneos

SUMILLA

La asignatura brinda a los alumnos, la posibilidad de analizar y comprender el factor humano, elemento clave en el desarrollo y funcionamiento de la organización, mediante el estudio del comportamiento individual y de equipo. Además proporciona los instrumentos para elaborar un modelo de comportamiento organizacional, con el propósito de identificar los factores que influyen en la productividad de los individuos en las organizaciones. La asignatura tratará los siguientes tópicos: El factor humano en la empresa y el comportamiento organizacional, el comportamiento individual, el comportamiento grupal y de equipo, el comportamiento estructural, el liderazgo, el poder y la política, la comunicación y la influencia interpersonal, conflicto y negociación, la cultura organizacional y el cambio organizacional

DERECHO EMPRESARIAL II

Código del curso	:	ANG0605
Ciclo	:	VI
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Derecho Empresarial I

SUMILLA

La asignatura proporciona los fundamentos doctrinarios de la Legislación laboral y tributaria, que las organizaciones vinculadas a los negocios globales deben conocer para facilitar el cumplimiento de sus propósitos, está orientada para conocer las fuentes y principios del derecho del trabajo y los aspectos más importante de la legislación laboral nacional e internacional, así mismo comprende el análisis de los fundamentos de la doctrina tributaria y su aplicación en los negocios globales.

OPERACIONES AEROPORTUARIAS

Código del curso	:	ANG0606
Ciclo	:	VI
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Administración de las Operaciones

SUMILLA

La asignatura proporciona un marco teórico y metodológico para entender a las operaciones aeroportuarias como parte de un sistema integral de soporte a los negocios globales, por lo tanto su temática está orientada al estudio de la administración de puertos y aeropuertos en el mundo, el servicio que ofrecen, las modalidades de administración que existen, la operatividad aeroportuaria, los equipos que utilizan y al análisis de las convenciones y tratados internacionales que regulan el funcionamiento de los puertos y aeropuertos..

TALLER: ENVASES Y EMBALAJES

Código del curso	:	ANG0607
Ciclo	:	VI
Créditos	:	03
HT	:	0
HP (Taller)	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Taller: Investigación de Mercados Globales

SUMILLA

La asignatura proporciona al estudiante los conocimientos técnicos referido a los envases, embalajes, etiquetado y los medios facilitantes de la distribución física internacional, principalmente para la exportación, resaltando los materiales usados; la importancia del diseño de los envases y embalajes no sólo por las funciones intrínsecas de proteger, porcionar, contener sino más aún como parte de desarrollo del producto y estrategia de marketing, se enfatizará a las reglamentaciones internacionales de los mercados internacionales referido a la protección de la salud, seguridad medioambiental, ecológica etc. por tipos de productos y materiales usados.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Código del curso	:	ANG0608
Ciclo	:	VI
Créditos	:	03
HT	:	02
HP (Taller)	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Marketing

SUMILLA

La asignatura es de naturaleza teórico-práctica, permite analizar e investigar las actividades de los individuos relacionadas con el consumo, describe las razones para el desarrollo del comportamiento del consumidor como disciplina académica y como ciencia aplicada, analiza la importancia de la investigación del comportamiento del consumidor, las influencias personales y de grupo que afectan sus decisiones de consumo. Su temática permite el estudio de la diversidad del comportamiento del consumidor, la investigación del consumidor, el consumidor como individuo, los consumidores y sus entornos sociales y culturales, el proceso de toma de decisiones del consumidor y el comportamiento del consumidor y la sociedad

VII CICLO

COSTOS, PRECIOS Y COTIZACIONES INTERNACIONALES

Código del curso	:	ANG0701
Ciclo	:	VII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Marketing y Costos y Presupuestos

SUMILLA

La asignatura de naturaleza práctica tiene como propósito desarrollar las habilidades en el manejo de los métodos y técnicos para efectuar cálculos de los costos, la fijación de precios de exportación y la utilización de formas apropiadas para la presentación y evaluación de la cotización de bienes y servicios. Su contenido prioriza el estudio del proceso de exportación, el análisis del producto/mercado y los incoterms para la exportación, cálculo de costos, seguros, transporte, precios y cotizaciones, análisis, clasificación, negociación y competitividad de las cotizaciones en el ámbito internacional., financiamiento, medios de pago y control de la actividad comercial internacional.

DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

Código del curso	:	ANG0702
Ciclo	:	VII
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Logística

SUMILLA

La asignatura de carácter teórico práctico, proporciona las técnicas que permiten establecer la cadena de valor apropiada para el manejo eficaz y eficiente de la carga en los procesos de importación y exportación, con el propósito de que se convierta en el mejor soporte para el desarrollo de las actividades comerciales globales. Comprende los siguientes temas: Fundamentos de la logística de entrada y salida internacional, manejo de carga, unitarización para la distribución Física Internacional, clasificación de carga a transportar, mecanismos de unitarización de carga para el comercio internacional de mercancías, clasificación de costos durante DFI, metodología de ITC/UNCTAD de la DFI.

ADMINISTRACION FINANCIERA II

Código del curso	:	ANG0703
Ciclo	:	VII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Administración Financiera I

SUMILLA

La asignatura desarrolla aspectos de la gerencia financiera relacionados con la estructura financiera, decisiones de financiamiento y política de dividendos, manejo de técnicas y modelo del planeamiento financiero y sus lineamientos de control. Su contenido permite el estudio de los siguientes temas: El manejo de portafolios, La inversión en activos fijos, criterios de selección de inversiones, financiamiento de mediano y largo plazo, el riesgo en las finanzas, estructura de capital y política de dividendos, valoración de empresas e instrumentos financieros, administración financiera internacional, fusiones, adquisiciones.

GERENCIA DEL POTENCIAL HUMANO

Código del curso	:	ANG0704
Ciclo	:	VI
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Comportamiento Organizacional

SUMILLA

siguiente tópicos La asignatura es de formación profesional especializada, y está orientada a conocer las políticas y estrategias que permiten establecer una óptima relación entre los trabajadores y la empresa, contiene los: Naturaleza de la gerencia del Potencial Humano, Descripción y Análisis de Puestos, Reclutamiento y Selección del Potencial Humano, Reclutamiento y selección a través del Internet: e-recruiting, Capacitación y Promoción de Personal, Coaching, Mentoring, Evaluación de Desempeño, Administración de Sueldos y Salarios. La seguridad en el trabajo. Las Relaciones laborales. El clima laboral. Las negociaciones y el Convenio Colectivo, Tendencias de Gestión del Potencial Humano.

DERECHO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Código del curso	:	ANG0705
Ciclo	:	VII
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Derecho Empresarial II

SUMILLA

La asignatura es de formación profesional especializada y proporciona el marco jurídico en el cual se desarrolla el intercambio de bienes y servicios a nivel global, por lo que su temática permite el análisis de los siguientes tópicos: Fundamentos del derecho internacional privado, reglas de la OMC vinculados a los negocios internacionales: reglas aplicables al comercio de mercancías del GATT 94, medidas de salvaguarda, medidas compensatorias y antidumping, reglas aplicables al comercio de servicios: Reglas de UNCITRAL e UNIDROIT, UNUDMI, reglamentaciones de ITC/UNCTAD y OEA, regulaciones internacionales a través de tratados y convenios.

COMPRAS GLOBALES

Código del curso	:	ANG0706
Ciclo	:	VII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Operaciones Aeroportuarias

SUMILLA

La asignatura de naturaleza práctica prepara a los estudiantes para el manejo gerencial de las compras globales, utilizando técnicas avanzadas de gestión que permiten superar los retos de mercados altamente competitivos y globalizados, su temática permite el estudio de tópicos relacionados con el planeamiento de las compras globales, identificación y criterios de selección de proveedores globales, estrategias y tácticas de negociación con proveedores, servicios logísticos de abastecimientos, adquisiciones de bienes de capital, bienes de consumo, compra de servicios, Supply Chain Management, Administración de inventarios y manejo de stock, La organización del área de compras, Análisis costo y precio, sus beneficios y aplicación en la adquisición de materiales.

