



SILABO

I. DATOS GENERALES:

1.1. Curso	:	TALLER DE EXPORTACIONES
1.2. Código	:	NG 02805
1.3. Ciclo Académico	:	VII
1.4. Créditos	:	02
1.5. Naturaleza del curso	:	Obligatorio
1.6. Horas semanales	:	4 (2 Taller- 2 Laboratorio)
1.7. Requisito	:	Taller de Negociaciones
1.8. Currícula	:	2006-II

II. SUMILLA:

El Taller de Exportaciones es un curso de línea de la carrera de Negocios Globales y está diseñado para capacitar a los estudiantes para la realización de la exportación de un producto o servicio tomando en cuenta las características de los diferentes mercados internacionales y aplicando todas las técnicas y procedimientos que se utilizan para realizar las operaciones. El objetivo se centra en simular en equipos la realización de un proceso integral de exportación.

El desarrollo del curso se inicia con temas relacionados al 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 servicios, posteriormente la aplicación de estas herramientas en la selección del mercado y la aplicación de herramientas de marketing internacional para lograr el ingreso a dicho mercado y la logística que será necesaria para la entrega del producto según las condiciones establecidas.

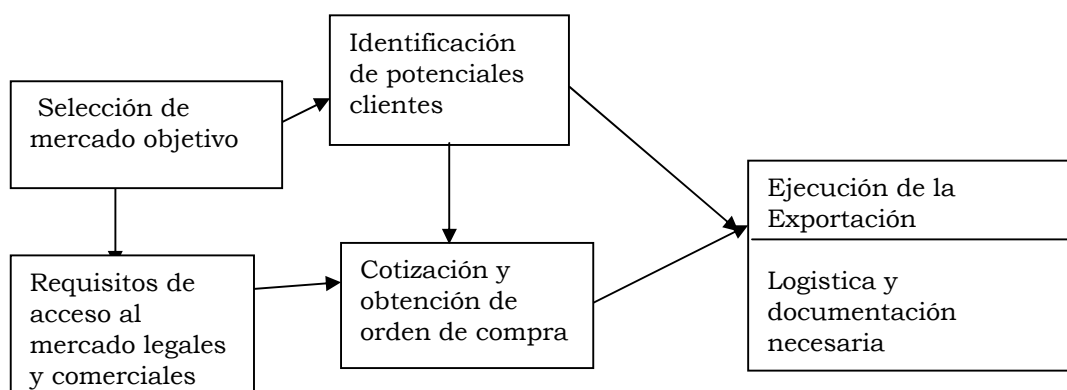
III. COMPETENCIA DE LA CARRERA:

- Actúa como gerente de clase mundial orientado por valores, respetando la dignidad humana y la diversidad cultural de los pueblos.
- Gerencia eficaz y eficientemente organizaciones globales, para lo cual posee competencias de la administración y de los diversos procesos que se realizan en la cadena de valor de las organizaciones.
- Gerencia organizaciones utilizando la calidad total y el mejoramiento continuo como principales instrumentos de gestión.
- Dirige y asesora organizaciones con alto sentido de responsabilidad social.

IV. COMPETENCIAS DEL CURSO:

- 4.1 Manejar las principales bases de datos a nivel internacional para la determinación de los mercados hacia los cuales dirigir un producto o servicio.
- 4.2. Identificar, describir y aplicar las principales actividades y procedimientos del proceso de exportación de un producto o servicio y realizar una simulación practica para ello.

V. RED DE APRENDIZAJE.



VI. UNIDADES DEL APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I.- COMO Y DONDE EMPEZAR? EL PROCESO DE LA COMERCIALIZACION DE EXPORTACIONES

Logro: Identificar un negocio de exportación, para ello se establece el criterio de la demanda, mercado y producto.

Nº de Horas: 04

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> • Cómo exportar con un presupuesto determinado • Explicación de la puesta en marcha de un negocio • Análisis para la identificación de un negocio de exportación. • El marketing internacional y la puesta en marcha de un negocio de exportación • El marketing estratégico y el marketing táctico. • El perfil de mercado y la investigación de mercado • Estructura de un Plan de Negocios de Exportación 	Desarrollo del tema 1 Exposición en clase Uso del ppt	1

UNIDAD TEMÁTICA II: LA INVESTIGACION DE MERCADOS DE EXPORTACION

Logro: Identificar las técnicas de investigación de mercados. Utilizar la investigación cualitativa y cuantitativa e identificar el mercado meta de exportación.

