

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA



VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMIA

SÍLABO 2022 - A

ASIGNATURA: COMERCIO EXTERIOR

1. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Periodo académico:	2022 - A
Escuela Profesional:	ECONOMÍA
Código de la asignatura:	1705157
Nombre de la asignatura:	COMERCIO EXTERIOR
Semestre:	IX (noveno)
Duración:	17 semanas
Número de horas (Semestral)	Teóricas: 1.0
	Prácticas: 4.0
	Seminarios: 0.0
	Laboratorio: 0.0
	Teórico-prácticas: 0.0
Número de créditos:	3
Prerrequisitos:	ECONOMIA INTERNACIONAL 1 (1703241)

2. INFORMACIÓN DEL DOCENTE, INSTRUCTOR, COORDINADOR

DOCENTE	GRADO ACADÉMICO	DPTO. ACADÉMICO	HORAS	HORARIO
QUISPE VELASQUEZ, VICTOR	MAGISTER	ECONOMIA	0	Mar: 18:30-21:00 Jue: 19:20-21:00
QUISPE VELASQUEZ, VICTOR	MAGISTER	ECONOMIA	0	Mar: 16:40-18:30 Jue: 16:40-19:20
AROQUIPA APAZA, ORLANDO	MAGISTER	ECONOMIA	0	Lun: 16:40-18:30 Mié: 15:50-18:30
AROQUIPA APAZA, ORLANDO	MAGISTER	ECONOMIA	0	Lun: 18:30-20:10 Mié: 18:30-21:00

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 habilidades de gestión que se necesitan para emprender nuevos negocios en el ámbito internacional. El proceso de integración 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

Competencia General

Analiza los problemas de gestión empresarial y plantea soluciones con visión holística para la creación de valor compartido.

Competencia específica

Aplica en profundidad los conceptos, categorías y métodos de la teoría económica para la toma de decisiones económicas con sentido crítico y define políticas económicas orientadas al logro del crecimiento económico sostenido desde un punto de vista humanista.

Competencias del curso

- a) Conoce la operatividad del comercio internacional tanto en el ámbito de las exportaciones como importaciones.
- b) Conocer el ámbito de la gestión aduanera para tener éxito en las operaciones del comercio internacional.
- c) Medir el aprovechamiento de las integraciones comerciales y formas de comercialización internacional.
- d) Desarrollar técnicas de negociación según el ámbito de los mercados internacionales mediante la elaboración de contratos de compra venta internacional.
- e) Conocer herramientas de la inteligencia comercial internacional para la búsqueda de mercados.
- f) Desarrollar un plan de exportación con toda la cadena de Distribución Física Internacional.
- g) Conocer las nuevas tendencias de las negociaciones internacionales.

5. CONTENIDO TEMATICO

PRIMERA UNIDAD

Capítulo I: Operatividad del comercio internacional

Tema 01: Introducción-Lineamientos del curso

Tema 02: Importancia del Comercio Exterior

Tema 03: El Comercio Internacional

Tema 04: Operatividad Aduanera

Tema 05: Proceso de exportación - Incoterms

Tema 06: Empresa Exportadora

Tema 07: Financiamiento a las exportaciones

Tema 08: Beneficio a las Exportaciones

Tema 09: Documentos de Exportación

Tema 10: Medios de Pago Internacional

Capítulo II: Nomenclatura arancelaria

Tema 11: Nomenclatura - Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA)

Tema 12: Estructura del Sistema Armonizado (SA) - Búsqueda de Partida Arancelaria

Tema 13: Merceología - Clasificación Arancelaria

Tema 14: Reglas Generales para la Interpretación de la Nomenclatura

SEGUNDA UNIDAD

Capítulo III: Preferencias arancelarias

Tema 15: Medidas Arancelarias

Tema 16: Preferencias Arancelarias

Tema 17: Acuerdos Comerciales

Capítulo IV: Costos y presupuestos

Tema 18: Introducción - Costos y Gastos

Tema 19: Costos de Exportación

Tema 20: Precio de Exportación

Tema 21: Presupuesto

Capítulo V: Plan de marketing internacional

Tema 22: Introducción - Marketing internacional - Producto exportable

Tema 23: Análisis de la oferta exportable

Tema 24: Mercado objetivo

Tema 25: Acceso a mercados internacionales

Tema 26: Análisis de la demanda internacional

Tema 27: Comportamiento del consumidor

Capítulo VI: Logística internacional

Tema 28: Agencia de aduanas

Tema 29: Logística

Tema 30: Logística integral

Tema 31: Distribución física internacional

Tema 32: Transporte internacional

TERCERA UNIDAD

Capítulo VII: Envases y embalajes

Tema 33: Envase - Tipos

Tema 34: Empaque, Embalaje

Tema 35: Otros Complementos

Tema 36: Etiquetado

Capítulo VIII: Exporta fácil-Importa fácil

Tema 37: Antecedentes

Tema 38: Exporta Fácil e Importa fácil

Tema 39: Exportaciones 2010 - 2021

Tema 40: Trámite En Línea

Tema 41: Cálculo de Costo

Tema 42: Uso Práctico

Capítulo IX: Comercio electrónico

Tema 43: Situación Actual

Tema 44: Comercio Electrónico - ecommerce

Tema 45: Tipos de Comercio Electrónico

Tema 46: Medir es importante, Seguridad

Tema 47: Vender por Internet, Conclusiones

6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

6.1. Métodos

CURSO VIRTUAL:

