



SÍLABO

ASIGNATURA: Ferias y Misiones Internacionales

CÓDIGO: 101330

I. DATOS GENERALES

1.1. Departamento Académico	Gestión Empresarial
1.2. Escuela Profesional	Turismo y Negocios Internacionales
1.3. Programa de estudios	Negocios Internacionales
1.4. Plan de estudios	2019
1.5. Ciclo de estudios	Decimo
1.6. Créditos	04
1.7. Requisito	Mercados Internacionales
1.8. Modalidad	Presencial
1.9. Semestre académico	2023-II
1.10. Duración	16 Semanas
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas De Teoría: 03 Horas
	1.11.2. Horas De Práctica: 02 Horas
1.12. Horario	Miércoles 19:40 - 21:20
	Viernes: 19:40 - 22:10
1.13. Inicio de clases	02 de octubre del 2023
1.14. Termino de clases	20 de enero del 2024
1.15 Docente coordinador	Robert Chavez Mayta - rchavezm@unfv.edu.pe
1.16 Docente de la asignatura	Robert Chavez Mayta - rchavezm@unfv.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de conocimientos teóricos y criterios prácticos para aprovechar adecuadamente la presencia de las empresas de comercio exterior en la ferias, exposiciones y misiones comerciales internacionales. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Conceptos, características e historia de las ferias. 2. La planeación, organización, dirección y control de las ferias. 3. Definiciones y antecedentes de las misiones. 4. Tipos de misiones, promoción y publicidad de las misiones.

La tarea académica exigida al estudiante es organización de una feria nacional de empresas importadoras y exportadoras.

III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Descubre, analiza y desarrolla criterios para gestionar y dirigir estratégicamente las organizaciones de negocios a nivel internacional, a través de la toma de decisiones que contribuyan a la solución de problemas.

IV, UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: CONCEPTOS, CARACTERÍSTICAS E HISTORIA DE LAS FERIAS.					
<i>Logro de aprendizaje:</i> Descubre, analiza y desarrolla criterios para gestionar y dirigir estratégicamente las organizaciones de negocios a nivel internacional, a través de la toma de decisiones que contribuyan a la solución de problemas					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°01 02 al 08 de octubre	Definición de ferias internacionales - Introducción. ¿Qué es el Marketing?- Las Ferias Comerciales en el Marketing Mix	Comprende de manera general las estrategias de participación en una actividad ferial Identifica el concepto y origen de las ferias.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
N°02 09 al 15 de octubre	Ferias Internacionales: Tipos -El Rol de las Ferias- Las Ferias en la Actualidad.	Identifica los tipos de ferias. Reconoce la importancia y la experiencia de las ferias como elemento comunicativo relevante. Distingue las tendencias actuales de las ferias.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
N°03 16 al 22 de octubre	Objetivos de Exhibirse Aspectos importantes de éxito en una Feria Internacional.	Reconoce la importancia de establecer objetivos. Analiza los factores positivos que se deben tener en una feria	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe
N°04 23 al 29 de octubre	Importancia de participar en una Feria Internacional Fuentes de información Selección de la Feria	Reconoce la importancia de las Actividades feriales. Identifica las Fuentes de información útiles para su análisis.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe

**UNIDAD 2: LA PLANEACIÓN, ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y CONTROL DE LAS FERIAS.**

*Logro de aprendizaje:* Analiza y desarrolla criterios para innovar, formular y desarrollar soluciones orientadas a satisfacer las necesidades del mercado internacional en diferentes escenarios organizacionales, geopolíticos y culturales; a partir del aprovechamiento efectivo de los RR. HH y las Tics.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°05 30 de octubre al 05 de noviembre	El Marketing previo Presupuesto Ferial	Identifica y describe el proceso promocional previo en las ferias.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
N°06 06 al 12 de noviembre	La coordinación de una feria- Factor clave: El stand - Visitas empresariales nacional e internacional	Reconoce la relevancia de la coordinación ferial previa, así como la definición del stand de atención.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
N°07 13 al 19 de noviembre	El equipo humano Preparación y capacitación.	Identifica al recurso humano y su capacitación - factores claves importantes antes de participar en una feria.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe
N°08 20 al 26 de noviembre	Importancia de la imagen de la empresa	Elabora un plan estratégico de Plan Estratégico de imagen de la empresa.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe

EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N° 1-2)

