



FACULTAD DE ADMINISTRACION

Asignatura: ENVASES Y EMBALAJES

Código: 7A0303

1. DATOS GENERALES

1.1. DEPARTAMENTO	: Gestión Empresarial e Institucional
1.2. ESCUELA PROFESIONAL	: Administración Turismo y Negocios Internacionales
1.3. ESPECIALIDAD	: Negocios Internacionales
1.4. NOMBRE DE LA CARRERA	: Licenciado en Administración con Mención en Negocios Internacionales.
1.5. CICLO DE ESTUDIOS	: VIII
1.6. CREDITOS	: 3
1.7. AREA DE LA ASIGNATURA	: Administración
1.8. CONDICION	: Obligatoria
1.9. PRE-REQUISITOS	: Administración Logística
1.10. HORA DE CLASE SEMANAL	: 04
1.11. HORAS DE CLASE TOTAL	: 68
1.12. PROFESOR RESPONSABLE	: Lic. Adm. Felipe Vizcarra Gómez
1.13. AÑO LECTIVO ACADEMICO	: 2008- II



2. SUMILLA

Introducción. Principales funciones de los envases y embalajes como elemento importante en la distribución física Internacional. Funciones de conservación, acondicionamiento e información de los envases. El envase como una herramienta de venta, Función de marketing. Los tipos de envases y embalajes adecuados que se utilizan en el Comercio Exterior: Acondicionamiento y microbiología. Riesgos asociados con la posible contaminación de los alimentos. Intercambios entre el producto alimentario y su embalaje. Riesgos organolépticos para el alimento unidos a las migraciones. Riesgos toxicológicos, el recipiente y su cierre. Los materiales metálicos. El vidrio. Envases de papel. Plásticos. Materiales naturales: madera, paja, ceras, alfarería, textil, mimbre, películas comestibles. Envasado y almacenamiento. Las regulaciones referidas a los envases y embalajes. Lo importante que es la inocuidad en el envasado y embalaje de alimentos. Utilizar la marca como parte de los envases y embalaje. Los riesgos que corre la mercancía en el traslado del país de origen al país de destino. Incorporación en el diseño del envase o embalaje y nuevos conceptos como ecología, reutilización y reciclaje. El cubicaje de la carga, cálculos y normativas.

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El alumno comprenderá la importancia de los procesos de envase y embalaje, tendrá el conocimiento de los diferentes materiales usados en el envase y el embalaje, sus aplicaciones, ventajas y desventajas, el reciclado de los materiales y el ahorro de energía que representa. Obtendrá una visión amplia y actual de un Perú exportador de productos con calidad internacional y que además, esté consciente de la importancia del envase y el embalaje en todo tipo de empresas y el costo que significa tanto en el mercado nacional como en el internacional la relación: producto – envase, además de la ingeniería que implica su diseño.

4. APOORTE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL

- Comprender la importancia de la empaquetecnia, sus variables y los factores que intervienen.
- Se halle en condiciones de realizar el planeamiento para el adecuado uso de los envases / embalajes en el contexto de globalización, internacionalización y competitividad.
- Identificar las condiciones, formas y maneras de los diversos elementos que se utilizan para los envases y embalajes.
- Rearfirmar los conceptos de la mercadotecnia: “Un buen envase y embalaje vende”
- La importancia de los envases y embalajes en la cadena logística / abastecimiento y en el plan de marketing y negocios de la empresa.

5. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNI.	DENOMINACIÓN	Nª HORA
I	Visión general. Donde nos encontramos; Globalización. Mercados Internacionales. Mercados Nacionales, Tratados de Libre Comercio. Normas de Calidad. Competitividad. Cadena Logística. justo a tiempo. Estudio del mercado. Plan de Mercadotecnia. Plan de Negocios. Benchmarking. Outsourcing.	4
II	Entorno y Tendencias mundiales de los sistemas de envases y embalajes. Definiciones, funciones. Tipo y Materiales. Normas en EE.UU., Unión Europea, otros países.	2
III	Envases: Materiales metálicos. Papel cantón. Cartón corrugado. Vidrio Plástico. Envases flexibles: Funciones. Máquinas envasadoras, Madera Textiles, Materiales complejos.normas	14
IV	Ensayos y pruebas aplicables a empaques y embalajes y a sus materias primas.	2
V	Los empaques, envases, embalajes en las unidades de venta.. Función mercadológica. Transporte. Almacenamiento, justo a tiempo.Distribución.	6
	Examen parcial	2
VI	Embalajes: Materiales. Cajas de cartón. Madera. Sacos. Garrafas. Bidones. Materiales de amortiguamiento: accesorios, papeles, plásticos, ganchos, envolturas.normas	14
VII	Paletización. Dimensiones. Normas. Tipos de Paletas. Normas internacionales. Normas peruanas. Beneficios.	4
VIII	Etiquetas. Distintivos. Manipuleo. Marcaje en el transporte aéreo. Código de Barras.	4
IX	Contenedorización. Función. Tipos. Paletas aéreas. Trincado, trabado y aseguramiento de la carga. Factores de estiva y formulas aplicadas.	4
X	Evaluación de la rentabilidad de un sistema de envases y embalajes para la exportación. Plan de Exportación / Negocios, presentación, alternativas.	4
	Examen final	2
	Examen Sustitutorio	2
	Examen Aplazados	2
	Entrega Actas	2
	TOTAL HORAS	68

6.PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

PRIMERA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad I. Visión general. Donde nos encontramos. Globalización. Mercados Internacionales. Mercados Nacionales. Tratados de Libre Comercio. Normas de Calidad. Competitividad. Cadena Logística, justo a tiempo. Estudio del mercado.

Objetivo Específico:

Ubicar al alumno en el contexto actual, la importancia y uso de los envases y embalajes.

Segunda Sesión:

Plan de Mercadotecnia ,Plan de Negocios. Benchmarking.Outsourcing.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

El vendedor silencioso ¿Cómo realizar envases que venden?

Actividad: Presentación video. Diálogos. Control de lectura.

SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad II. Entorno y tendencias mundiales de los sistemas de envases y embalajes. Ferias. Definiciones. Funciones. Tipos y materiales. Normas en EE.UU., Unión Europea, otros países.

Objetivo Específico: Explicar a los alumnos la evolución y la nueva concepción del marketing en el contexto de la globalización.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

Philip Kotler. Las preguntas más frecuentes sobre marketing.

Segunda sesión:

Unidad III. Envases. Materiales metálicos, Papel cantón.

Objetivo Específico: Comprensión, aplicación, componentes y usos de los envases.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

Manual de ingeniería y diseño de envases y embalajes

Actividad: Presentación de trabajos prácticos de los alumnos. Diálogos. Correcciones.

TERCERA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad III Envases usos de papel, Carton, Carton Corrugado.

Segunda sesión:

Envases usos del vidrio , plastico.

Actividad: Diálogos. Presentación de casos de envases y embalajes para la exportación. PROMPEX.

CUARTA SEMANA

Primera Sesión

Unidad III Envases ,Envases Flexibles : Funciones .maquinas envasadoras .

Segunda sesión:

Unidad III Envases Funciones de la madera , Medio Ambiente Responsabilidad Social.

Actividad Diálogos: Presentación de casos de envases y embalaje para la exportación. PROMPEX.

QUINTA SEMANA

Primera Sesión

Unidad III Envases .Envases Textiles .

Segunda sesión:

Unidad III Envases Materiales complejos .Envases Normas identificación código de barras

Actividad Diálogos: Presentación de casos de envases y embalajes para la exportación. PROMPEX.

SEXTA SEMANA

Primera Sesión

Unidad III Envases Presentacion de los trabajos de los alumnos .

Actividad: Controles de Trabajos de alumnos. Lecturas. Presentación de casos relacionados a la cadena de abastecimiento.

Segunda Sesión

Unidad IV. Ensayos y pruebas aplicables a empaques y embalajes y a sus materias primas. Normas. Reglamentaciones.

Objetivo Específico: Explicar a los alumnos el marco conceptual para diseñar un sistema de información de marketing, controles, operaciones y proveedores, necesario para tomar decisiones. “Desarrollo de un producto” .Materias Primas y sus Normas y reglamentaciones de acuerdo al mercado de destino.

Bibliografía : Manual entregado por el profesor.

Philip Kotler Dirección de Mercadotecnia

Manual de Ingeniería y diseño de envases y embalajes.

Actividad: Desarrollo de Casos y trabajo practico. Presentación de Videos: Calidad total.

