



SILABO DEL CURSO: GESTIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1	Código:	1164
1.2	Ciclo:	IX
1.3	N° de créditos:	03
1.4	Área curricular:	Estudios Generales
1.5	Condición:	Obligatorio
1.6	Semestre Académico:	2022-A
1.7	Duración:	17 semanas
1.8	N° de horas de clase:	04 teoría 02, práctica 02
1.9	Pre – requisito:	1155
1.10	Escuela Profesional:	Administración
1.11	Texto básico:	Adex. (2003). seguro para exportaciones. Perú exporta 8221. marzo.2003. págs. 10-14

II. SUMILLA

Asignatura teórico práctica. El propósito es desarrollar planes y estrategias de comercialización en el mercado nacional e internacional. Comprende: dirección comercial, identificación de las oportunidades y propuesta de valor, selección de estrategias de acceso al mercado nacional e internacional, comunicación y entrega de valor en los mercados nacional e internacional, y gerencia de los consumidores en los mercados objetivos y su rentabilidad.

Unidad N°1	:	IMPORTACIA DE GESTION COMERCIAL INTERNACIONAL
Unidad N°2	:	CONVENIOS Y TRATADOS INTERNACIONALES BILATERALES, REGIONANALES Y MULTILATERALES
Unidad N°3	:	INCOTERMS, MEDIO DEPAGO Y DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL
Unidad N°4	:	GESTION ADUANERA Y ADM. FINANCIERA INTERNACIONAL

III. COMPETENCIAS

3.1. Competencia General:

Aplica los conceptos de planificación, organización, dirección y control en las organizaciones, generando su desarrollo y rentabilidad. Participa en equipos de diversas funciones, inter y multidisciplinarios, para el logro de metas, bajo trabajo a presión, respetando la diversidad de opiniones con actitud ética y colaborativa.

3.2. Competencias generales de la asignatura:

Comprende las formas como operan las empresas y realizan transacciones nacionales e internacionales aplicando modelos ideológicos, sistemas económicos y culturales poniendo en práctica la gestión de negocios internacionales

IV. CAPACIDADES

- Gran capacidad de comunicación, manejo apropiado de sistemas, internet y las diferentes redes académicas.
- Capacidad para el trabajo en equipo.
- Poder poner en práctica lo aprendido en el aula.
- Capacidad de buscar información estadística sobre el negocio naviero, puertos y buques.



V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDO

Unidad N°1: IMPORTANCIA DE GESTIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL				
Capacidad para valorar y aplicar conceptos de Cultura Financiera como apoyo, difusión y para Responsabilidad Social				
SEM	ACTITUDES:		ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	HORAS
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL		
1	Concepto general gestión comercial	Describe de los negocio internacionales	Investigar la actividad de NNII	4
2	Empresa multinacional, naturaleza y organización	Describe las características de la empresas	Ubica el rol del curso en el currículo.	4
3	El GATT y la organización del comercio	Diferencia y reconoce la relación de estas organizaciones	Exposición en el aula	4
4	ALADI, comunidad andina de naciones MERCOSUR, UE, foro Asia pacifico, El NAFTA	Estudia los usos comerciales de un buque mercante.	Investigar. Evaluar.	4
<p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Domeisen, N. y Hulm. P. (2004). El futuro del comercio. En Fórum de Comercio Internacional. No. 1/2004, pp. 14-15 • Daniels, J. y Radebaugh, L. (1998). Negocios Internacionales. México: Pearson Educación. • Taggart, James y McDermott, M. C. (1996). La esencia de los negocios internacionales. México, D.F.: Prentice-Hall Hispanoamérica S.A. YIP. (1992). Globalización. Estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional. Norma. 				



