

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



SILABO

ASIGNATURA: GESTION COMERCIAL INTERNACIONAL
SEMESTRE ACADÉMICO: 2022-B

CALLAO, PERÚ

2022

SILABO

I. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	: GESTION COMERCIAL INTERNACIONAL
1.2	Código	: 1164
1.3	Carácter	: Obligatorio
1.4	Requisito (nombre y cód.)	: 1155
1.5	Ciclo	: Noveno
1.6	Semestre Académico	: 2022-B
1.7	N° Horas de Clase	: 06 horas semanales.
1.8	N° de Créditos	: 03
1.9	Duración	: 17 semanas
1.10	Modalidad	: Virtual.

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	: IMPORTACION DE GESTION COMERCIAL INTERNACIONAL
Unidad N°2	: CONVENIOS Y TRATADOS INTERNACIONALES BILATERALES, REGIONALES Y MULTILATERALES
Unidad N°3	: INCOTERMS, MEDIO DE PAGO Y DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL
Unidad N°4	: GESTION ADUANERA Y ADM. FINANCIERA INTERNACIONAL

III. COMPETENCIA(S) DEL PERFIL DE EGRESO

3.1 Competencias generales

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 específicas

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. CAPACIDAD (ES)

- 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. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad N°1: IMPORTANCIA DE GESTIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL				
Capacidad para valorar y aplicar conceptos de Cultura Financiera como apoyo, difusión				
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	<p>ACTITUDES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manifiesta interés en e concepto de comercio internacional y sus bondades económicas - Dialoga e identifica los rubros en el mercado de cargas. - Realiza el analices de la situación comercial Perú y otros países - Valora la Contenedorización. 	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			

<p>Unidad N° 3: INCOTERMS, MEDIO DE PAGO Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</p>
--

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
	<ul style="list-style-type: none"> - Muestra interés en la infraestructura comercial internacional - Recomienda el agenciamiento marítimo. - Identificar normatividad marítima de seguros. 			
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL		
13	Régimen de devolución e devolución (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. METODOLOGÍA (según modelo o manejo didáctico del docente)

VI. METODOLOGIA:

6.1 Estrategias Didácticas:

- a. Exposición
- b. Aprendizaje colaborativo
- c. Debate y discusión.
- d. Aprendizaje basado en problemas.

6.2 Estrategias de transferencia:

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

6.3 Estrategia participativa de grupo.

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

6.4 Herramientas metodológicas de comunicación síncrona (videoconferencia) La modalidad asíncrona es una forma de aprendizaje basado en el uso de herramientas que permiten la comunicación no presencial y en tiempo real entre el docente y los estudiantes.

VII. MEDIOS Y MATERIALES (RECURSOS)

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

MEDIOS INFORMÁTICOS	MATERIALES EDUCATIVOS IMPRESOS	MATERIALES DIGITALES
a. Ordenadores (Computadora, laptop, ipad y celular) b. Sistema de videoconferencia (Zoom, google meet) c. Aula Virtual (SGA, Google Classroom) d. Internet e. Correo electrónico corporativo	a. Libros de texto virtuales b. Separatas digitales c. Artículos científicos digitales d. Documentos de trabajo virtual e. Compendios estadísticos digitales	a. Blogs. b. Videos c. Tutoriales d. Página web e. Diapositivas

VIII. SISTEMA DE EVALUACIÓN DE ASIGNATURA

Nota aprobatoria: 11

Calificación: Escala Vigesimal (0-20)

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

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

La ponderación de la calificación (de acuerdo a lo establecido en el sistema de evaluación de la asignatura) será la siguiente:

FÓRMULA PARA LA OBTENCIÓN DE LA NOTA FINAL:

$$NF = (GEC1 * 0.40) + (GEC2 * 0.30) + (GEC3 * 0.10) + (GEC4 * 0.15) + (GEC5 * 0.05)$$

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

REQUISITOS PARA APROBAR LA ASIGNATURA

De acuerdo a los reglamentos de estudios de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Callao, se tendrá a consideración lo siguiente:

- Participación activa en todas las tareas de aprendizaje.
- Asistencia mínima del 70%.
- La escala de calificación es de 0 a 20.
- El estudiante aprueba si su nota promocional es mayor o igual a 11.

La evaluación del aprendizaje se adecua a la modalidad no presencial, considerando las capacidades y los productos de aprendizaje evaluados descritos para cada unidad. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, considerando la aplicación de los instrumentos de evaluación pertinentes.

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

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.

X. NORMAS DEL CURSO

Normas de etiqueta: Normas que hay que cuidar para tener un comportamiento educado en aula virtual.

1. Recuerde lo humano
2. Buena educación
3. Utilice buena redacción y gramática para redactar tus correos.
4. Evita escribir con mayúscula sostenida porque se interpreta como si estuvieragritando.
5. Utilizar un lenguaje apropiado para no vulnerar los derechos de tus compañeros.
6. Evita el uso de emoticones.

Normas de convivencia

1. Respeto.
2. Asistencia.
3. Puntualidad.
4. Presentación oportuna de los entregables.

Callao, agosto 2022.