Nº de Horas: 08

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> • Principales fuentes de información secundaria • Elección de mercado de exportación • Cuantificación del mercado 	Desarrollo del tema 2 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso práctico	2
<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de Campo – Planificación de visita de mercado • La investigación de mercados por bloques 	Desarrollo del tema 3 Exposición en clase Uso del ppt	3



<p>económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como penetrar en el mercado de meta • Aspectos Culturales del mercado meta • Elaboración de una guía para la investigación de mercado. 	Practica calificada	
--	----------------------------	--

UNIDAD TEMÁTICA III.- ESTRATEGIA PARA LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE EXPORTACION

Logro: Realizar un análisis exhaustivo del marketing mix dimensionando el producto a nivel básico, real, y aumentado.

Nº de Horas: 08

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y Adaptación del productos para la exportación • Empaque para la exportación (Aspectos básicos y planeamiento) • Control de Calidad • Adaptación del producto al mercado meta • Desarrollo de un nuevo producto 	Desarrollo del tema 4 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso practico	4
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de 1er avance de trabajo Grupal 	Exposición en clase	5

UNIDAD TEMÁTICA IV.- POLITICAS DE DISTRIBUCION PARA LA EXPORTACION

Logro: Elaborar la mejor red de distribución para la comercialización del producto de exportación. Identificar los principales clientes.

Nº de Horas: 08

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de distribución (funciones, decisiones y alternativas de distribución en el mercado meta) • Medidas para elegir a un agente en el extranjero • Elección del agente adecuado • Otras alternativas de distribución en el mercado meta 	Desarrollo del tema 6 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso practico	6
<ul style="list-style-type: none"> • Elección del agente adecuado • Otras alternativas de distribución en el mercado meta 	Desarrollo del tema 7 Exposición en clase Uso del ppt Exposición en clase Desarrollo de caso practico	7

Semana de exámenes parciales	Presentación de avance proyecto de taller	8
------------------------------	--	---



UNIDAD TEMÁTICA V.- LA PROMOCION EN EL MERCADO DE EXPORTACION: ESTRATEGIAS Y TECNICAS

Logro: Identificar las mejores opciones que tienen los exportadores peruanos para promover sus exportaciones. Diseñar un plan de promoción del producto o servicio a exportar.

Nº de Horas: 04

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none">• Técnicas de apoyo a la comercialización• Publicidad• Promoción de ventas• Relaciones públicas• Materiales de promoción• Noticias sobre nuevos productos• La visita comercial y el uso de la ferias para promocionar los productos	Desarrollo del tema 9 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso practico	9

UNIDAD TEMÁTICA VI.- FIJACION DE PRECIOS PARA MERCADO DE EXPORTACION

Logro: Fijar el precio del producto de exportación, en base al análisis histórico, la estructura de sus costos y del precio del producto en el mercado de destino. Establecer la estrategia de precios de exportación y definir el medio de pago internacional más adecuado.

Nº de Horas: 04

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none">• Fijación de Precios Teoría y Práctica• Procedimientos de fijación de los precios• La Primera Exportación	Desarrollo del tema 10 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso practico	10

UNIDAD TEMÁTICA VII.- REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

Logro: Identificar los requerimientos que tiene el mercado de destino para el ingreso del producto o servicio de exportación.

Nº de Horas: 04

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none">• Requisitos arancelarios• Requisitos no arancelarios• Requisitos comerciales	Desarrollo del tema 11 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso practico	11

UNIDAD TEMÁTICA VII.- LA OPERACIÓN DE LA EXPORTACION

Logro: Establecer el plan de operaciones de exportación. Preparar la documentación correspondiente, realizar las coordinaciones de embarque. Contratar a las empresas de servicio involucradas, hacer seguimiento de la exportación hasta la entrega del producto al comprador en el mercado de destino.

Nº de Horas: 12

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> Relación: proyecto, transporte, incoterms, productos, costos DFI, utilidad y viabilidad, precios de venta y la cotización para el análisis Elección del modo de transporte Definición de la ruta 	Desarrollo del tema 12 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso práctico	12
<ul style="list-style-type: none"> Simulador <ol style="list-style-type: none"> Vendedor Preparación de la mercancía Trámites de exportación Transporte local Servicio Terminal local Transporte internacional Servicio Terminal exterior Transporte interno asegurado Trámites de importación Comprador 	Desarrollo del tema 13 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso práctico	13
<ul style="list-style-type: none"> Información de despacho Ajuste final al costo y precio de exportación Evaluación de criterios para la selección de los proveedores de servicios 	Desarrollo del tema 14 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso práctico	14

UNIDAD TEMÁTICA VIII.- ESTRATEGIAS DE VENTAS: PRE-VENTA, VENTA, POST VENTA

Logro: Diseñar la mejor estrategia de ventas internacionales para su producto. Aplicar las técnicas de seguimiento de la exportación hasta determinar la evaluación final de satisfacción del cliente.

