

SÍLABO 2023-II

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: Taller de Exportaciones e Importaciones
2. Código	: NG02805
3. Naturaleza	: Teórico-práctica
4. Condición	: Obligatorio
5. Requisitos	: NG02705 Taller de Negociaciones
6. Nro. Créditos	: Tres (03)
7. Nro de horas	: 06 (04 Teóricas/ 02 Prácticas)
8. Semestre Académico	: VIII ciclo
9. Docente	: Mg. Ana María Vílchez Túpac
Correo Institucional	: anamaria.vilchez@urp.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura es de naturaleza obligatoria y pertenece al área de formación profesional básica, es de carácter teórico - práctico y tiene como propósito reconocer y aplicar los conocimientos para el diseño de la realización de exportación e importación de un producto o servicio acorde con las tendencias mundiales, regionales y nacionales, adaptado al entorno que se desenvuelve. El objetivo se centra en simular en equipos la realización de un proceso integral de exportación e importación.

III. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- **Multilingüe:**
Utiliza el idioma objetivo en forma oral y escrita, con fluidez y pertinencia en la gramática y vocabulario para la comunicación asertiva que permita, con seguridad y confianza, lograr el entendimiento en las negociaciones globales.
- **Múltiples Inteligencias:**
Utiliza las diversas inteligencias para desarrollar sus capacidades para el logro de emprendimientos trascendentes y alcanzar grandes propósitos mediante la toma de decisiones eficaces e interactuar con los diferentes grupos de interés con responsabilidad social en los negocios globales.

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- **Competencia de Logística y Operaciones Globales:**
Administra procesos logísticos en la cadena de suministro de bienes y servicios de empresas globales, aplicando tecnologías de información disruptivas eficaces y eficientes, generando valor bajo un enfoque de responsabilidad social.

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN (X) RESPONSABILIDAD SOCIAL ()

VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Diseño de un plan de exportación e importación de una empresa nueva a través del manejo de las principales bases de datos a nivel internacional de inteligencia comercial a fin de determinar los principales mercados potenciales de un producto o servicio; identificar, describir y aplicar las principales actividades y procedimientos del proceso de exportación e importación de un producto o servicio y realizar una simulación práctica para ello, en un contexto empresarial globalizado.

VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: CÓMO Y DÓNDE EMPEZAR EL PROCESO DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad el estudiante debe identificar un negocio de exportación estableciendo el criterio de la demanda, mercado y producto, en un contexto empresarial globalizado y consciente del dinamismo del mercado.	
Semana	Contenido
1	<ul style="list-style-type: none">• Globalización. Importancia
2	<ul style="list-style-type: none">• Documentos usados en Comercio Exterior• Normas Aduaneras Nacionales e Internacionales
3	<ul style="list-style-type: none">• Exportaciones Peruanas

Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias mundiales de consumo
4	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis para la identificación de productos exportables • Sunat/Mincetur, Estructura y funciones

UNIDAD II: ESTRATEGIA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN

LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad el estudiante aplica metodologías para el plan de exportación dentro de un enfoque sistémico y por procesos, en un contexto empresarial globalizado mostrando flexibilidad ante los cambios.

Semana	Contenido
5	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de un Plan de Negocios de Exportación • El perfil de mercado a exportar y la investigación del mercado.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un nuevo producto de exportación • Análisis y adaptación del producto para la exportación al mercado internacional
7	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso logístico de la Exportación. • Análisis de costos en exportaciones LCL y FCL • Drawback
8	Semana de Exámenes Parciales: Entrega de Plan de Exportaciones

UNIDAD III: ESTRATEGIA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN

LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad el estudiante debe identificar un negocio de importación estableciendo el criterio de la demanda, mercado y producto, en un contexto empresarial globalizado y consciente del dinamismo del mercado.

