

**SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES**

**SILABO  
COMERCIO INTERNACIONAL**

**I. INFORMACION GENERAL:**

Carrera Profesional	:	Administración de Empresas
Modulo	:	Gestión de la Comercialización
Unidad Didáctica	:	Comercio Internacional
Créditos	:	2
Semestre	:	IV
Nº de Horas Semanales	:	02
Nº de Horas Semestrales	:	36

**II. COMPETENCIA DE LA CARRERA PROFESIONAL:**

Administrar los recursos humanos, financieros, logísticos, comercialización y los procesos productivos de la empresa, según los criterios de competitividad, ética, eficiencia y calidad.

**III. CAPACIDAD TERMINALES Y CRITERIOS DE EVALUACION:**

Capacidad Terminal:	Criterios de Evaluación
Conocer y gestionar procesos de negociación comercial en los negocios internacionales, de acuerdo a la normatividad vigente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce y aplica métodos de negociación basados en el principio ganar-perder y ganar-ganar, obteniendo beneficios e identificando sus potencialidades y oportunidades.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica los tipos de conflictos en oportunidades de negocios, utilizando la documentación en las operaciones, de acuerdo a las normas vigentes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica los aspectos clave que inciden en el aumento de la productividad de la empresa, basados en las funciones de los entes productivos, entidades gubernamentales y privadas, relacionadas al Comercio Exterior</li> </ul>

## SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

### IV. ORGANIZACION DE ACTIVIDADES Y CONTENIDOS BASICOS:

Semanas /Fechas	Elementos de capacidad	Actividades de aprendizaje	Contenidos básicos	Tareas previas
1  2	Definir la importancia de los Fundamentos de los Negocios Internacionales.	LOS FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introducción al comercio internacional.</li> <li>▪ Conceptos</li> <li>▪ Importancia</li> <li>▪ Evolución</li> <li>▪ Características de una negociación interna y externa.</li> <li>▪ Modalidades del Comercio Internacional</li> </ul>	Diagnóstico/Prueba de entrada
3  4	Elabora un plan básico de negociación con información relevante de una empresa con la finalidad de asegurar la negociación pertinente, teniendo en cuenta los organismos nacionales e internacionales vinculados al comercio internacional.	PLAN BASICO DE NEGOCIACION TENIENDO EN CUENTA LAS BONDADES DE LOS ORGANISMOS NACIONALES E INTERNACIONALES VINCULADOS A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Elaboración de un plan básico de negociación (Definición, funciones, esquema y proceso),</li> <li>▪ Organismos Nacionales e Internacionales vinculados al comercio Internacionales</li> <li>▪ Casos prácticos</li> </ul>	Formato de un Plan de Negocios/Lectura y análisis de texto sugerido/Informe sobre actividad de extensión.
5  6  7	Identifica las etapas de una negociación, teniendo en cuenta los elementos que intervienen en el Comercio Internacional.	ETAPAS Y ELEMENTOS INTERVINIENTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL”	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etapas</li> <li>▪ Definición</li> <li>▪ Características</li> <li>▪ Tips</li> <li>▪ Elementos que intervienen en el Comercio Internacional</li> </ul>	Avance de Plan de Negocios/Lectura y análisis de texto sugerido/Informe sobre actividad de extensión.
8  9	Investigación del problema, definiendo las principales terminologías aplicadas al comercio internacional.	INVESTIGACION DEL PROBLEMA, UTILIZANDO TERMINOS USADOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avance del Plan de Negocios.</li> <li>▪ Investigación del problema.</li> <li>▪ Terminologías que interviene en el Comercio Internacional.</li> <li>▪ EVALUACIÓN</li> </ul>	Plan de Negocios/Lectura y análisis de texto sugerido/Informe sobre actividad de extensión.
10  11	Definir los términos y definiciones en la logística en el comercio internacional	TERMINOLOGÍA LOGÍSTICA USADA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	Términos y definiciones en la logística del Comercio Internacional	Plan de Negocios/Lectura y análisis de texto sugerido/Informe sobre actividad de extensión.
12	Describe las características y objetivos de las	ORGANISMOS, BLOQUES ECONÓMICOS Y	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Principales organismos (UFI, AFIDA,</li> </ul>	Plan de Negocios/Lectura y

### SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

13	organizaciones que promueven eventos de promoción de productos o servicios a nivel Internacional, teniendo en cuenta los convenios con nuestro país.	CONVENIOS INTERNACIONALES	AFE y otros). ▪ Ferias, por sectores y misiones comerciales. ▪ Ruedas de negocios. ▪ Integración económica. ▪ Convenios internacionales	análisis de texto sugerido/Informe sobre actividad de extensión.
14 15	Conocer los incentivos tributarios y promociones para las exportaciones.	CONOCIENDO LOS INCENTIVOS TRIBUTARIOS Y PROMOCIONES PARA LAS EXPORTACIONES	▪ Tributación ▪ Incentivos Tributarios y Promociones para las Exportaciones ▪ Marco Legal ▪ Casos prácticos	Plan de Negocios/Lectura y análisis de texto sugerido/Informe sobre actividad de extensión.
16 17	Analizar el desarrollo de las operaciones de comercio internacional.	EL DESARROLLO DE LAS OPERACIONES DEL COMERCIO INTERNACIONAL	▪ Marketing Internacional ▪ Financiamiento Internacional ▪ Desarrollo de las Operaciones de Comercio Internacional ▪ Casos prácticos	Plan de Negocios/Lectura y análisis de texto sugerido/Informe sobre actividad de extensión.
18	<b>Evaluación Final y Recuperación Interna</b>			

#### V. METODOLOGIA:

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje, se hará uso de la metodología activa. Los procedimientos didácticos a emplearse son los siguientes:

- Clases Teóricas: Con exposición por parte del profesor y la participación del alumno
- Práctica: Se irán resolviendo casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas, según el tema teórico tratado.
- Asesoría: Se asesorará la resolución apropiada de los casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas.
- La Comunicación entre Docente y estudiante en la modalidad virtual será: SINCRONA y ASINCRONA.

Para la primera se utilizara las sgtes herramientas digitales:

- a)Plataforma Google Classroom
- b)Correo Electronico Corporativo
- c)Mensajes via gupos Whatsapp de U.D
- d)Formulacion en linea mediante el aplicativo Google Forms.

#### VI. EVALUACIÓN

Requisitos de aprobación:

- La escala de calificación es vigesimal y el calificativo mínimo es de Trece (13). En todos los casos la fracción 0.5 o más se considera como una unidad a favor del estudiantes.
- El estudiante que en la evaluación de una o más Capacidades Terminales programadas en la Unidad Didáctica (Asignatura), obtenga nota desaprobatoria entre Diez (10) y Doce (12), tiene derecho a participar en el proceso de recuperación antes de la culminacion de la Unidad Didactica..
- El estudiante que después de realizado el proceso de recuperación dentro de las 18 semanas obtubiera nota menor a Trece (13) desapruaba la misma, por tanto repite la unidad didactica.

## SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

- El estudiante que acumulara inasistencias, injustificadas en número igual o mayor al 30% del total de horas programadas en la Unidad Didáctica será desaprobado en forma automática con nota cero (00).

Obtención del promedio:

$$\text{PRM UD} = \frac{\text{CE1} + \text{CE2} + \dots + \text{CE}_n}{n}$$

CE = Criterio de Evaluación  
CT = Capacidad Terminal  
UD = Unidad Didáctica

### 6. RECURSOS BIBLIOGRAFICOS/INTERNET

#### 6.1 Bibliografía:

1. ALONSO GARCIA Luis: Administración de ferias y exposiciones internacionales; Editorial Universidad Inca Garcilaso de la Vega-Lima Perú.
2. Mincetur, Comercio Exterior: Texto Educativo – Material de Apoyo; 3° edición: julio 20114.
3. CECILIA HUESCA RODRIGUEZ: Comercio Internacional Red Tercer Milenio S.C. Primera edición: 2012
4. Chala Luis; Ferias y Misiones Internacionales: Guía Práctica para participar con 2005 éxito: Editorial Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá.
5. Fernando Le Monnier Francis: Como gestionar y rentabilizar su participación en salones; 2000 profesionales: Ediciones Gestión S.A
6. SISKIND Barry; Marketing de Eventos: Estrategias claves para ferias comerciales, 2007 presentaciones, conferencias y otros eventos: Deusto. Barcelona.

#### 6.2 Recurso de internet:

- [www.afe.es](http://www.afe.es) Asociación de Ferias Españolas
- [www.afida.org](http://www.afida.org) Asociación Internacional de Ferias de América
- [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe) Cronograma de participación del Perú en ferias y eventos internacionales

Carabayllo, Agosto del 2017