SEPTIMA SEMANA

Primera Sesión

Unidad V. Los empaques, envases, embalajes en las unidades de venta. Transporte. Almacenamiento. Justo a tiempo. Distribución.

Objetivo Específico: Proporcionar a los alumnos los conocimientos relevantes del análisis del consumidor y su aplicación al marketing.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

Philip Kotler. Dirección de Mercadotecnia

Oscar Malca. Perfiles de productos con potencial exportador.

Patricio Gayardo O. Logística.

Normas peruanas e internacionales.

Actividad Diálogos: Revisión trabajos (asesoría).

Segunda sesión:

Unidad V Los empaques envases y embalajes .Funcion mercadologica.

Actividad. Diálogos. Presentación de casos de “envases y embalajes que venden”.

OCTAVA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad V los empaques envases y embalajes .Transporte Almacenamiento Justo a tiempo .Distribucion (4P). Mix de Marketing

Segunda sesión:

EXAMEN PARCIAL

NOVENA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad VI. Embalajes. Materiales. Cajas de Cartón.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

Manual de Ingeniería y Diseño de Envases y Embalajes.

Packing Manual de Uso.

Diseño de embalajes para la exportación.

Embalajes para el transporte

Perfiles de Productos con Potencial Exportador. Oscar Malca

Actividades: Revisión del avance del trabajo práctico de los alumnos.

Segunda sesión:

Unidad VI Embalajes .Materiales Cajas de carton Normas Identificación .

Actividades: Presentación de casos de envases y embalajes. PROMPEX.

DECIMA SEMANA

Primera Sesión :

Unidad VI Embalajes Maderas, Sacos, Normas, Responsabilidad social.

Segunda sesión:

Unidad VI Embalajes ,garrafas bidones ,Normas .

Actividades: Presentación de casos de envases y embalajes. PROMPEX.

DECIMA PRIMERA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad VI Embalajes materiales de amortiguamiento .Normas .

Segunda sesión:

Unidad VI Embalajes accesorios ,papeles ,plasticos ,ganchos,envolturas,Normas.

Actividades: Diálogo. Revisión del avance de los trabajos prácticos de alumnos. Presentación de los alumnos.

DECIMA SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad VII. Paletización. Dimensiones. Normas. Tipos de paletas. Normas Nacionales. Normas Internacionales. Beneficios.

Objetivo Específico: Conocimiento y Facilitación de las paletas en el comercio internacional.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

Actividades: Trabajo práctico de alumnos. Presentación Videos.

Segunda sesión:

Unidad VII. Paletizacion .tipos de Paletas .Normas Beneficio para el comercio , empresas

Actividades. Diálogo y experiencias Presentacion PROMPEX.

DECIMA TERCERA SEMANA

Primera Sesión:

Unidad VIII. Etiquetas. Distintivos Manipuleo. Marcaje en el transporte aéreo,maritimo ,etc,Código de Barras.

Objetivo Específico: Conocimiento e importancia de las etiquetas, distintivos, código de barras en el comercio y distribución.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

Actividades: Trabajos Prácticos. Presentación. Revisión.

Segunda sesión:

Unidad VIII Etiquetas ,codigo de barras casos PROMPEX .

DÉCIMA CUARTA SEMANA

Primera Sesión

Unidad IX. Contenedorización. Función. Tipos. Paletas aéreas. Trincado, trabado y aseguramiento de la carga.

Objetivos:

Enfatizar la contenedorización en la exportación. Costos y aplicación.

Bibliografía: Manual entregado por el profesor.

Oscar Malca. Perfiles de productos con potencial exportador.

Actividades:

Presentación de casos. Planes de exportación. Manera de envío de los productos. Alternativas.

Segunda sesión:

Unidad IX Contenedorizacion .Factores de estiva y formulas aplicadas seguro almacenaje transporte .

DECIMA QUINTA SEMANA

Primera sesión

Unidad X. Evaluación de la rentabilidad de un sistema de envases y embalajes para la exportación. Plan de Exportación / Plan de Negocios.

Objetivos: Insistir, sintetizar, sistematizar e “integrar” el planeamiento “ de la empresa “ en la actividad de envases / embalajes para el éxito de los planes de exportación y negocios de las empresas. Competitividad.

Bibliografía:

Manual entregado por el profesor.

Pedro Franco Concha. Planes de negocios.

David Mayorga. Administración de Mercadotecnia.