TALLER: NEGOCIACIONES

Código del curso	:	ANG0707
Ciclo	:	VII
Créditos	:	02
HT	:	0
HP (Taller)	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Taller: Embases y Embalajes

SUMILLA

El taller de carácter práctico está orientado para desarrollar habilidades negociadoras en situaciones de alta dificultad, por la complejidad que representan en un mundo globalizado, las negociaciones comerciales, por lo que su temática permite el aprendizaje de las diferentes estrategias de negociación a través de casos prácticos.

GERENCIA DE PRODUCTO

Código del curso	:	ANG0708
Ciclo	:	VII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Comportamiento del Consumidor

SUMILLA

La asignatura de naturaleza teórico práctico permite a los estudiantes comprender los procesos de gestión y desarrollo de productos – servicios, detectar oportunidades de mercado para nuevos productos y monitorear las variables relevantes, para el éxito de una marca de producto o servicio. Contiene los siguiente temas: Análisis estratégico del mercado global, análisis estratégico del producto, análisis del portafolio de productos, análisis financiero del portafolio, estrategias de desarrollo de nuevos productos y servicios globales

VIII CICLO

E. BUSSINES

Código del curso	:	ANG0801
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Costos, Precios y Cotizaciones Internacionales

SUMILLA

La asignatura de carácter práctico permite que los estudiantes pueden entender el funcionamiento de los diversos modelos de e-bussines a través del análisis de negocios que se desarrollan por la internet, su influencia en el desarrollo de nuevas formas de negocios, trabajo y la identificación de necesidades y servicios de la comunidad. Las claves del éxito en el e-bussines, estrategias de venta así como medios de pago seguros. Su temática básica es la siguiente: La venta a distancia y la estrategia digital, modelos de negocios básicos. Desarrollo de estrategias y aplicaciones de e-bussines en B2B y B2C, estrategias de marketing en el Web, marketing one-to-one, marketing directo. Plataforma de e-bussines , supply chain managment, e-procurement. El marketing operativo aplicativo al comercio electrónico. Pagos a través de la red: prepago, pago diferido, pago inmediato.

TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL

Código del curso	:	ANG0802
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Distribución Física Internacional

SUMILLA

La asignatura proporciona las técnicas respecto de la actividad operativa del transporte internacional para diseñar e implementar estrategias integrales que permitan a los alumnos, elegir los medios de transporte más adecuados para optimizar la cadena de distribución física internacional.. Su contenido permite la enseñanza de los siguiente temas: Logística del comercio internacional, manejo de carga, documentos, procedimientos, contratos, principales servicios de los medios de transporte: transporte marítimo de commodities, transporte marítimo de carga general, transporte aéreo, transporte terrestre, operaciones en terminales portuarios y aeroportuarias: aspectos jurídicos de transporte internacional,

ADMINISTRACION ADUANERA

Código del curso	:	ANG0803
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Valoración Aduanera

SUMILLA

La asignatura está diseñada para desarrollar el proceso de la gestión aduanera, y el marco jurídico y normativo en el que desenvuelve, de tal manera que los alumnos desarrollen el conocimiento práctico del comercio exterior a través de las aduanas. Se estudia el planeamiento, organización, políticas de dirección y control de las aduanas, los regímenes aduaneros de perfeccionamiento activo, regímenes temporales, regímenes definitivos, regímenes suspensivos, operaciones aduaneras, normas legales vinculados a destinos aduaneros especiales, rancho de nave, menaje de casa, mensajería internacional, ingreso/salida de/a ferias internacionales, despacho simplificado, Duty Free, ingreso/salida de contenedores, regulaciones sobre delitos e infracciones aduaneras, mecanismos de fiscalización aduanera, reclamaciones aduaneras.

