



UNIVERSIDAD NACIONAL
“JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION”
VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE BROMATOLOGÍA Y NUTRICIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE BROMATOLOGÍA Y NUTRICIÓN

MODALIDAD NO PRESENCIAL
SÍLABO POR COMPETENCIAS

CURSO:

ECONOMÍA Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS

I. DATOS GENERALES

Línea de carrera	Control y Sistemas de Gestión de Calidad
Semestre académico	2020-I -
Código del curso	1214102
Créditos	03
Horas semanales	Hrs. Totales: 04 Teóricas: 02 Prácticas: 02
Ciclo	I
Sección	Única
Apellidos y nombres del docente	Palomares Claros, Mirta Gladys
Correo institucional	mpalomares@unjfsc.edu.pe
N° de Celular	986244148

II. SUMILLA

La asignatura de economía y comercialización de alimentos forma parte de los cursos básicos de la carrera, siendo de carácter importante su desarrollo, es de carácter teórico-práctico y tiene por finalidad brindar a los estudiantes los elementos esenciales de la economía y comercialización de alimentos tendientes al logro de un adecuado comentario, análisis e interpretación.

Contiene los siguientes temas: introducción la economía en general, microeconomía, macroeconomía, oferta, demanda, equilibrio, elasticidad, cómo funcionan los mercados, empresas y mercados, la economía global importaciones, exportaciones, panorama de la economía a la actualidad y la comercialización.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Después de observar un video define los conceptos básicos de la economía general con aciertos.	INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA GENERAL	1-4
UNIDAD II	Previo a un debate analiza cómo funcionan los mercados de oferta, demanda y equilibrio, precisando sus características.	COMO FUNCIONAN LOS MERCADOS.	5-8
UNIDAD III	Previo lectura de varias definiciones analiza los conceptos de la economía, puntualizando su utilidad en las empresas y mercados.	EMPRESAS Y MERCADOS.	9-12
UNIDAD IV	Después de leer una separata referente al tema, determina el contexto económico en la economía global y la comercialización analizando su uso.	LA ECONOMÍA GLOBAL Y COMERCIALIZACIÓN.	13-16

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO
1	Define los conceptos básicos de la economía, refiriendo sus principios básicos, micro y macroeconomía.
2	Identifica la economía como ciencia social, determinando su utilidad.
3	Analiza los problemas económicos explicando sus efectos.
4	Describe el crecimiento económico y lo refleja lo aprendido.
5	Analiza los gráficos de oferta y desplazamientos de la oferta, con acierto.
6	Analiza los gráficos de demanda y desplazamientos de la demanda, con precisión.
7	Identifica el equilibrio del mercado y realiza ejercicios de elasticidad, mostrando la eficiencia y equidad.
8	Muestra la utilidad y demanda realizando ejercicios de utilidad total y marginal y resuelve ejercicios.
9	Analiza los factores productivos clásicos que determinan la producción en el corto y el largo plazo, con aciertos.
10	Analiza las curvas de costos de una empresa a corto plazo, determinado la relación entre la producción y los costos de una empresa a largo plazo.
11	Describe el mercado de competencia perfecta, determinando sus características.
12	Detalla el mercado monopolista y oligopolista, con precisión.
13	Categoriza el comercio internacional, determinando sus características.
14	Diferencia las importaciones y exportaciones en el país, precisando sus características.
15	Explica las restricciones al comercio internacional, mostrando su influencia.
16	Identifica los tipos de tratados comerciales, determinando sus características.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

