



FACULTAD DE ADMINISTRACION

Asignatura: FERIAS Y MISIONES INTERNACIONALES

Código: 7AO305

1. DATOS GENERALES

- 1.1. DEPARTAMENTO : Gestión Empresarial
- 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 : X Ciclo
- 1.6. CREDITOS : 03
- 1.7. AREA DE LA ASIGNATURA : Administración
- 1.8. CONDICION : Obligatoria
- 1.9. PRE-REQUISITOS : Gerencia de Empresas Multinacionales.
- 1.10. HORA DE CLASE SEMANAL : 04 horas.
- 1.11. HORAS DE CLASE TOTAL : 68 horas.
- 1.12. PROFESORES RESPONSABLES : Mg. G.A.D. Erika Rocío Di Natale Chávez
- 1.13. AÑO LECTIVO ACADEMICO : 2008- II .

2. SUMILLA

Introducción. Ferias internacionales, conceptos y características. Relación producto, precio, distribución, publicidad, promoción y fuerza de ventas. Publicidad y estrategia de ventas. Periodo de la feria. Espacio del stand. Proceso de venta. Relación coste de venta - cliente. Venta personalizada. La importancia y organización de la feria internacional y la política de promoción a las exportaciones. Determinación de las oportunidades de mercado a través de un análisis comercial internacional. Las ferias y exposiciones internacionales como expresión estratégica del marketing internacional. Misiones internacionales, concepto y características. Misión comercial oficial. Misión de compras interna. Misión Comercial Privada. Misión directa para realizar ventas. Misión exploratoria o de estudios. Misión Horizontal. Misión indirecta. Misión de ventas externas. Misión Vertical. Misiones, la promoción de ventas y el marketing mix. Los valores morales y empresariales para el éxito de la gestión de las ferias y misiones comerciales internacionales.

3. OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Proporcionar a los alumnos los conocimientos teóricos y criterios prácticos para aprovechar adecuadamente la presencia de las empresas de comercio exterior en las Ferias y Exposiciones Comerciales Internacionales, así como brindar un panorama de la diversidad y oportunidad de las distintas manifestaciones feriales por países y especialidades.

4. APORTE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL

Lograr que el alumno elabore, formule, desarrolle y gestione un plan de trabajo para la participación en una Feria Internacional como parte de un plan promocional.

5. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°	DENOMINACION	N° DE HORAS
I	Las Ferias, el Consumidor y el Marketing	16
II	Definición, Objetivos e Importancia de una Feria Internacional	14
EXAMEN PARCIAL		02
III	Organización y participación en las Ferias Internacionales	16
IV	Las Misiones y Exposiciones	12
EXAMEN FINAL, SUSTITUTORIO Y APLAZADOS		08
TOTAL HORAS		68

6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD I: LAS FERIAS, EL CONSUMIDOR Y EL MARKETING

PRIMERA SEMANA

Primera Sesión

El concepto de Marketing Internacional - El mix de marketing Internacional.

Objetivo Específico:

Conocer y utilizar la información sobre el marketing Internacional y la promoción de ventas como una variable estratégica del mix

Bibliografía:

FERNANDO LE MONNIER, FRANCIS “Como gestionar y rentabilizar su participación en salones profesionales”; Ediciones Gestión 2000-S.A.

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”-Editorial Universidad Inca gracilazo de la Vega”-2003

Actividad: Formación de los Equipos de Trabajos .Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión

El consumidor y el usuario centro - La ética Personal y Profesional en el tema

Objetivo Específico:

Conocer y utilizar la información sobre el marketing Internacional y la promoción de ventas como una variable estratégica del mix

Bibliografía:

FERNANDO LE MONNIER, FRANCIS “Como gestionar y rentabilizar su participación en salones profesionales”; Ediciones Gestión 2000-S.A.

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”-Editorial Universidad Inca gracilazo de la Vega”-2003

Actividad: Formación de los Equipos de Trabajos.Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión

La promoción de ventas y el marketing Mix internacional - Estrategias de promoción de ventas

Objetivo Específico:

Conocer la importancia de las Ferias Internacionales en la promoción de ventas internacionales y promoción de comercio exterior.

Bibliografía:

FERNANDO LE MONNIER, FRANCIS “Como gestionar y rentabilizar su participación en salones profesionales”; Ediciones Gestión 2000-S.A.

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”-Editorial Universidad Inca gracilazo de la Vega”-2003

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda sesión:

Las Ferias: Expresión estratégica de la promoción de ventas - Políticas de promoción y las Ferias Internacionales.

Objetivo Específico:

Conocer la importancia de las Ferias Internacionales en la promoción de ventas internacionales y promoción de comercio exterior.