Unidad N°2: CONVENIOS Y TRATADOS INTERNACIONALES BILATERALES, REGIONALES Y MULTILATERALES				
Capacidades : Facilita la adaptación a nuevos lugares y entornos multiculturales				
SEM	ACTITUDES:		ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	HORAS
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL		
5	Convenios internacionales comerciales, historia, organización y finalidad	Reconoce los beneficios y consecuencias de estas prácticas comerciales.	Revisa videos del tema.	4
6	Convenio internacionales con países americanos e intercontinentales	Diferencia estos temas y aplica su utilidad al comercio marítimo	Aprende a aplicarlos a sus actividades del negocio naviero.	4
7	Teoría del comercio internacional, balanzas de pagos, importación e importación	Conoce y analiza situaciones comerciales del Perú con el resto del mundo	Describe sus funciones	4
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> • ADEX. 2003. Seguro para exportaciones. 8220; Perú Exporta 8221, Marzo 2003, Págs. 10-14. • Ball, D, McColloch y otros (2005). International Business. (9na. Edición). USA: McGraw Hill. • Cardoza, Díaz y Tarabotto. (1994). Finanzas internacionales: Un enfoque para Latinoamérica. CIUP. Lima. 				
8	EXAMEN PARCIAL			



Unidad N° 3: INCOTERMS, MEDIO DE PAGO Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL				
Capacidades :				
<ul style="list-style-type: none"> - Se adapta a los nuevos conocimientos del transporte marítimo. - Comprende la realidad marítima y su desarrollo - Valora y aplica conceptos de Cultura Financiera como apoyo, difusión y para Responsabilidad Social. 				
SEM	ACTITUDES:		ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	HORAS
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL		
9	INCOTERM, estudio y analices en general	Conceptúa las políticas internacionales aplicadas INCOTERMS	Investiga sus actividades	4
10	Contrato de Fletamento, concepto actividades en general	Compara y contrasta las necesidades de usar cada uno de estos.	Concientiza la realidad.	4
11	Transporte multimodal, containerización	Conoce las estrategia de transporte internacional y su importancia de la misma	Estudia las normas marítimas	4
12	Seguros de transporte internacional y de exportación (SECREX)	Describe las ventajas y desventajas de su aplicación	Investiga y explica	4
Referencias: <ul style="list-style-type: none"> • Domeisen, N. y Hulm. P. (2004). El futuro del comercio. En Fórum de Comercio Internacional. No. 1/2004, pp. 14-15 • Daniels, J. y Radebaugh, L. (1998). Negocios Internacionales. México: Pearson Educación. • Taggart, James y McDermott, M. C. (1996). La esencia de los negocios internacionales. México, D.F.: Prentice-Hall Hispanoamérica S.A. • YIP. (1992). Globalización. Estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional. Norma. 				



Unidad N° 4: GESTIÓN ADUANERA Y ADM. FINANCIERA INTERNACIONAL				
Capacidades :				
<ul style="list-style-type: none">- Coordina y gestiona los equipos de trabajo y de plazos temporales.- Reconoce el trabajo humano en equipo para el desarrollo sostenible.- Valora y aplica conceptos de Cultura Financiera como apoyo, difusión y para Responsabilidad Social.				
SEM	ACTITUDES:		ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	HORAS
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL		
13	Régimen de rtación e rtación (DRAW BACK), otros regímenes aduanero	Conoce y desarrolla los pagos en el comercio exterior	Elabora un ensayo. Debate en un foro.	4
14	Agenciamiento Marítimo y Carga Internacional	Aplicar conocimientos sobre el agenciamiento marítimo	Presenta y expone un trabajo de investigación.	4
15	Normatividad Marítima Seguros	Participa en la actualización de las normas nacionales.	Presenta y expone un trabajo de investigación.	4
16	EXAMEN FINAL			
17	EXAMEN SUSTITUTORIO			
Referencias:				
<ul style="list-style-type: none">• Arroyo, J. (2002). Regímenes Aduaneros Promocionales aplicables en el ATPDEA. Cuadernos de Ingeniería. Universidad Ricardo Palma.• Dyer, Samuel. (2003). La multiplicación de los peces. Potencial exportador peruano. En Perú Económico, mayo 2003, Págs. 15-16.• Hinchberger, B. (2004). Ética y rentabilidad. En Fórum de Comercio Internacional. No. 1/2004, pp. 25-26.• Jiménez, G. (1997). 2 ICC Guide to Export-Import Basics. ICC International Chamber of Comerse. Paris. Pags. 11-111.				



