

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA



VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMIA

SÍLABO 2020 - B

ASIGNATURA: COMERCIO EXTERIOR

1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Periodo académico:	2020 - B	
Escuela Profesional:	ECONOMÍA	
Código de la asignatura:	0704138	
Nombre de la asignatura:	COMERCIO EXTERIOR	
Semestre:	VII (séptimo)	
Duración:	17 semanas	
Número de horas (Semestral)	Teóricas:	3.0
	Prácticas:	2.0
	Seminarios:	0.0
	Laboratorio:	0.0
	Teórico-prácticas:	0.0
Número de créditos:	4	
Prerrequisitos:	ECONOMIA INTERNACIONAL (0703231)	

2. INFORMACIÓN DEL DOCENTE, INSTRUCTOR, COORDINADOR

DOCENTE	GRADO ACADÉMICO	DPTO. ACADÉMICO	HORAS	HORARIO
HINOJOSA PEREZ, ANATOLIA		ECONOMIA	0	Mié: 10:40-13:10 Vie: 11:30-13:10

3. INFORMACIÓN ESPECIFICA DEL CURSO (FUNDAMENTACIÓN, JUSTIFICACIÓN)

El curso busca insertar al estudiante en el mundo del comercio y los negocios internacionales y proporcionar las competencias de gestión que se necesitan para emprender nuevos negocios en el ámbito internacional. El proceso de globalización mundial crea la necesidad de preparar a los estudiantes con herramientas que permitan integrar sus conocimientos y generar nuevos emprendimientos.

4. COMPETENCIAS/OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

- ? Conocer la operatividad del comercio internacional tanto en el ámbito de las exportaciones como las importaciones.
- ? Medir el aprovechamiento de las integraciones comerciales y formas de comercialización internacional.
- ? Desarrollar técnicas de negociación según el ámbito de los mercados internacionales mediante la elaboración de contratos de compra y venta internacional.
- ? Conocer herramientas de la inteligencia comercial internacional para la búsqueda de mercados.
- ? Desarrollar un Plan de Exportación con toda la cadena de Distribución Física Internacional.
- ? Evaluar la finalidad de los negocios con el uso de indicadores económicos, financieros según los mercados internacionales.

5. CONTENIDO TEMATICO

PRIMERA UNIDAD

Capítulo I: Operatividad del comercio internacional

Tema 01: Clase Inaugural. ?Presentación del silabo del curso

Tema 02: Conociendo los tipos de empresas

Tema 03: Conociendo la importancia de los negocios internacionales en la empresa

Tema 04: Conociendo los actores y las variables del comercio exterior

SEGUNDA UNIDAD

Capítulo II: Conociendo los factores y las oportunidades que tienen las empresas peruanas para exportar-

Tema 05: ¿Qué es el comercio exterior?

Tema 06: Las partidas arancelarias y las medidas arancelarias y no arancelarias -

TERCERA UNIDAD

Capítulo III: Estrategias de marketing internacional --

Tema 07: Marketing internacional

Tema 08: Marketing Mix Internacional

Tema 09: Análisis del mercado

Tema 10: Análisis de la competencia

Tema 11: Diseño de las estrategias de marketing

Tema 12: Control y evaluación

CUARTA UNIDAD

Capítulo IV: La integración económica internacional

Tema 13: La integración económica internacional

Tema 14: Las etapas del proceso de integración económica

Tema 15: ¿Quién rige el comercio internacional? -

QUINTA UNIDAD

Capítulo V: Exportación e importación de productos

Tema 16: La exportación y clasificación

Tema 17: Mercancías prohibidas y restringidas

Tema 18: Mercancías prohibidas y restringidas

Tema 19: Exporta fácil

Tema 20: La importación y clasificación

Tema 21: Qué tipo de importaciones existen?

Tema 22: Requisitos de importación

SEXTA UNIDAD

Capítulo VI: Logística Internacional

Tema 23: El transporte internacional de carga y clasificación

Tema 24: Preparación de la mercancía

Tema 25: La Unitanización

Tema 26: Las aduanas

Tema 27: Gestión de aduanas

SÉPTIMA UNIDAD

Capítulo VII: .Las características de la compra - venta internacional

Tema 28: La negociación y el contrato de compra-venta internacional -

Tema 29: Instrumentos de Comercio Exterior y Medios de pago internacionales

Tema 30: Financiamiento para el comercio internacional---

OCTAVA UNIDAD

Capítulo VIII: Identificando las características y habilidades para iniciar una empresa exportadora

Tema 31: Análisis del potencial exportador

Tema 32: ¿Cuándo se está listo para exportar?