- 1) Método expositivo - ilustrativo en las clases teóricas.
- 2) Método de elaboración conjunta, para la realización de trabajos grupales.
- 3) Método investigativo, para la elaboración del trabajo de investigación formativa.
- 4) Las clases combinan un enfoque conceptual con la participación activa del alumno en la realización de casos en los que el alumno podrá practicar los contenidos teóricos adquiridos en las clases. Se valora la asistencia y participación en clase, mediante un sistema de evaluación continua.

6.2. Medios

Diapositivas, Videos, Internet, Herramientas Google meet, Plataforma Modle, Libros de consulta

6.3. Formas de organización

CLASES TEÓRICAS:

- 1) Serán impartidas en el Aula Virtual
- 2) Talleres: Taller compartido con los alumnos a través del aula virtual, sobre temas de coyuntura internacional; para fomentar el trabajo en equipo y el mejor aprendizaje de todos los miembros del grupo.

CLASES PRACTICAS: Casos por resolver según los contenidos.

LA TUTORÍA: Para orientar al estudiante en el desarrollo del trabajo de investigación formativa. Y para la solución de problemas e inquietudes de la asignatura.

6.4. Programación de actividades de investigación formativa y responsabilidad social

i. Investigación Formativa: Se efectuará investigación sobre ?Comportamiento del comercio exterior de la región Arequipa, periodo 2010-2021.?. Tema programado en el desarrollo de la asignatura. Se usará fuentes oficiales del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Sunat, etc

ii. Responsabilidad Social: Se desarrollarán un WEBINAR haciendo alcance de los resultados en el trabajo de investigación formativa. Trabajo que vincula los conocimientos y habilidades adquiridas en la asignatura o el nivel en el que se encuentran con las necesidades de la comunidad

7. CRONOGRAMA ACADÉMICO

SEMANA	TEMA	DOCENTE	%	ACUM.
1	Introducción-Lineamientos del curso	O. Aroquipa, V. Quispe	1	1.00
1	Importancia del Comercio Exterior	O. Aroquipa, V. Quispe	2	3.00
2	El Comercio Internacional	O. Aroquipa, V. Quispe	2	5.00
2	Operatividad Aduanera	O. Aroquipa, V. Quispe	2	7.00
3	Proceso de exportación - Incoterms	O. Aroquipa, V. Quispe	2	9.00
3	Empresa Exportadora	O. Aroquipa, V. Quispe	2	11.00
4	Financiamiento a las exportaciones	O. Aroquipa, V. Quispe	2	13.00

4	Beneficio a las Exportaciones	O. Aroquipa, V. Quispe	3	16.00
5	Documentos de Exportación	O. Aroquipa, V. Quispe	3	19.00
5	Medios de Pago Internacional	O. Aroquipa, V. Quispe	3	22.00
5	Nomenclatura - Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA)	O. Aroquipa, V. Quispe	3	25.00
6	Estructura del Sistema Armonizado (SA) - Búsqueda de Partida Arancelaria	O. Aroquipa, V. Quispe	3	28.00
6	Merceología - Clasificación Arancelaria	O. Aroquipa, V. Quispe	3	31.00
6	Reglas Generales para la Interpretación de la Nomenclatura	O. Aroquipa, V. Quispe	4	35.00
7	Medidas Arancelarias	O. Aroquipa, V. Quispe	2	37.00
8	Preferencias Arancelarias	O. Aroquipa, V. Quispe	2	39.00
8	Acuerdos Comerciales	O. Aroquipa, V. Quispe	2	41.00
8	Introducción - Costos y Gastos	O. Aroquipa, V. Quispe	2	43.00
8	Costos de Exportación	O. Aroquipa, V. Quispe	2	45.00
9	Precio de Exportación	O. Aroquipa, V. Quispe	2	47.00
9	Presupuesto	O. Aroquipa, V. Quispe	2	49.00
9	Introducción - Marketing internacional - Producto exportable	O. Aroquipa, V. Quispe	2	51.00
10	Análisis de la oferta exportable	O. Aroquipa, V. Quispe	2	53.00
10	Mercado objetivo	O. Aroquipa, V. Quispe	2	55.00
10	Acceso a mercados internacionales	O. Aroquipa, V. Quispe	2	57.00
11	Análisis de la demanda internacional	O. Aroquipa, V. Quispe	2	59.00
11	Comportamiento del consumidor	O. Aroquipa, V. Quispe	2	61.00
11	Agencia de aduanas	O. Aroquipa, V. Quispe	1	62.00
11	Logística	O. Aroquipa, V. Quispe	1	63.00
12	Logística integral	O. Aroquipa, V. Quispe	2	65.00
12	Distribución física internacional	O. Aroquipa, V. Quispe	2	67.00
12	Transporte internacional	O. Aroquipa, V. Quispe	3	70.00
13	Envase - Tipos	O. Aroquipa, V. Quispe	1	71.00
14	Empaque, Embalaje	O. Aroquipa, V. Quispe	2	73.00
14	Otros Complementos	O. Aroquipa, V. Quispe	2	75.00
14	Etiquetado	O. Aroquipa, V. Quispe	2	77.00
14	Antecedentes	O. Aroquipa, V. Quispe	2	79.00
15	Exporta Fácil e Importa fácil	O. Aroquipa, V. Quispe	2	81.00
15	Exportaciones 2010 - 2021	O. Aroquipa, V. Quispe	2	83.00
15	Trámite En Línea	O. Aroquipa, V. Quispe	2	85.00
15	Cálculo de Costo	O. Aroquipa, V. Quispe	2	87.00
15	Uso Práctico	O. Aroquipa, V. Quispe	2	89.00
16	Situación Actual	O. Aroquipa, V. Quispe	2	91.00
16	Comercio Electrónico - ecommerce	O. Aroquipa, V. Quispe	2	93.00
16	Tipos de Comercio Electrónico	O. Aroquipa, V. Quispe	2	95.00
16	Medir es importante, Seguridad	O. Aroquipa, V. Quispe	2	97.00
17	Vender por Internet, Conclusiones	O. Aroquipa, V. Quispe	3	100.00

8. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

8.1. Evaluación del aprendizaje

1.- Evaluación Continua. (En lo posible la ponderación debe ser mayor que la evaluación periódica)

1.1 Primera Evaluación continua: Peso 20%

1.2 Segunda Evaluación continua: Peso: 20%

1.3 Tercera Evaluación continua: Peso 20%

2.- Evaluación Periódica.

2.1 Primer Examen: Peso: 10%

2.2 Segundo Examen: Peso: 10%

2.3 Tercer Examen: Peso: 20%

3.- Examen Subsanción o Recuperación (Sustitutorio): 22/07/2022

8.2. Cronograma de evaluación

EVALUACIÓN	FECHA DE EVALUACIÓN	EXAMEN TEORÍA	Eval. CONTINUA	TOTAL (%)
Primera Evaluación Parcial	23-05-2022	10%	20%	30%
Segunda Evaluación Parcial	11-07-2022	10%	20%	30%
Tercera Evaluación Parcial	22-08-2022	20%	20%	40%
TOTAL				100%

9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

a) El curso estará dividido en tres fases. Las tres primeras fases constan de un examen parcial, asistencias, participación en clase y entrega de lecturas.

b) El alumno 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, alumno que no se haga presente en el día establecido, perderá su derecho a reclamo.

c) Para aprobar el curso el alumno debe obtener una nota igual o superior a 10.5, en el promedio final

d) El alumno que no tenga alguna de sus evaluaciones y no haya solicitado evaluación de rezagados en el plazo oportuno, se le considerará como abandono.

e) El estudiante quedara en situación de ?abandono? si el porcentaje de asistencia es menor al ochenta (80%) por ciento en las actividades que requieran evaluación continua (Practicas, talleres, seminarios, etc).

10. BIBLIOGRAFÍA: AUTOR, TÍTULO, AÑO, EDITORIAL

10.1. Bibliografía básica obligatoria

? Alejandro E. Lerma M. (2020). Comercio y Marketing Internacional 5ta Ed. CENCAGE Learning, México.

<https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

? Charles H. (2015). Negocios Internacionales. 10ma Ed. Editorial Mc Graw Hill.

<https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

? Lombana C. (2016) Negocios Internacionales, fundamentos y estrategias 2da Ed. Ecoe Ediciones

<https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

? Martin M. y Martínez G. (2015). Manual Práctico de Comercio Exterior 5ta Ed. FC Editorial. España

? Philip R. y Cateora R. y Bruce M. y Gilly J. (2020) Marketing Internacional. 18ava Ed. Editorial Mc Graw Hill. <https://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?il=&pg=&ed=256>

? Universidad Esan-Promperu. (2010). Manual y programa de capacitación para capacitadores en

10.2. Bibliografía de consulta

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

- ? Aranceles a nivel mundial/ www.macmap.org
- ? Cámara de comercio internacional / www.iccspain.org
- ? TRADEMAP. Estadísticas de comercio internacional www.trademap.org
- ? MINCETUR/ www.mincetur.gob.pe
- ? Organización mundial del comercio/ www.wto.org/indexsp
- ? PROMPERU/ www.promperu.gob.pe
- ? SUNAT/ www.sunat.gob.pe

Arequipa, 15 de Julio del 2022

QUISPE VELASQUEZ, VICTOR

AROQUIPA APAZA, ORLANDO