Bibliografía:

FERNANDO LE MONNIER, FRANCIS “Como gestionar y rentabilizar su participación en salones profesionales”; Ediciones Gestión 2000-S.A.

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”-Editorial Universidad Inca gracilazo de la Vega”-2003

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

TERCERA SEMANA

Primera Sesión

Mix de promoción: Advertising, Publicity .

Objetivo Específico:

Identificar la importancia del Diseño de una Campaña Promocional

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, “Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior – Editorial Universal de Lima -1998

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Diseño de una Campaña Promocional: Referente al Producto, Referente al Costo Referente a las Políticas Internas.

Objetivo Específico:

Identificar la importancia del Diseño de una Campaña Promocional

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, “Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior – Editorial Universal de Lima -1998

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

CUARTA SEMANA

Primera Sesión

La campaña promocional y el plan de marketing Internacional

Objetivo Específico:

Conocer la importancia de la formulación de un plan de trabajo para la participación en las Ferias Internacionales

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, “Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior – Editorial Universal de Lima -1998

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda sesión:

Formulación de un plan de trabajo para participar en Ferias Internacionales

Objetivo Específico:

Conocer la importancia de la formulación de un plan de trabajo para la participación en las Ferias Internacionales

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, “Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior – Editorial Universal de Lima -1998

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

UNIDAD II: DEFINICION,OBJETIVOS E IMPORTANCIA DE UNA FERIA INTERNACIONAL.

QUINTA SEMANA

Primera Sesión

Definición de una Feria Internacional - Antecedentes históricos de las ferias de comercio Exterior desde Leipzig hasta las Ferias Virtuales.

Objetivo Específico:

Identificar a una feria Internacional y su historia, y comprender la importancia de participar en ella.

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, “Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior – Editorial Universal de Lima -1998

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Importancia para los exportadores, para los potenciales clientes, menores costos y tiempos más cortos.

Objetivo Específico:

Comprender la importancia de participar en una feria Internacional y conocer a los distintos exportadores.

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, "Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior - Editorial Universal de Lima -1998.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

SEXTA SEMANA**Primera Sesión**

Principales características de una Feria Internacional - Clasificación de las Ferias Internacionales

Objetivo Específico:

Reconocer las diferencias entre las Ferias Internacionales y como utilizarlas en la toma decisiones.

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, "Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior - Editorial Universal de Lima -1998.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Ferias Generales u horizontales y las Ferias especializadas o verticales

Objetivo Específico:

Reconocer las diferencias entre las Ferias Internacionales y como utilizarlas en la toma decisiones.

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, "Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior - Editorial Universal de Lima -1998.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

SEPTIMA SEMANA**Primera Sesión**

Objetivos de las Ferias Internacionales desde la perspectiva de los Negocios Internacionales - La Inteligencia Comercial - El análisis de los competidores.

Objetivo Específico:

Distinguir la importancia, exigencias y objetivos importantes para la Empresa que participa en una Feria Internacional

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, "Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior - Editorial Universal de Lima -1998.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda sesión:

Lo mejor de la vitrina mundial reunido en solo lugar y en pocos días - El desarrollo de contactos personales, inicio, negociación comercial y el cierre de negocios.

Objetivo Específico:

Distinguir la importancia, exigencias y objetivos importantes para la Empresa que participa en una Feria Internacional

Bibliografía:

CORNEJO GARCIA ENRIQUE, "Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior - Editorial Universal de Lima -1998.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

OCTAVA SEMANA**Primera Sesión**

La unión de Ferias Internacionales (UFI) - La Feria Internacional del Pacifico (FIP), sus orígenes - Ferias Internacionales de América Latina.

Objetivo Específico:

Reconocer la importancia y la experiencia de las Ferias Internacionales como expresión de las Estrategias promocionales a nivel internacional.

Bibliografía: CORNEJO GARCIA ENRIQUE, "Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior -Editorial Universal de Lima -1998.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

EXAMEN PARCIAL

UNIDAD III: ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACION EN FERIAS INTERNACIONALES NOVENA SEMANA

Primera Sesión

¿Cómo se realiza una Feria Internacional? - Objetivo de los Organizadores – Preparación de la Feria

Objetivo Específico:

Conocer, identificar y describir el Proceso de Organización de una Feria

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”-Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”-2003

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Concepción y creación – Preparación de los Participantes - Auto evaluación

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”-Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”-2003

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

DECIMA SEMANA

Primera Sesión

¿Como participar en una Feria Internacional? - Selección de la feria en función de los intereses de la Empresa como expositora

Objetivo Específico:

Analizar las ventajas y desventajas que tiene una pequeña Empresa de participar en una Feria Internacional

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Investigación de los participantes en la Feria - Benchmarking de los Productos y servicios

Objetivo Específico:

Identificar y describir el proceso para participar en una Feria

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

DECIMA PRIMERA SEMANA

Primera Sesión

Adecuación de los productos y Servicios a los estándares de calidad con ventajas comparativas y competitivas

Objetivo Específico:

Identificar, formular y desarrollar estrategias de Marketing promocional para participar en una Feria Internacional

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Solicitar información de la Feria a participar - Preparación del plan para participar en una Feria

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

DECIMA SEGUNDA SEMANA**Primera Sesión**

Ejecución de tareas a realizarse antes de la apertura de la feria - Actividades del personal de apoyo - Recepción de productos impresos.