OPERACIONES BANCARIAS Y DE SEGUROS

Código del curso	:	ANG0804
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Administración Financiera II

SUMILLA

La asignatura está estructurada para conocer las estrategias de inversión, financiamiento y riesgo a través del sistema bancario y de seguros y su incidencia en los negocios globales. Su temática comprende el estudio de la dinámica del sistema bancario y de seguros, productos financieros que ofrece el sistema bancario, indicadores de riesgo para las instituciones financieras, criterios para la clasificación y evaluación de riesgos, tipos de seguros que se emplean en los negocios internacionales, modalidades de financiamiento del comercio internacional.

NEGOCIACIONES COMERCIALES Y CONTRATOS INTERNACIONALES

Código del curso	:	ANG0805
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Derecho del Comercio Internacional

SUMILLA

La asignatura de carácter práctico proporciona las técnicas y formas de negociaciones y contratos internacionales con el propósito de desarrollar la habilidad negociadora dentro del contexto de un mercado globalizado. Comprende el estudio de la negociación comercial, sus aspectos económicos, sociales, políticos y culturales, la ética en la negociación. estrategias de negociación, el proceso de la negociación intercultural, etapas de la negociación, tácticas de negociación, contratación internacional: tratados, convenciones, contratos relacionados a los negocios globales, contratos celebrados por ordenador.

OUTSOURCING INTERNACIONAL

Código del curso	:	ANG0806
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Compras Globales

SUMILLA

La asignatura presenta la manera como las organizaciones mantienen las actividades claves y subcontrata otras funciones de manera externa, para ser realizadas por empresas o personas independientes ubicadas en distintos países, desarrollándose una relación mediante contactos electrónicos básicamente, además presenta el funcionamiento de esta actividad y cómo influye en el crecimiento y operatividad de los negocios globales. Su temática permite el estudio de la naturaleza del outsourcing, sus orígenes, sus características, las estrategias del outsourcing, el manejo electrónico del outsourcing, el outsourcing de manufacturas, de ventas, logístico, financiero, etc.

TALLER : EXPORTACIONES

Código del curso	:	ANG0807
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	02
HT	:	0
HP (Taller)	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Taller: Negociaciones

SUMILLA

El taller está diseñado para que a su culminación, el alumno sea capaz de realizar la exportación de un producto o servicio tomando en cuenta las características de los diferentes mercados internacionales y aplicando todas las técnicas y procedimientos que se usan para realizar tan importante operación,. El contenido del curso se centra en simular la realización en equipo de un proceso integral de exportación.

POLÍTICA DE PRECIOS Y VENTAS GLOBALES

Código del curso	:	ANG0808
Ciclo	:	VIII
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Gerencia de Producto

SUMILLA

La asignatura esta estructurada para dar a conocer los lineamientos y herramientas que se emplean para elaborar el plan estratégico de ventas globales y el diseño de políticas que orienten la toma de decisiones, en mercados globalizados, su contenido abarca temas relacionados con la función de ventas, la organización e innovación en los procedimientos de ventas, diseño de territorios y optimización de los tiempos, negociaciones y relaciones, administración de la calidad en las ventas, creación de un sistema de información de ventas y automatización de la fuerza de ventas, determinación de estrategias de precios para ventas globales técnicas especializadas para la determinación de precios en mercados globales.

IX CICLO

SISTEMAS DE CALIDAD INTERNACIONAL

Código del curso	:	ANG0901
Ciclo	:	IX
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Transporte de Carga Internacional y Administración Aduanera

SUMILLA

La asignatura presenta una síntesis completa de los sistemas de calidad internacional utilizados en la operatividad de los negocios, y la importancia que tienen en el desarrollo eficiente de los mismos. Su temática permite el estudio de la administración de la calidad total, los sistemas de calidad internacional: normas ISO 9000, ISO 14000, ISO 18000, sistemas HACCP, EKO SKAL, punto verde.