Semana	Contenido
9	<ul style="list-style-type: none"> • Importaciones: Concepto, Tipos, Regímenes Aduaneros, Aranceles y su evolución en el Mercado Peruano.
10	<ul style="list-style-type: none"> • El perfil e investigación del Mercado local y tendencias de consumo • Desarrollo de un producto de importación, nuevo o existente
11	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación primordial durante el proceso de importación
12	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo y Retroalimentación • Evaluación del logro de aprendizaje • Entrega de avance de informe de investigación

UNIDAD IV: LOGÍSTICA Y ANÁLISIS DE COSTOS EN LAS IMPORTACIONES

LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad el estudiante será capaz de conocer la logística y costos de las importaciones en general, siendo capaz de poder realizar importaciones de muestreo, en un contexto empresarial globalizado orientándolos a la obtención de calidad y resultados.

Semana	Contenido
13	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de un Plan de Negocios de Importación. • Certificaciones: BASC y OEA
14	<ul style="list-style-type: none"> • Importaciones: Tariff and Taxes. Cálculo.
15	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso logístico de la Importación. • Análisis de costos en importaciones LCL y FCL • Importa Fácil
16	Semana de Exámenes Finales: Entrega de Plan de Importaciones
17	ACTAS FINALES

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Exposiciones
- Desarrollo de ejercicios individuales y en equipo

- Estudio y análisis de casos, discusión.
- Prácticas
- Trabajo final integrador de Importación y Exportación

IX. EVALUACIÓN

UNIDAD	TIPOS DE EVALUACIÓN	PESOS
I	Práctica Calificada (01)	7.5%
II	Práctica Calificada (02)	7.5%
	Examen Parcial: Plan de Exportaciones	30%
III	Práctica Calificada (03)	7.5%
IV	Práctica Calificada (04)	7.5%
	Examen Final: Plan de Importaciones	30%
	Participación (10 opportunities)	10%

*El número de unidades es referencial

X. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del docente, lecturas, videos.
- Plataformas: SUNAT, Mincetur, Líneas navieras

XI. REFERENCIAS

Bibliografía Básica

- Naciones Unidas. Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compra venta internacional de mercaderías. Viena, 1989
- Cornejo Ramirez Enrique. Introducción a los negocios de Exportación. Criterios para la toma de decisiones. 1ra Edición Lima. Editorial San Marcos, 1996
- Perez Espinoza, Arbués. Manual de Promoción de Exportaciones Teoría, Política y Gestión. 1ª. Edición Lima . Ediciones Universidad de San Martín de Porres, 2000
- PROMPEX / CCI. La clave del comercio. Libro de Respuestas para pequeños y medianos exportadores. 1ra Edición Lima. 2001
- Cateora Philip, Graham John. Marketing Internacional. Duodécima Edición. Editorial Mc Graw Hillv 2006
- Elena G. Popkova and Yakov A. Sukhodolov. Foreign trade as a factor of economic growtn. Russian-Chinese Foreign Trade Cooperation.Ebook,2017.
- Daniels John D. y Radebaugh Lee H, Negocios Internacionales, 10a. Edición, Pearson, México, 2004.
- Gobierno del Perú – Mincetur. Plan Estratégico Nacional Exportador 2025. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Febrero 2020

Bibliografía complementaria

- ROBBINS / COULTER; Administración, 10ª. Edición; Editorial Pearson 2005.
- DAVID, FRED R.; Concepto de Administración Estratégica, 9ª Edición; Editorial Pearson 2003.
- ADEX. Asociación de exportadores: www.adexperu.org.pe
- BCRP. Banco Central De Reserva Del Peru. www.bcrp.gob.pe
- FORUM la revista del centro de comercio Internacional. www.intrancen.org/tradeforum.
- INEI, Instituto nacional de estadística e Informática. www.inei.gob.pe
- MINCETUR, Ministerio de Comercio Exterior, Turismo, www.mincetur.gob.pe
- OMC, Organización Mundial de Comercio www.wto.org/indexsp

Universidad Ricardo Palma
Rectorado
Oficina de Desarrollo Académico, Calidad y Acreditación

- SUNAT, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
<http://www.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/>

DIRECCIÓN DE DESARROLLO ACADÉMICO, CALIDAD Y ACREDITACIÓN
DIRECTOR: JOSÉ CLEMENTE FLORES BARBOZA