Unidad didáctica I: INTRODUCCIÓN ECONOMÍA GENERAL	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Después de observar un video define los conceptos básicos de la economía general con aciertos					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	Introducción Definición de economía Microeconomía Macroeconomía Principios de la economía.	Definir que es la economía y distinguir entre la microeconomía y la macroeconomía. Explicar las grandes interrogantes de la economía.	Valora la importancia al investigar acerca de la ciencia económica.	Expositiva (Docente/alumno) <ul style="list-style-type: none"> • Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat 	Define los conceptos básicos de la economía, refiriendo sus principios básicos, micro y macroeconomía.
	2	Economía positiva Economía normativa El mercado La función de producción	Investigar la economía en sus diferentes puntos de vista y profundiza la economía como ciencia social.	Valora la importancia de conocer la economía como ciencia social.		Identifica la economía como ciencia social, determinando su utilidad.
	3	El problema económico Posibilidades de producción Costo de oportunidad. Uso eficiente de los recursos. FPP y el costo marginal.	Definir la frontera de posibilidades de producción y calcular el costo de oportunidad. Distinguir entre posibilidades de producción y preferencias. Describir en que consiste la distribución eficiente de los recursos.	Valora la importancia de conocer los problemas económicos.		Analiza los problemas económicos explicando sus efectos.
	4	Crecimiento económico. Evaluación.	Investigar el concepto y el comportamiento del crecimiento económico.	Valora la importancia de conocer el crecimiento económico,		Describe el crecimiento económico y lo refleja lo aprendido.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat 	

Unidad didáctica II: COMO FUNCIONAN LOS MERCADOS.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Previo a un debate analiza cómo funcionan los mercados de oferta, demanda y equilibrio, precisando sus características.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	Oferta La función de oferta Ley de la oferta. Curva de la oferta Cambios en la oferta Determinantes de la oferta	Diferenciar y explicar las leyes de la oferta y demanda.	Valora la importancia de conocer las leyes de la oferta y demanda.	Expositiva (Docente/Alumno) Uso del Google Meet	Analiza los gráficos de oferta y desplazamientos de la oferta, con acierto.
	6	Demanda Ley de la demanda Curva de la demanda Cambios en la demanda Ingreso	Diferenciar y explicar las leyes de la oferta y demanda.	Valora la importancia de conocer las leyes de la oferta y demanda.	Lecturas: Uso repositorios digitales	Analiza los gráficos de demanda y desplazamientos de la demanda, con precisión.
	7	El equilibrio del mercado El precio como regulador Elasticidad Eficiencia y equidad Costo marginal	Reconoce y explica el equilibrio del mercado, elasticidad, eficiencia, equidad y costo marginal.	Valora la importancia de conocer el equilibrio de mercado.	Lluvia de ideas (saberes previos). Foros, chat. Debate dirigido: (Discusiones)	Identifica el equilibrio del mercado y realiza ejercicios de elasticidad, mostrando la eficiencia y equidad.
	8	Utilidad y demanda Utilidad total Utilidad marginal Evaluación.	Reconoce y explica las utilidades y demanda.	Valora la importancia de conocer la utilidad y demanda en el mercado.	Foros y chat	Muestra la utilidad y demanda realizando ejercicios de utilidad total y marginal y resuelve ejercicios
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales <ul style="list-style-type: none"> • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat 	

Unidad didáctica III: EMPRESAS Y MERCADOS	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Previa lectura de varias definiciones analiza los conceptos de la economía, puntualizando su utilidad en las empresas y mercados.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	Organización de la Producción.	Explicar lo que es una empresa y describir los problemas económicos a los que se enfrenta.	Opinar sobre las empresas y las elecciones que hacen para encarar la escasez.	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none"> • Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat 	Analiza los factores productivos clásicos que determinan la producción en el corto y el largo plazo, con aciertos.
	10	Producción y costos	Distinguir entre el corto y largo plazo. Explicar la relación entre la producción y el trabajo. Explicar la relación entre la producción y los costos. Elaborar	Valorar la importancia que tienen la relación entre producción, trabajo y costos.		Analiza las curvas de costos de una empresa a corto plazo, determinado la relación entre la producción y los costos de una empresa a largo plazo.
	11	Competencia perfecta	Definir la competencia perfecta Explicar como se determinan el precio y la producción en la competencia perfecta.	Valorar la importancia de conocer la competencia perfecta y el monopolio.		Describe el mercado de competencia perfecta, determinando sus características.
	12	Monopolio Oligopolio.	Explicar como un monopolio de precio único determina la producción y el precio. Definir el oligopolio.	Valora la importancia de conocer un mercado monopolístico y oligopolístico.		Detalla el mercado monopolista y oligopolista, con precisión.
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de casos • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase virtual y chat 		