FINANZAS INTERNACIONALES I

Código del curso	:	ANG0902
Ciclo	:	IX
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Operaciones Bancarias y de Seguros

SUMILLA

La asignatura brinda al alumno un conocimiento teórico práctico sobre el sistema financiero y monetario internacional y cuáles pueden ser sus incidencias en los negocios globales, permite el estudio de La globalización financiera, las nuevas tendencias de financiamiento en el mercado internacional, reformas estructurales, sistemas monetario internacional, fondo monetario internacional, banco mundial, banco interamericano de desarrollo, corporación andina de fomento, mercados financieros, mercado de dinero, mercado de divisas, mercado de derivados.

FORMULACION DE PROYECTOS DE INVERSION

Código del curso	:	ANG0903
Ciclo	:	IX
Créditos	:	04
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Administración Financiera II

SUMILLA

La asignatura proporciona la metodología para elaborar un proyecto de inversión utilizando las técnicas de la pre-inversión, implementación, operación y justificación financiera, dentro de las políticas del desarrollo nacional y de los negocios globales. La asignatura es de naturaleza teórico práctica y comprende el estudio de la selección de la idea del proyecto, el estudio de mercado, ingeniería, tecnología, localización, tamaño, inversión financiamiento y evaluación integral del proyecto. Utilización de softwares como soporte técnico para la elaboración del proyecto, formulación de un proyecto de inversión para la exportación de productos peruanos, con valor agregado.

TRATADOS, CONVENIOS E INTEGRACIÓN INTERNACIONAL

Código del curso	:	ANG0904
Ciclo	:	IX
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Negociaciones Comerciales y Contratos Internacionales

SUMILLA

La asignatura proporciona un marco general de los tratados y convenios internacionales en los cuales el Perú tiene participación, y de las diversas formas de integración económica y política que se desarrollan en el proceso de la globalización y como tales importantes instrumentos facilitan la toma de decisiones para optimizar la operatividad del comercio global. Su temática comprende el estudio de la naturaleza e importancia de los tratados y su relación con la legislación aduanera, tratados bilaterales, tratados multilaterales, procesos de integración más importantes de la región y del mundo.

DEONTOLOGIA PROFESIONAL

Código del curso	:	ANG0905
Ciclo	:	IX
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Gerencia del Potencial Humano

SUMILLA

El curso propone el estudio y análisis crítico del comportamiento ético de los hombres de negocios y empresas más importantes del mundo, para que el alumno valore la importancia de una actitud ética y moral en el logro del éxito empresarial. La asignatura de naturaleza teórico práctica comprende los siguientes temas: Definición de la deontología, concepto de ética, concepto de moral, fuentes de la moral, el código moral de las profesiones, el administrador en negocios globales y la práctica de valores en el desempeño de la profesión, la ética en los negocios globales, la responsabilidad social de las organizaciones de clase mundial, la ética profesional y social hacia una cultura empresarial ética. Estudio de casos de empresas multinacionales que fracasaron por incumplir las normas éticas de los negocios.

GERENCIA DEL CONOCIMIENTO

Código del curso	:	ANG0906
Ciclo	:	IX
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Outsourcing Internacional

SUMILLA

La asignatura centra su análisis en los diferentes componentes del conocimiento y cómo se pueden manejar desde una perspectiva estratégica, organizacional y tecnológica, para obtener beneficios específicos y ventajas diferenciales al competir. Su contenido se centra en el estudio de los elementos que afectan e influyen en el desarrollo de la gerencia del conocimiento, la generación de conocimiento competitivo y organizacional, el capital intelectual, inteligencia corporativa e inteligencia de negocios, el software del conocimiento (Knoware), Knowledge management en entornos competitivos: War Room & Competitive Intelligence, la cultura del conocimiento, como liderar una organización basada en el conocimiento, creación de valor.