**UNIDAD 3: DEFINICIONES Y ANTECEDENTES DE LAS MISIONES.**

*Logro de aprendizaje:* Analiza y desarrolla criterios para. Formular, ejecutar y evaluar proyectos empresariales y desarrollar la investigación científica en el campo de los Negocios Internacionales.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº09 27 de noviembre al 03 de diciembre	Actividades durante la Feria	Identifica las tareas a realizarse durante la feria.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
Nº10 04 al 10 de diciembre	La comunicación en la Feria Post Feria: El seguimiento	Establece los lineamientos ferial. Comprende la relevancia de las actividades de seguimiento post feria.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
Nº11 11 al 17 de diciembre	Misión Comercial: Concepto de Misiones Comerciales- Visitas empresariales nacional e internacional	Identifica el concepto y tipos de misiones comerciales.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe
Nº12 18 al 24 de diciembre	Importancia de las Misiones Comerciales- Etapas de las Misiones Comerciales	Reconoce la importancia de las misiones comerciales. Establece las etapas que comprenden las misiones comerciales.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe

<b>UNIDAD 4: TIPOS DE MISIONES, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LAS MISIONES.</b>					
<i>Logro de aprendizaje:</i> Resuelve problemáticas de diseño arquitectónico en el ámbito de los negocios internacionales, de acuerdo con el espacio, forma y función.					
<b>SEMANA</b>	<b>Contenido Temático</b>	<b>Sesiones de Aprendizaje)</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tipo de Sesión</b>	<b>Evidencia de Aprendizaje</b>
Nº13 25 al 31 de diciembre	Rueda de Negocios: Definición Objetivos	Describe las características de una rueda de negocios	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
Nº14 01 al 07 de enero	Aspectos Generales de las Ruedas de Negocios	Elabora un plan de acción para una rueda de negocios	PPT Videos Lecturas	Presencial	Análisis de casos
Nº15 08 al 14 de enero	Técnicas de negociación Aspectos Generales - Visitas empresariales nacional e internacional	Elabora y describe las principales técnicas de negociación	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe
Nº16 15 al 21 de enero	Aplicación de Técnicas de Negociación -	Presenta caso de negociación entre diferentes países.	PPT Videos Lecturas	Presencial	Trabajo en equipo - Informe
<b>EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD Nº3 -4)</b>					

## V. METODOLOGÍA

### 5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

### 5.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías; c) Visitas empresariales nacional e internacional.

### 5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios

- Gestión empresarial e inclusión social
- Internacionalización de Mypes y Pymes
- Herramientas informáticas para una gestión eficiente y transparente
- Economía pública e Internacional

### 5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio- Responsabilidad Social Universitaria

Durante el proceso de ejecución de la experiencia curricular, se puede considerar el Aprendizaje en Servicio, propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto articulado en el que los estudiantes se forman al trabajar sobre necesidades reales al trabajar sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo (Responsabilidad Social Universitaria).

## VII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al Compendio de Normas Académicas de esta Casa Superior de estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor del estudiante”.
- Del mismo modo, el referido documento en su artículo 16°, señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen

final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”

- La evaluación de los estudiantes se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

Nº	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30\% + TA * 40\%$$

## VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

### 7.1 Básica

- Navarro, F. (2001). *Estrategias de marketing ferial*. Madrid, ESIC Editorial.
- Miller, S. (1992). *Cómo obtener el máximo beneficio de las ferias y exposiciones*. New York, McGraw Hill.
- Siskind, B. (2005) *Powerful Exhibit Marketing: The complete guide to successful trade shows, conferences and consumer shows*, Canada. John Wiley & Sons Canada Ltd.
- García, L. (2003) *Administración de Ferias y Exposiciones Internacionales*, Lima. Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Winkler, J. (2004). *Como negociar para mejorar resultados*. Barcelona, Ediciones Deusto.
- Magdala, S. (2010). *Manual para organizadores de Ferias*. Guatemala, Serviprensa S.A.

### 7.2 Complementaria

- <http://www.cbi.eu/>
- <http://www.prochile.gob.cl/importadores/seleccion-idiomas/>
- <https://www.pum.nl/>
- <http://destinia.com>
- <http://www.auma.de>
- <http://www.promperu.gob.pe>
- <http://www.siiicex.gob.pe>
- <http://www.e-mexico.gob.mx>
- <http://www.mundoferias.com>
- <http://www.netdux.com>
- <http://www.promexico.gob.mx>
- <http://www.portalferias.com>
- <http://www.afep.pe/>
- <http://www.ferias.pe/>
- <http://www.camaralima.org.pe/>
- <http://www.adexdatatrade.com/Ferias.aspx>



Universidad Nacional  
**Federico Villarreal**

## FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Lima, 02 de octubre de 2023



Dr. Carlos Tello Malpartida  
Director del Departamento Académico  
Código: 86304  
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe

Docente: Robert Chavez Mayta  
Código: 2009009.  
Correo electrónico: rchavezm@unfv.edu.pe