VI. METODOLOGIA

6.1. Estrategias Didácticas:

- Exposición
- Aprendizaje colaborativo
- Debate y discusión.
- Aprendizaje basado en problemas.

6.2 Estrategias de transferencia:

- Análisis o comparación de teorías.
- Trabajo individual y grupal.
- Resolución individual de ejercicios y problemas.

6.3 Estrategia participativa de grupo.

- Inicio: Aclarar objetivos, usar analogías y lluvia de ideas.
- Desarrollo: Usar evidencia empírica que integre el aprendizaje total, estimular la reflexión crítica.
- Cierre: Motivar a hacer y responder preguntas, ofrecer soluciones múltiples, o hacer resumen.

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Los materiales y recursos didácticos que se utilizan en el desarrollo de la asignatura son:

MEDIOS INFORMÁTICOS	MATERIALES EDUCATIVOS IMPRESOS	MATERIALES DIGITALES
<ol style="list-style-type: none"> Ordenadores (Computadora, laptop, ipad y celular) Sistema de videoconferencia (Zoom, google meet) Aula Virtual (SGA, Google Classroom) Internet Correo electrónico corporativo 	<ol style="list-style-type: none"> Libros de texto virtuales Separatas digitales Artículos científicos digitales Documentos de trabajo virtual Compendios estadísticos digitales 	<ol style="list-style-type: none"> Blogs. Videos Tutoriales Página web Diapositivas

VIII. EVALUACIÓN

Nota aprobatoria: 11

Calificación: Escala Vigesimal (0-20)

Para obtener el promedio de la asignatura se ha diseñado un sistema de evaluación procesal e integral tomando en cuenta los siguientes criterios y ponderaciones:

$$\text{EXP (0.1)} + \text{EXF (0.1)} + \text{EPC (0.30)} + \text{ET (0.3)} + \text{EA (0.1)} + \text{EPRS (0.15)} = \text{T (1.0)}$$

EXP	=	Examen Parcial
EXF	=	Examen Final
EPC	=	Evaluación de prácticas calificadas
ET	=	Evaluación de trabajos
EA	=	Evaluación actitudinal
EPRS	=	Evaluación y responsabilidad social universitaria
EA	=	Evaluación total



IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

1. Adex. (2003). seguro para exportaciones. Perú exporta 8221. marzo.2003. págs. 10-14
2. Almoguera, J. (2003). Como hacer un Plan de Negocios. Revista Emprendedores, ESINE.
3. Anardo, C. (2011). Manual de Emprendimiento Empresarial.
4. Arrese Hector, Felix. (1999). Comercio y Marketing Internacional. Editorial Norma. Argentina. Págs. 85-120.
5. Arroyo Prado, Jorge. (2004). introducción al comercio internacional: notas – resumen. Universidad Ricardo palma. texto básico.
6. Arroyo, j. (2002). regímenes aduaneros promocionales aplicables en el atpdea. cuadernos de ingeniería. universidad Ricardo palma
7. Ball, d. Maccolloch et al (2005). international bussiness. 9° edición. usa. mcgraw hill.
8. Ball, d. y Wendell mc. Culloch, jr. (1997). negocios internacionales. introducción y aspectos esenciales. 5° edición. México. mcgraw hill.
9. Cardoza, Diaz y Tarabotto (1994). finanzas internacionales. un enfoque para Latinoamérica. Ciup. Lima
10. Cue, A (2015). Negocios internacionales en un mundo globalizado. Primera edición, editorial Patria, ebbok, México.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucssp/detail.action?docID=4569644>

11. Daniels j – Randenbangh, l. (2004). negocios internacionales. 3° edición. editorial prentice hall. México. texto básico.
12. Daniels, j. y Radebaugh, l. (1998). negocios internacionales. México. Pearson educación.
13. Diez Canseco, R. (2007). Manual de Emprendedores. Universidad de San Ignacio de Loyola.
14. Domeisen, n. y Hulm, P. (2004). el futuro del comercio. en fórum de comercio internacional. n° 1/2004, pp. 14-15
15. Dyer, Samuel (2003). la multiplicación de los peces. potencial exportador peruano. en Perú económico. mayo 2003. págs. 15-16
16. García, G. (2016). Estrategia de financiación de los negocios internacionales.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucssp/detail.action?docID=4849802>
17. Giménez, Ferrer y Bonet (2019). Organización y gestión del comercio internacional