Segunda Sesión

Presentación de planes de marketing / negocios con énfasis en los envases y embalajes Presentacion .Costos, fabricación y/o adquisición de los envases y embalajes.

Contratación y negociaciones con empresas especializadas. Proformas. Presentación de los e/e. Estructura de costos y su contribución a la rentabilidad y competitividad de la empresa. Planes de marketing / negocios.

DECIMA SÉXTA SEMANA

Primera Sesión

Examen Final.

Presentacion Trabajos de alumnos.

Segunda Sesión

Examen Sustitutorio

Presentación Trabajos de alumnos

DECIMA SÉPTIMA SEMANA

Primera Sesión

Examen de Aplazados..

Segunda Sesión

Entrega de Actas

7. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

7.1. Métodos

Se estimulará la participación activa de estudiantes, mediante el desarrollo de exposiciones y trabajos prácticos, en cuyo seno se propiciará un ambiente de dialógico de estudio y el intercambio de información y de experiencias sobre los temas de investigación.

Se promoverá la producción intelectual, el acopio de bibliografía especializada, fomentando su intercambio y el esfuerzo participativo.

Las exposiciones del profesor titular, se orientará a facilitar, complementar o sistematizar la información prevista en el contenido programático de la asignatura, las mismas que han de impartirse con proyección multimedia, cuyo efecto, la Escuela Profesional respectiva, dotará de los recursos y el equipamiento requerido.

El desarrollo y la aplicación práctica de las unidades temáticas, así como la distribución de la información bibliográfica prevista en el contenido programático de la asignatura, estará a cargo del profesor quien organizará a los estudiantes para el adecuado acopio, desarrollo y explotación de los mismos, supervisando y brindando asesoría y orientación requerida, para sus estudio e investigación, exposición, debate y evaluación.

7.2. Técnicas

Talleres evaluativos con presentación de trabajos y discusión en grupo.

7.3. Medios Didácticos

- En equipamiento se requerirá:
- Retro proyector de filmicas y ecran.
- Audio Video TV, VHS.
- Computadora o Notebook.
- Proyector de Multimedia..

En materiales se utilizará:

- Textos y separatas de lectura obligatoria.
- Transparencias
- Diskette para presentaciones en Power Point.

8. EVALUACIÓN

8.1. Técnicas

La evaluación individual se efectuará mediante intervenciones orales, controles escritos, y trabajos prácticos y monográficos.

La evaluación en grupo, se realizará mediante la exposición y desarrollo de unidades temáticas y presentación del Plan de Marketing y Plan de Negocios. Los alumnos conformarán en grupos de 5 para llevar a cabo sus trabajos prácticos (cada uno desempeñará un cargo, gerente general, marketing, operaciones, administración, ventas).

8.2. Instrumentos

Se administrará dos (2) exámenes escritos parciales. Estas pruebas serán cancelatorias. Presentación de cuadros estadísticos, etc.

8.3. Criterios

El sistema de evaluación se realizará de acuerdo a las normas académicas y administrativas de la Universidad. La calificación es de 00 a 20.

Bibliografía

1. Manual del curso entregado por el profesor. Compendio de PROMPEX, ESAN, Universidad del Pacífico, Artículos periodísticos, Cámara Americana de Comercio.
2. Oscar Malca. Perfiles de productos con potencial exportador. Exigencias y acondicionamiento de los productos para exportar. Universidad del Pacífico. Centro de Investigación 2004.
3. Philip Kotler. Dirección de Mercadotecnia 2001.
4. Philip Kotler. Las preguntas más frecuentes sobre Marketing Grupo Editorial Norma 2005.
5. Indecopi. Prompex. Normas peruanas e internacionales para envases y embalajes.
6. Patricio Gayardo O. Logística. Resumen proporcionado por el profesor.
7. En Biblioteca de la Facultad de Administración. :
El vendedor silencioso ¿Cómo realizar envases y embalajes que venden. Aumente sus ventas enseñando mejor sus productos.
Parking. Manual de uso.
Manual de Ingeniería y diseño de envases y embalajes.
Embalajes para el transporte. Alfred M. Mckinley.
Manual del diseño del envase.
8. Pedro Franco Concha. Plan de Negocios. Universidad del Pacífico 2004.

9. David Mayorga. Administración de la mercadotecnia. Universidad del Pacífico 2002.