Objetivo Específico:

Formular, desarrollar y gestionar junto con una pequeña empresa de mercado Nacional un plan de trabajo para participar en una feria Internacional.

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Inicio de la Feria - Realización de la feria - Post-evaluación de la participación de la Feria.

Objetivo Específico:

Formular, desarrollar y gestionar junto con una pequeña empresa de mercado Nacional un plan de trabajo para participar en una feria Internacional.

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

UNIDAD IV: LAS EXPOSICIONES Y MISIONES INTERNACIONALES.**DECIMA TERCERA SEMANA****Primera Sesión**

Que es una Misión Internacional – Importancia de una Misión Internacional

Objetivo Específico:

Reconocer la importancia de las Misiones Internacionales en el Proceso del Comercio Internacional

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda sesión:

Objetivo principal que persiguen las Misiones – Casos sobre Misiones Internacionales.

Objetivo Específico:

Reconocer la importancia de las Misiones Internacionales en el Proceso del Comercio Internacional

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

DECIMA CUARTA SEMANA**Primera Sesión**

Exposición, Presentación, y Calificación del Plan para participar en las ferias Internacionales

Objetivo Específico:

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados para realizar las Ferias y Misiones Internacionales

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Exposición, Presentación, y Calificación del Plan para participar en las ferias Internacionales

Objetivo Específico:

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados para realizar las Ferias y Misiones Internacionales

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

DECIMA QUINTA SEMANA

Primera Sesión

Exposición, Presentación, y Calificación del Plan para participar en las ferias Internacionales

Objetivo Específico:

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados para realizar las Ferias y Misiones Internacionales

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

Segunda Sesión:

Exposición, Presentación, y Calificación del Plan para participar en las ferias Internacionales

Objetivo Específico:

Que el alumno pueda conocer y recordar conceptos técnicos aplicados para realizar las Ferias y Misiones Internacionales

Bibliografía:

ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editorial Universidad Inca Garcilazo de la Vega”- 2003.

Actividad: Taller Grupal: Apreciación Crítica del tema tratado en clases.

DECIMA SEXTA SEMANA

Primera Sesión

EXAMEN FINAL

Segunda Sesión:

EXAMEN SUSTITUTORIO

DECIMA SEPTIMA SEMANA

Primera Sesión

EXAMEN DE APLAZADOS

Segunda sesión:

ENTREGA DE ACTAS

7. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS

7.1. Métodos

El desarrollo de la asignatura es de carácter formativo profesional, y se aplicará:

La exposición – diálogo participativo para motivar a los estudiantes al intercambio de información sobre los temas tratados.

Forma grupal desarrollarán el análisis de los casos prácticos peruanos para ser expuesta y debatida en clase.

7.2. Técnicas

Exposiciones

Diálogo

Debate a través de Dinámica de grupos
Asignación de lecturas, informes, trabajo monográfico de investigación

7.3. Medios Didácticos

EQUIPOS

Retroproyector de Transparencias, computadora con multimedia, data display, VHS
Monitor de TV, Ecran

MATERIALES

Separatas, lecturas seleccionadas, transparencias, videos empresariales, diapositivas

8. EVALUACIÓN

8.1. Técnicas : Dinámica de grupo, competencias

8.2. Instrumentos: pápelo grafos, retroproyector, video grabadora, proyector de multimedia.

8.3. Criterios: prácticas calificadas individuales y grupales, intervenciones y exámenes.

La evaluación será permanente e integral.

8.4. Aspectos: Teórico - Práctico

El promedio final se obtendrá:

Promedio de exámenes (PE)

Promedio de prácticas (otros criterios) (PP)

$$PF = \frac{PE + PP}{2}$$

9. BIBLIOGRAFIA

- . FERNANDO LE MONNIER, FRANCIS “Como gestionar y rentabilizar su participación en Salones Profesionales”; Ediciones Gestión 2000-S.A.
- ALONSO GARCIA, LUIS - “Administración de Ferias y exposiciones Internacionales”- Editoria Universidad Inca gracilazo de la Vega”-2003
- CORNEJO GARCIA ENRIQUE, “Las ferias como instrumento de Promoción del Comercio Exterior – Editorial Universal de Lima -1998