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucssp/detail.action?docID=5809637&query=negocios+internacionales#>

18. Hinchberger,b. (2004). ética y rentabilidad. en fórum de comercio internacional. n° 1/2004.pp 25-26.



19. Jiménez, g. (1997). 2 ICC Guide to export –Import basics. ICC International Chamber of Commerce. Paris. Págs. 11-111
- Morales, C. (2007). Plan de Exportación. Pearson Educación.
20. MINCETUR (2007). Guía básica para hacer negocios internacionales.
21. Porter, M. (2006). estrategia y ventaja competitiva. Bogotá. Colombia. ediciones Deusto.
22. Taggart, James y Mcdermontt, m.c. (1996). la esencia de los negocios internacionales. México, d.f. prentice hall hispanoamérica s.a.
23. Weinberger, K. (2013). Plan de Negocios. Ministerio de la Producción. Lima, Perú.
24. Yip. (1992). globalización. estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional.

Webgrafia

1. Búsqueda de información de las herramientas para el análisis de mercado.
http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol16_4_07/aci151007.html
2. Identifica y argumenta las ventajas que ofrecen los mercados con acuerdos comerciales a la internacionalización de un producto - [Exposición PPT]
http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=48%3Alo-que-debemos-saber-de-los-tlc&Itemid=2
3. Formula una plantilla en Excel donde pueda cotizar con los principales gastos y costos de internacionalizar el producto.
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/componentes-y-operadores-de-la-distribucion-fisica-internacional/>
<http://superyuppies.com/2012/11/20/como-calcular-el-precio-de-tus-productos-sencillo-y-con-excel-de-regalo/>
4. Desarrollo de un Perfil de Mercado.
<http://www.apam-peru.com/operadores.htm>
5. Analizar los regímenes de exportación y realizar una lista de los beneficios
<http://nzclip.com/nzplay/Nzclip-regimenes-de-exportacion-Nzfz1KRlbyVVY.html>
<http://nzclip.com/nzplay/Nzclip-regimenes-de-importacion-NziR5VGskGm-Y.html>
6. Analiza información sobre la producción nacional, la partida arancelaria. Requisitos de exportación para el producto seleccionado; y análisis FODA. Análisis FODA: Un enfoque pragmático.
<http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/415>
7. La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales.
<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
8. Analiza información sobre el mercado de destino: el factor político legal, el riesgo país, y los factores financieros.



<http://www.coface.com.mx/Actualidad-y-publicaciones/Publicaciones/Mapa-evaluacion-Riesgo-Pais-enero-2017>

9. Marketing de servicios: Reinterpretando la cadena de valor. Gustavo Alonso.
http://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/business_paralela/review/marketing_servicios.pdf
10. Una mirada sobre la Globalización en el contexto del mundo actual
http://www.psicopol.unsl.edu.ar/marzo09_notas1.pdf
11. Beneficios y costos de la globalización: perspectiva de un país pequeño
http://www.cieplan.org/media/publicaciones/archivos/56/Capitulo_1.pdf
12. Operadores del comercio exterior
http://aempresarial.com/web/adicionales/files-v/pdf/2015_finan_09_operadores_comercio.pdf
13. Desarrollo de un Perfil de Mercado.
<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=B323394A-95AC-4CB5-8327-2EFD43D36448.PDF>
14. La estrategia de internacionalización: análisis comparativo de los mecanismos de entrada en mercados exteriores de seis empresas que operan en diferentes sectores de la economía.
http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/66261/1/TFM_MOI_Pedrero-Yolanda-jun2015.pdf
15. Funcionamiento del mercado. Fuente
<https://www.youtube.com/watch?v=H8y1GDz1bK8>

X. RÉGIMEN DE ESTUDIOS

El régimen de estudios del programa de Administración es de modalidad virtual.

Callao, abril del 2022