Tema 33: Exigencias del producto

Tema 34: Calidad como herramienta de competitividad para la exportación

NOVENA UNIDAD

Capítulo IX: Identificando ideas de negocio para el mercado internacional-

Tema 35: Las Ideas de negocio

Tema 36: Análisis FODA - Estrategia Competitiva

Tema 37: Principal oferta exportable peruana-

Tema 38: Las TIC?S y el Sector de Comercio Exterior----

DÉCIMA UNIDAD

Capítulo X: Calculando costos y gastos de exportación

Tema 39: El precio de exportación y los costos y gastos asociados ----

Tema 40: ¿Cómo calcular el precio de venta de exportación? ---

Tema 41: El punto de equilibrio

Tema 42: Análisis financiero

Tema 43: Financiamiento de exportaciones -

Tema 44: Examen final

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

6.1. Métodos

? Método expositivo en las clases teóricas.

? Método de elaboración de proyectos de investigación formativa.

? Método del trabajo independiente para la elaboración de los cuadros resumen de los contenidos de la asignatura.

6.2. Medios

Libros, revistas, materiales impresos, videos, software Excel, Word, Kahoot, Google Form, Redes Sociales (WhatsApp y Facebook), etc

Google Meet clases sincrónicas

DUTIC clases asincrónicas

6.3. Formas de organización

? Clases Teóricas: se empleará para la discusión sobre las nociones conceptuales de los temas programados.

? Prácticas: recolección y análisis de información para presentar conclusiones de forma grupal.

6.4. Programación de actividades de investigación formativa y responsabilidad social

Realización de trabajos, donde los estudiantes desarrollarán una investigación sobre un Plan de Exportación de un producto o servicio de la Región Arequipa.

Promover proyectos de investigación conjuntos con actores de la sociedad civil (MYPES, cooperativas, ONG, movimientos sociales) que tengan en cuenta sus necesidades y puntos de vista, que permitan la aplicación de técnicas e indicadores económicos.

Participación en diversas investigaciones que contribuyan al desarrollo sostenible y bienestar de la sociedad de acuerdo con las necesidades del país y los avances de los conocimientos.

Fortalecer y colaborar con la prohibición del expendio y consumo de bebidas o alimentos en envases y/o bolsas de plástico, dispuesta por la UNSA.

7. CRONOGRAMA ACADÉMICO

SEMANA	TEMA	DOCENTE	%	ACUM.
1	Clase Inaugural. ?Presentación del silabo del curso	A. Hinojosa	1	1.00
1	Conociendo los tipos de empresas	A. Hinojosa	2	3.00
1	Conociendo la importancia de los negocios internacionales en la empresa	A. Hinojosa	2	5.00
2	Conociendo los actores y las variables del comercio exterior	A. Hinojosa	3	8.00
3	¿Qué es el comercio exterior?	A. Hinojosa	5	13.00
3	Las partidas arancelarias y las medidas arancelarias y no arancelarias	A. Hinojosa	5	18.00
4	Marketing internacional	A. Hinojosa	3	21.00
4	Marketing Mix Internacional	A. Hinojosa	3	24.00
4	Análisis del mercado	A. Hinojosa	3	27.00
4	Análisis de la competencia	A. Hinojosa	3	30.00
4	Diseño de las estrategias de marketing	A. Hinojosa	3	33.00
4	Control y evaluación	A. Hinojosa	3	36.00
5	La integración económica internacional	A. Hinojosa	2	38.00

