



SILABO

I. DATOS GENERALES:

1.1. Curso	:	TALLER DE FERIAS Y MISIONES INTERNACIONALES
1.2. Código	:	NG01005
1.3. Ciclo académico	:	X
1.4. Créditos	:	02
1.5. Naturaleza del curso	:	Obligatorio
1.6. Horas semanales	:	4 (2 Teo – 2 Pra)
1.7. Requisito	:	Taller de Importaciones
1.8. Currícula	:	2006-II

II. SUMILLA

El taller permite el aprendizaje práctico de los instrumentos de promoción del comercio internacional: ferias, exposiciones comerciales y otros mecanismos de promoción como misiones comerciales y viajes de negocios. Principales tipos de ferias, su preparación, actuación en la feria, seguimiento, así como aspectos legales y organismos que agrupan a las principales ferias internacionales. Proporcionará a los estudiantes los conocimientos prácticos para organizar y participar en ferias, tanto como expositor y visitante.

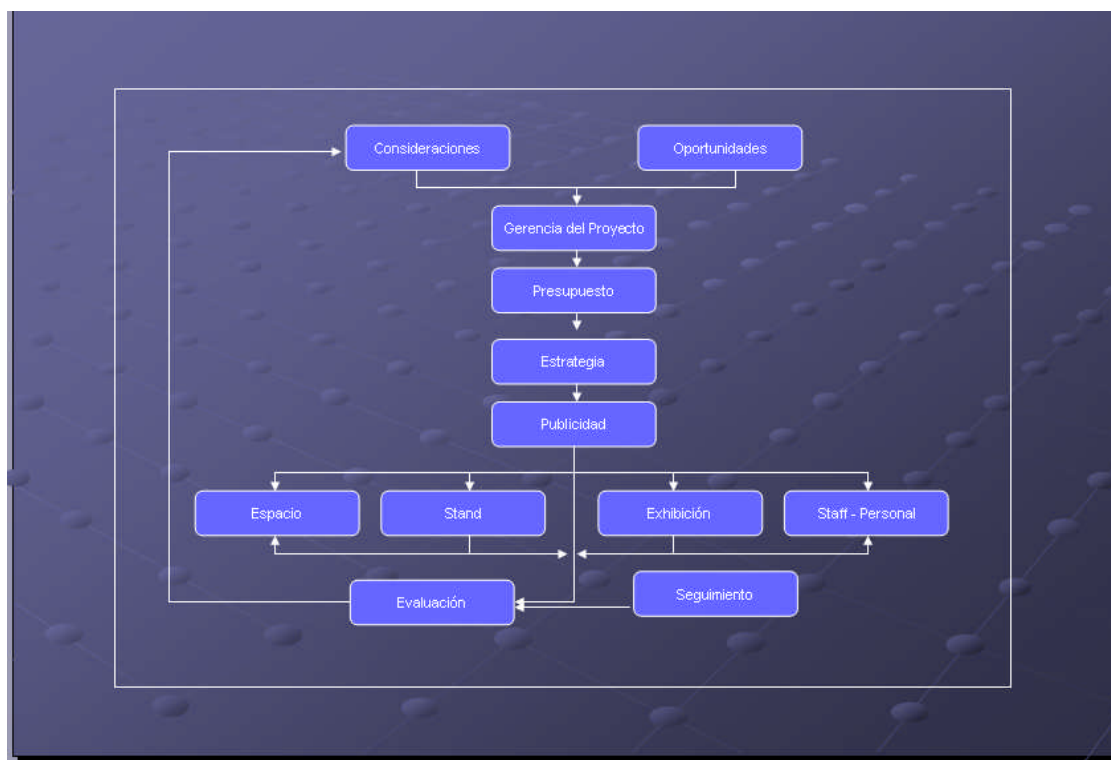
III. COMPETENCIA DE LA CARRERA:

Entender el funcionamiento de las ferias internacionales como mecanismo de promoción en el comercio exterior utilizado por las empresas en un contexto global, identificando cuales son las debilidades, fortalezas, riesgos y oportunidades de la misma, para participar y competir en un entorno mundial.

IV. COMPETENCIAS DEL CURSO:

- 4.1 Los alumnos tendrán conocimiento sobre cómo organizar y participar en ferias internacionales como expositor y/o visitante.
- 4.2 Los alumnos construirán un presupuesto de los costos de participación en una Feria y luego conocerán las implicancias de ello en la utilización de ferias internacionales como mecanismo de promoción.

