

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.

SÍLABO: INTERNATIONAL BUSINESS PLAN.

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Semestre Académico: 202402.

1.3 Ciclo de estudios: VIII.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Brown, R., Gutterman, A., & Curry, J. E. (Ed.). (2003). *A short course in international business plans: charting a strategy for success in global commerce*. World Trade Press.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=3051627>

Czinkota, M., & Ronkainen, I. (2019). *Marketing internacional* (G. Meza & S. M. E. Treviño Rosales, Trad.; 11a ed.). Cengage Learning. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=9467> (Obra original publicada en 2009)

Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones* (M. del P. Carril Villarreal, Trad.; 12a ed.). Pearson Educación. <https://owncloud.ucv.edu.pe/index.php/s/hBrVUKZSximHx4g> (Obra original publicada en 2009)

Daniels, J., Sullivan, D., & Radebaugh, L. (2018). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones* (L. E. Pineda Ayala & E. M. Jasso Hernán d'Borneville, Trad.; 15a ed.). Pearson Educación. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=7340> (Obra original publicada en 2018)

Katz, J., & Corbett, A. (Eds.). (2016). *Models of start-up thinking and action: theoretical, empirical, and pedagogical approaches*. Emerald Group Publishing Limited. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=58d7910d-6bc7-30b7-90c0-67ba992739f3>

Lerma Kirchner, A., & Márquez Castro, E. (2020). *Comercio y marketing internacional* (5a ed.). Cengage Learning. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10773>

Marbaise, M. (2017). *El modelo canvas: analice su modelo de negocio de forma eficaz* (L. Soler Pinson, Trad.). Lemaitre Publishing. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=5335782>

Miller, R. (1998). *Selling to newly emerging markets*. Praeger. <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=2c701194-6833-3fbe-9b8b-5e15410990e2>

Osorio Tinoco, F., Hernández Espallardo, M., & Rodríguez Orejuela, A. (2020). *Orientación al mercado y la ventana competitiva: perspectiva de análisis*. Editorial Universidad del Valle. <https://www.digitaliapublishing.com/a/83031>

Rivera Camino, J. (2017). *Marketing Internacional*. Pearson Educación.

<https://www.ebooks7-24.com:443/?il=10377>

Rozas Gutiérrez, S., Corredor Velandia, C., Silva Guerra, H., Castellanos Ramírez, A., González Ortiz, J., & Lombana Coy, J. (Ed.). (2011). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Editorial Universidad del Norte. <https://www.digitaliapublishing.com/a/13674>

Vargas Belmonte, A. (2016). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. IC Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/86672>

Villanueva, J., & De Toro, J. M. (Coords.). (2017). *Marketing estratégico*. Ediciones Universidad de Navarra. <https://www.digitaliapublishing.com/a/51343>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Gabler, C., Panagopoulos, N., Vlachos, P., & Rapp, A. (2017). Case study developing an environmentally sustainable business plan: an international b2b case study. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 24(4), 261–272.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=e2604024-7e88-3468-9c28-32cf85311bc2>

Hernández-Cordero, S., Lozada-Tequeanes, A. L., Shamah-Levy, T., Lutter, C., González de Cosío, T., Saturno-Hernández, P., Rivera Dommarco, J., & Grummer-Strawn, L. (2019). Violations of the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes in Mexico. *Maternal & Child Nutrition*, 15(1), 1-10.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=059675a1-fe89-36f9-bf94-a588fd8250f2>

Monferrer Tirado, D., & Estrada Guillén, M. (2016). El resultado internacional de las nuevas empresas. Una visión relacional asociada a la orientación al mercado de la red. *Cuadernos De Gestión*, 16(2), 93-117.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-resultado-internacional-de-las-nuevas-empresas/docview/1806413869/se-2?accountid=37408>

Ruzo, E., Losada, F., Navarro, A., & Díez, J. (2011). Resources and international marketing strategy in export firms. *Management Research Review*, 34(5), 496-518.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/resources-international-marketing-strategy-export/docview/864105576/se-2?accountid=37408>

Sheth, J. (2020). Borderless media: rethinking international marketing. *Journal of International Marketing*, 28(1), 3–12.

<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=f3f72717-d8c5-3dec-964d-053f8b272906>

Wang, F. (2020). Digital marketing capabilities in international firms: a relational perspective. *International Marketing Review*, 37(3), 559-577.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/digital-marketing-capabilities-international/docview/2499024032/se-2?accountid=37408>

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

Huaman Cadenas, K. F. (2022). *Marketing internacional y exportación de café peruano a Europa distrito de Villa Rica, Pasco, 2021* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/115472>