



**UNIVERSIDAD
CONTINENTAL**

www.continental.edu.pe

Presentación de la asignatura **Investigación de Mercados Internacionales**

**Mg. Abog. Miguel Angel Capuñay
Reátegui**



Resultados de aprendizaje

Al finalizar la asignatura, el estudiante estará en condiciones de recopilar, analizar e interpretar información cualitativa y cuantitativa que permita a su propia empresa o para la que trabaje diseñar e implementar un proyecto de internacionalización de sus actividades logrando así su internacionalización.



Estructura de la Asignatura

La asignatura de Ingeniería Industrial está dividida en cuatro unidades didácticas.

Unidad I	Unidad II	Unidad III	Unidad IV
Herramientas tecnológicas aplicadas al comercio internacional	Rol de la SUNAT y organismos gremiales en la obtención de información para el comercio internacional	Fuentes internacionales de información estadística	Los organismos promotores de exportaciones de principales países y la segmentación de mercados internacionales
1ª y 2ª semana 16 horas	3ª y 4ª semana 20 horas	5ª y 6ª semana 16 horas	7ª y 8ª semana 16 horas

Unidad I: Herramientas tecnológicas aplicadas al comercio internacional

Contenidos:

- La estrategia empresarial internacional.
- Fuentes y bases de datos nacionales.
- Funciones del BCRP e INEI para la internacionalización.
- La Nomenclatura del comercio exterior.

Al finalizar la unidad, el estudiante conoce las estrategias de internacionalización de las empresas y determina las entidades estatales para la obtención de información.



Unidad II: Rol de la SUNAT y organismos gremiales en la obtención de información

Contenidos:

- Base de datos de SUNAT (Parte I).
- Base de datos de SUNAT (Parte II).
- Los gremios privados vinculados al comercio internacional.
- PROMPERU y SIICEX.

Al finalizar la unidad, el estudiante obtiene información y la procesa para la toma de decisiones de proyectos de exportación e importación.



Unidad III: Fuentes internacionales de información estadística

Contenidos:

- Rol de organismos internacionales en la información
- Información obtenida de los bloques económicos.
- Información de herramientas de inteligencia comercial.
- Información obtenida de las administraciones aduaneras de EE.UU., Canadá y UE.

Al finalizar la unidad, el estudiante analiza y aplica la información obtenida de los organismos internacionales para realizar un reporte de inteligencia sobre la elección de un mercado internacional para un producto determinado.



Unidad IV: Los organismos promotores de exportaciones de principales países y la segmentación de mercados

Contenidos:

- Los organismos de promoción de exportaciones de países latinoamericanos y España.
- La segmentación de los mercados internacionales.
- El reporte de inteligencia comercial internacional.

Al finalizar la unidad, el estudiante realiza un reporte de inteligencia comercial en el que muestra la segmentación de un mercado internacional para un producto determinado de su libre elección, de preferencia de su región.



Recursos educativos virtuales

- Manual Autoformativo Interactivo.
- Videoclases.
- Foros.
- Biblioteca Virtual.
- Enlaces a información de importancia.



Bienvenidos a la asignatura

Investigación de Mercados Internacionales