I. Unidad Didáctica IV: LA ECONOMÍA GLOBAL Y LA COMERCIALIZACIÓN.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Después de leer una separata referente al tema, determina el contexto económico en la economía global y la comercialización analizando su uso.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	Comercio internacional. Que es el comercio internacional Porque se desarrolla el comercio internacional	Definir y describir los patrones y tendencias del comercio internacional	Valorar la importancia de tener los conceptos básicos de una economía en un panorama global.	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none">• Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none">• Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none">• Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none">• Foros, Chat 	Categoriza el comercio internacional, determinando sus características.
	14	Importaciones y exportaciones Ventajas e importancia del comercio internacional.	Diferenciar y explicar las importaciones y exportaciones	Valorar la importancia de tener los conceptos de las importaciones y exportaciones		Diferencia las importaciones y exportaciones en el país, precisando sus características.
	15	Restricciones al comercio internacional. Presentación de casos. Panorama al 2020 TLC.	Describir las restricciones al comercio internacional. Describir el panorama actual del país.	Valorar la importancia de evaluar el panorama actual del país al 2020.		Explica las restricciones al comercio internacional, mostrando su influencia.
	16	Tipos de tratados comerciales Evaluación	Definir e identificar los tipos de tratados comerciales.	Valora los temas antes mencionados y demuestra lo aprendido con su evaluación.		Identifica los tipos de tratados comerciales, determinando sus características.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		
<ul style="list-style-type: none">• Estudios de casos• Cuestionarios		<ul style="list-style-type: none">• Trabajos individuales y/o grupales• Soluciones a ejercicios propuestos		<ul style="list-style-type: none">• Comportamiento en clase virtual y chat		

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES

- Casos prácticos
- Pizarra interactiva
- Google Meet
- Repositorios de datos

2. MEDIOS INFORMÁTICOS:

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- Internet

VII. EVALUACIÓN

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc. En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final. Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA

1.1. Fuentes bibliográficas

Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: McGRAW Hill.

Parkin, M. (2006). *MICROECONOMÍA* (Séptima edición ed.). México: Pearson Educación.

Parkin, M. (2007). *MACROECONOMÍA* (Séptima edición ed.). México: Pearson Educación.

Ryan, W. (1974). *Principios de comercialización*. Argentina: El Ateneo.

1.2. Fuentes electrónicas

Guevara, A. (2016). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS ORGÁNICOS A TRAVEZ DEL CANAL TRADICIONAL*. Perú. Obtenido de PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS ORGÁNICOS A TRAVEZ DEL CANAL TRADICIONAL.: http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1631/Adrian_Guevara_2016.pdf?sequence=1

Lopez, D. (Enero de 2012). *CANALES CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN, UN ELEMENTO DINAMIZADOR*. Obtenido de CANALES CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN, UN ELEMENTO DINAMIZADOR: https://ddd.uab.cat/pub/sobali/sobali_a2012m1n8/sobali_a2012m1n8p20.pdf

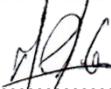
Mussolini, B. (10 de Setiembre de 2014). *clubensayos.com*. Obtenido de clubensayos.com: www.clubensayos.com/Negocios/Comercialización/1998798.html

<https://www.adexperu.org.pe/>

Asociación de exportadores.

Huacho, julio de 2020

Universidad Nacional
"José Faustino Sánchez Carrión"



M(o). Econ. Palomares Claros Mirta Gladys
Docente del curso