V. RED DE APRENDIZAJE:



VI. UNIDADES DEL APRENDIZAJE:

UNIDAD TEMÁTICA I: LAS FERIAS COMO MEDIO DE MARKETING INTERNACIONAL

Logro: Conoce la definición, importancia e información básica de las ferias

Nº de Horas: Veinte (20) horas

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
1.1 Introducción a las Ferias	• Exposición Participativa	1
1.2.Las Ferias y las variables de análisis	• Exposición Participativa • Ejercicios	2
1.3 La importancia de las ferias 1.4 Clasificación de las ferias 1.5 ¿Porqué participar en una feria?	• Exposición Participativa	3
1.6 ¿Cómo elegir una feria? 1.7 Entorno del mercado y entorno de la empresa	• Exposición Participativa	4
1.8 Importancia de la imagen de la empresa 1.9 Plan Estratégico de imagen	• Exposición Participativa • Lectura y desarrollo de casos • Práctica dirigida	5

UNIDAD TEMÁTICA II: PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN PRE-FERIA

Logro: Planificar y organización de la información necesaria para la pre-feria.

Nº de Horas: Veinte (20) horas

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
------	-------------	--------

2.1 Etapas de una feria	• Exposición Participativa	6
2.2 Identificación de Objetivos de participación	• Exposición Participativa	7
2.3 Elección del mercado		
2.4 Decoración de stand		
2.5 Promoción y publicidad	• Exposición Participativa	8
2.6 El uso de nuevas tecnologías	• Ejercicios	
2.7 Diseño de plan de acción por feria		
2.8 Elaboración del presupuesto y costos de participación en la feria	• Exposición Participativa • Lectura y desarrollo de casos	9
2.9 Cronograma de actividades	• Exposición Participativa • Práctica dirigida	10

UNIDAD TEMÁTICA III: DESARROLLO DE LA FERIA Y ACCIONES POST FERIA

Logro: Conocer los aspectos necesarios considerados durante el desarrollo de una feria así como las acciones de seguimiento que implica su realización y participación.

N° de Horas: Dieciseis (16) horas

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
3.1 Implementación de una feria	• Exposición Participativa	11
3.2 Desarrollo de acciones de la comunicación		
3.3 Medios utilizados propios de la empresa	• Exposición Participativa	12
3.4 Medios externos		
3.5 Después de la feria	• Exposición Participativa	13
3.6 Balance de una feria	• Resumen de lecturas • Práctica dirigida	
3.7 Breves consejos	• Exposición Participativa • Resumen de lecturas • Práctica dirigida	14

UNIDAD TEMÁTICA IV: LAS MISIONES EMPRESARIALES

Logro: Comprender la importancia de la realización de una misión empresarial

N° de Horas: Cuatro (4) horas

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
4.1 Las misiones empresariales, clasificación, utilidad	Exposición participativa	15

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
EVALUACION FINAL	Suspensión de clases	16
EVALUACION SUSTITUTORIA		17

VII. METODOLOGÍA

Las clases serán dinámicas, buscando la participación del alumno a través de la lectura, investigación y desarrollo de casos.



Para lograr los objetivos trazados se realizarán las siguientes actividades de Aprendizaje:

- Exposición del profesor, complementadas con análisis, debate y discusión de lecturas previamente asignadas a los alumnos.
- Desarrollo y exposición de casos y trabajos de investigación Grupal, con apoyo de equipos: Retroproyector y Multimedia.

VIII. EVALUACIÓN. Procedimiento

Promedio final = (Ex. Parcial + Ex. Final + Promedio de Prácticas)/3; en donde

Promedio de Prácticas = (Práctica 1 + Práctica 2 + Práctica 3 + Práctica 4) / 4

Opcionalmente se puede eliminar la nota de práctica más baja, en cuyo caso la división es entre 3.

Podrán rendir examen sustitutorio los estudiantes desaprobados siempre que tengan un promedio final igual o mayor de siete (7).

IX. BIBLIOGRAFIA

1. Your Expo Coach – BSO Edition. CBI Centre for the Promotion of Import from Developing Countries, The Netherlands, 2005
2. Your Expo Coach – Exporter's Edition, Guide for organizing for successful individual exhibition participation. CBI Centre for the Promotion of Import from Developing Countries, The Netherlands, 2007
3. Your Image Builder. CBI Centre for the Promotion of Import from Developing Countries, The Netherlands, 2007
4. DIGGING FOR GOLD Internet as a source for EU market information. CBI Centre for the Promotion of Import from Developing Countries, The Netherlands, 2008
5. Measurement strategy for exhibition participation, Intraservice, The Netherlands, 2009

Enlaces de Interés

Expodatabase www.expodatabase.com

ExpoWorld.net www.expoworld.net

Internacional Federation of Exhibition Services www.ifesnet.com

International Exhibition Logistics Associates (IELA) www.iela.org

Trade Show Advisor www.trade-show-advisor.com

Asociación Internacional de Ferias en América www.afida.org

Mundo Ferias www.mundoferias.com