TALLER : IMPORTACIONES

Código del curso	:	ANG0907
Ciclo	:	IX
Créditos	:	02
HT	:	0
HP (Taller)	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Taller: Exportaciones

SUMILLA

El Taller permite el aprendizaje práctico de una operación de importación, en el cual los alumnos participarán como agentes importadores y podrán aplicar todos los conocimientos adquiridos en otras asignaturas y talleres que tiene relación con una actividad de importación, su contenido se centra en desarrollar la metodología y el proceso integral de importación de bienes y servicios, teniendo en cuenta las diversas modalidades de importación que existen y los instrumentos legales que regulan su operatividad.

ADMINISTRACION DE NEGOCIOS ELECTRONICOS

Código del curso	:	ANG0908
Ciclo	:	IX
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Política de Precios y Ventas Globales

SUMILLA

El curso proporciona los elementos que sustentan la administración de esta nueva generación de negocios, revisa los modelos que generan valor para los clientes y analiza los lineamientos de un plan integral de negocios electrónicos más allá del uso del internet o de cualquier otro medio de contacto digital con los clientes, proveedores, productores complementarios y con el personal de la organización. Su temática permite el estudio de los negocios en la era de la informática, modelos de creación de valor, planes de negocios electrónicos, administración del plan de negocios y tendencias de los negocios electrónicos en el futuro.

X CICLO

MARKETING GLOBAL

Código del curso	:	ANG01001
Ciclo	:	X
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	E-Business

SUMILLA

La asignatura estudia la dinámica y complejidad del entorno global, así como la administración del marketing mix internacional para que el alumno tenga la capacidad de tomar decisiones rápidas y oportunas, que le permitan adaptarse a la velocidad de los cambios de los mercados globales, y realizar transacciones comerciales exitosas. Su temática permite el estudio del marketing internacional y global, aspectos culturales, económicos, políticos y jurídicos del entorno del marketing global, el plan de marketing global, la organización, dirección y control del marketing global, adaptación del producto, determinación de precios, canales y estrategias de distribución a nivel internacional, estrategias de promoción global.

DIRECCIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

Código del curso	:	ANG01002
Ciclo	:	X
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Sistemas de Calidad Internacional Formulación de Proyectos de Inversión Gerencia del Potencial Humano

SUMILLA

La asignatura está orientada para que los alumnos conozcan las estrategias de la dirección eficaz y eficiente de empresas que operan en mercados globales, así mismo como utilizar los instrumentos para desarrollar una dirección integral, con una actitud proactiva y un liderazgo trascendental. El contenido del curso contempla el estudio de temas relacionados con las características de la empresa multinacional y global, El ambiente de los negocios globales, estrategias de los negocios globales, la planeación global, como crear la organización global, localización global de las actividades, creación del marketing global, como administrar personas de diversas culturas, como liderar el desarrollo de una empresa global, como analizar y evaluar una estrategia global.

INANZAS INTERNACIONALES II

Código del curso	:	ANG01003
Ciclo	:	X
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Finanzas Internacionales I

SUMILLA

La asignatura está estructurada para que el alumno dentro de una economía globalizada, conozca los lineamientos esenciales que orientan el desarrollo de los mecanismos de financiamiento que existen en los mercados de capitales globales, para tomar las mejores decisiones que faciliten el financiamiento de las operaciones comerciales y financieras internacionales. Los tópicos que forman parte del contenido del curso son: Los mercados financieros, elementos que intervienen en el mismo mercado de obligaciones ADR, titularizaciones Joint Venture, derivados financieros, Forward, futuros, opciones swaps, mercado internacional de acciones.

ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y DEPORTIVAS

Código del curso	:	ANG01004
Ciclo	:	X
Créditos	:	02
HT	:	0
HP	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	

SUMILLA:

La asignatura de naturaleza práctica está orientada a desarrollar la sensibilidad artística y necesidades de recreación que permitan a los estudiantes formarse integralmente en el aspecto humanístico. Su dinámica comprende actividades plásticas, teatrales, de música y danzas; además de la práctica de las diversas disciplinas deportivas.

POLITICA INTERNACIONAL

Código del curso	:	ANG01005
Ciclo	:	X
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Tratados, Convenios e Integración Internacional

SUMILLA

La asignatura proporciona un marco teórico respecto a la importancia de la política internacional dentro del contexto de la ciencia política y su principal protagonista el estado, en el desarrollo de la economía internacional y los negocios globales. Su temática está orientada para estudiar la ciencia política, la política internacional, el derecho internacional. El estado: finalidad, elementos, factores condicionantes de la política internacional, principales acciones en la política internacional. Entidades interestatales: integración regional, subregional y mundial, la política internacional y los negocios globales, la política internacional y la globalización.

BALANCED SCORT CARD PARA AREAS DE TEGNOLOGIA DE INFORMACION

Código del curso	:	ANG01006
Ciclo	:	X
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	03
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Gerencia del Conocimiento

SUMILLA

La asignatura suministra diversa herramientas metodológica que permitan diseñar e implementar indicadores para la gestión de las unidades, procesos y puestos de un área de Tecnología de información, y la manera de aplicar el BSC y los indicadores, desde el planeamiento hasta el control, pasando por la ejecución y el análisis de los resultados, empleando como ejes de integración las fases del ciclo Demming.

Su temática permite el estudio teórico y práctico de los indicadores de gestión, las bases conceptuales del BSC, modelos de procesos en tecnología de información, fases para la implementación del BSC en áreas de tecnología de información, optimización del BSC y su relación con el ciclo Demming, indicadores y medición del aporte del TI en la generación de valor de la empresa.

TALLER: FERIAS Y MISIONES COMERCIALES

Código del curso	:	ANG01007
Ciclo	:	X
Créditos	:	03
HT	:	0
HP (Taller)	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Taller: Importaciones

SUMILLA

El taller permite el aprendizaje práctico de los instrumentos de promoción del comercio internacional: ferias, exposiciones comerciales y otros mecanismos de promoción como misiones comerciales y viajes de negocios. Principales tipos de ferias, su preparación, actuación en la feria, seguimiento, así como aspectos legales y organismos que agrupan a las principales ferias internacionales. Proporcionará a los estudiantes los conocimientos prácticos para organizar y participar en ferias, tanto como expositor y visitante.

FRANQUICIAS

Código del curso	:	ANG01008
Ciclo	:	X
Créditos	:	03
HT	:	02
HP	:	02
Tipo	:	Electivo
Pre – Requisito	:	Administración de Negocios Electrónicos

SUMILLA

La asignatura desarrolla los lineamientos estratégicos de cómo ingresar a nuevos mercados a través de las franquicias, por lo tanto su temática se centra en desarrollar la naturaleza, modalidades, importancia, financiamiento, aspectos legales y las principales experiencias a nivel mundial de la franquicia como intermediario en los mercados globales. .

TALLER DE TESIS

Código del curso	:	ANG01009
Ciclo	:	X
Créditos	:	02
HT	:	0
HP (Taller)	:	04
Tipo	:	Obligatorio
Pre – Requisito	:	Deontología Profesional

SUMILLA

El taller permite al alumno desarrollar los aspectos metodológicos de la investigación científica, que permita formular un plan o diseño de una investigación en el área de la administración de los negocios globales, y que formule solución prácticas a los múltiples problemas de integración comercial que tiene el Perú con el Mundo. Su temática se centra en desarrollar el proyecto de investigación científica, el diseño de una investigación El método científico aplicado a las ciencias administrativas: definición del tema de investigación, el problema, objetivos y justificación de la investigación, hipótesis, tratamiento de la información, el informe.