Nº de Horas: 04

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
<ul style="list-style-type: none"> Políticas de Pre – venta Políticas de Venta Políticas de Post - Venta 	Desarrollo del tema 15 Exposición en clase Uso del ppt Desarrollo de caso práctico	15

Semana de exámenes finales	Exposiciones finales de plan de taller	16
Semana de exámenes sustitutorios	Exposiciones finales de plan de taller	17



VII. METODOLOGÍA.-

- Demostración, Análisis, Explicación. Debate, Lluvia de ideas.
- Práctica con retroalimentación, con apoyo de equipos: Retroproyector y Multimedia.
- Exposición del profesor
- Desarrollo de casos prácticos
- Exposiciones

VIII. EVALUACIÓN. Procedimiento

	<u>Peso</u>
• A) Exposición de Perfil de Mercado	1
• B) Exposición de Plan de Taller	1
• C) Desarrollo de Practica Calificada	1
• D) Caso Practico 1	1
• E) Caso Practico 2	1
• F) Caso Practico 3	1

- $(A+B+C+D+E+F)/6 = \text{Nota Final}$

1.-EVALUACIONES

- **Practica calificada**
- **Perfil de mercado**
- **Exposición de Plan de Taller**








SEMANA DE EVALUACIÓN

- 3ra semana**
- 5ta semana**
- 16va semana**

CASOS PRACTICOS

Se realizaran en las horas asignadas a laboratorio, durante el ciclo se desarrollaran 4 casos prácticos calificados, de los cuales se seleccionaran las 3 mejores notas de cada alumno.

IX. BIBLIOGRAFIA

-  Cornejo Ramirez Enrique. **Comercio Internacional Hacia una Gestión Competitiva**. 1ra Edición Lima. Editorial San Marcos, 1996
-  Cornejo Ramirez Enrique. **Introducción a los negocios de Exportación. Criterios para la toma de decisiones**. 1ra Edición Lima. Editorial San Marcos, 1996
-  Cateora Philip, Graham Johm. **Marketing Internacional**. Duodécima Edición. Editorial Mc Graw Hillv 2006
-  Malca Oscar. **Comercio Internacional**. Lima. CIUP Agosto 2002
-  Sandoval Luis, **Logística Internacional de Importaciones. Guía para el negocio de importaciones en el Perú**. 1ra Edición. Lima. Editorial Superintendencia Nacional de Aduanas. 2002.
-  PROMPEX / CCI. **La clave del comercio. Libro de Respuestas para pequeños y medianos exportadores**. 1ra Edición Lima. 2001
-  Naciones Unidas. **Convención de las Naciones Unidades sobre los contratos de compra venta internacional de mercaderías**. Viena, 1989










UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela Académico Profesional de Administración de Negocios Globales



-  Perez Espinoza, Arbués. **Manual de Promoción de Exportaciones Teoría, Política y Gestión**. 1ª. Edición Lima . Ediciones Universidad de San Martín de Porres, 2000
-  Gobierno del Peru – Mincetur. **Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 – 2013. Bases Estratégicas**. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Marzo 2004
-  Gobierno del Peru – Mincetur. **Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 – 2013 Plan Operativo Exportador del Sector Agropecuario-Agroindustrial**. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Abril 2004
-  Gobierno del Peru – Mincetur. **Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 – 2013 Plan Operativo Exportador del Sector Forestal Maderable**. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Mayo 2005
-  Gobierno del Peru – Mincetur. **Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 – 2013 Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones**. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Abril 2004
-  Gobierno del Peru – Mincetur. **Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 – 2013 Plan Operativo Exportador del Sector Artesanías** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Febrero 2005
-  Daniels John D. y Radebaugh Lee H, **Negocios Internacionales**, 10a. Edición, Pearson, México, 2004.

Enlaces útiles:

World Trade Organization	www.wto.org
World Bank's Trade Research Group	www.worldbank.org
United Nations Conference on Trade and Development	www.unctad.org
Harvard's Global Trade Negotiations home page	www.cid.harvard.edu/cidtrade
NBER International Trade and Investment Program	www.nber.org/programs/iti
CEPR International Trade Program	www.cepr.org/research/Areas
Fondo Monetario Internacional:	www.imf.org
Banco Mundial:	www.wb.com
Organización Mundial de Comercio:	www.omc.com
Latin Trade	www.latintrade.com
SUNAT	www.sunat.gob.pe
PROMPEX	www.prompex.gob.pe
MINCETUR	www.mincetur.gob.pe