5	Las etapas del proceso de integración económica	A. Hinojosa	2	40.00
5	¿Quién rige el comercio internacional? -	A. Hinojosa	2	42.00
6	La exportación y clasificación	A. Hinojosa	2	44.00
6	Mercancías prohibidas y restringidas	A. Hinojosa	2	46.00
6	Mercancías prohibidas y restringidas	A. Hinojosa	2	48.00
6	Exporta fácil	A. Hinojosa	2	50.00
7	La importación y clasificación	A. Hinojosa	2	52.00
7	Qué tipo de importaciones existen?	A. Hinojosa	2	54.00
7	Requisitos de importación	A. Hinojosa	2	56.00
8	El transporte internacional de carga y clasificación	A. Hinojosa	2	58.00
8	Preparación de la mercancía	A. Hinojosa	2	60.00
8	La Unitanización	A. Hinojosa	2	62.00
9	Las aduanas	A. Hinojosa	2	64.00
9	Gestión de aduanas	A. Hinojosa	2	66.00
10	La negociación y el contrato de compra-venta internacional -	A. Hinojosa	2	68.00
10	Instrumentos de Comercio Exterior y Medios de pago internacionales	A. Hinojosa	2	70.00
10	Financiamiento para el comercio internacional---	A. Hinojosa	2	72.00
11	Análisis del potencial exportador	A. Hinojosa	2	74.00
11	¿Cuándo se está listo para exportar?	A. Hinojosa	2	76.00
11	Exigencias del producto	A. Hinojosa	2	78.00
11	Calidad como herramienta de competitividad para la exportación	A. Hinojosa	2	80.00
12	Las Ideas de negocio	A. Hinojosa	2	82.00
12	Análisis FODA - Estrategia Competitiva	A. Hinojosa	2	84.00
13	Principal oferta exportable peruana-	A. Hinojosa	2	86.00
14	Las TIC?S y el Sector de Comercio Exterior----	A. Hinojosa	2	88.00
15	El precio de exportación y los costos y gastos asociados ----	A. Hinojosa	2	90.00
15	¿Cómo calcular el precio de venta de exportación? ---	A. Hinojosa	2	92.00
15	El punto de equilibrio	A. Hinojosa	2	94.00
16	Análisis financiero	A. Hinojosa	2	96.00
16	Financiamiento de exportaciones -	A. Hinojosa	2	98.00
17	Examen final	A. Hinojosa	2	100.00

8. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

8.1. Evaluación del aprendizaje

1. Evaluación Continua (EC)

1.1 Prácticas.

1.2 Controles de lectura.

1.3 Participación en clase.

1.4 Investigación Formativa.

1.5 Exposiciones grupales.

2.- Evaluación Periódica (EP).

2.1 Primer Examen

2.2 Segundo Examen

2.3 Tercer Examen

3.- Examen Subsanción o Recuperación (Sustitutorio):

Sustituye al a menor obtenida en el Primer o Segundo Examen correspondiente a la Evaluación periódica.

8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	Eval. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	19-10-2020	13%	20%	33%
Segunda Evaluación Parcial	23-11-2020	13%	20%	33%
Tercera Evaluación Parcial	28-12-2020	14%	20%	34%
TOTAL				100%

9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

- a) El estudiante tendrá derecho a observar o en su defecto a ratificar las notas consignadas en sus evaluaciones, después de ser entregadas las mismas por parte del profesor, salvo el vencimiento de plazos para culminación del semestre académico, luego del mismo, no se admitirán reclamaciones, estudiante que no se haga presente en el día establecido, perderá su derecho a reclamo.
- b) Para aprobar el curso el estudiante debe obtener una nota igual o superior a 11, en el promedio final.
- c) El estudiante que no tenga alguna de sus evaluaciones y no haya solicitado evaluación de rezagados en el plazo oportuno, se le considerará como abandono.
- d) El estudiante quedará en situación de ?abandono? si el porcentaje de asistencia es menor al ochenta (80%) por ciento en las actividades que requieran evaluación continua

10. BIBLIOGRAFÍA: AUTOR, TÍTULO, AÑO, EDITORIAL

10.1. Bibliografía básica obligatoria

- a) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Comercio Exterior, material de apoyo. 3era. Edición. Lima: Programa educativo exportador.
- b) Lerma, A. y Marquez, E. (2010). Comercio y Marketing internacional. 4ta Edición. México: Ed. CENCAGE Learning
- c) Universidad ESAN-PROMPERU. (2010). Manual y Programa de capacitación para capacitadores en comercio exterior. 1era Edición. Lima.

10.2. Bibliografía de consulta

- f) Artículos de Investigación Científica relacionados a los temas de Fuentes confiables como: Google Académico, Scielo, Scopus
- g) Cámara de comercio internacional. www.iccspain.org
- h) Organización mundial del comercio. www.wto.org/indexsp
- i) SUNAT. www.sunat.gob.pe
- j) MINCETUR. www.mincetur.gob.pe
- k) PROMPERU. www.promperu.gob.pe
- l) Estadísticas de comercio internacional. www.trademap.org

Arequipa, 05 de Octubre del 2020

HINOJOSA PEREZ, ANATOLIA