

TECNICATURAS UNIVERSITARIAS

**TECNICATURA UNIVERSITARIA EN
COMERCIO INTERNACIONAL**

**PLAN DE ESTUDIOS Y
CONTENIDOS MÍNIMOS**

UNIVERSIDAD DE
Belgrano
BUENOS AIRES - ARGENTINA

TECNICATURA UNIVERSITARIA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Resolución Nº 100/17

TABLA GENERAL DE ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS Y OBLIGACIONES ACADÉMICAS

Asignatura	Carga horaria semanal	Horas reloj totales	Modalidad
Primer Año			
Geografía Económica Mundial	4	64	Presencial
Introducción al Comercio Internacional	4	64	Presencial
Importación y Exportación	4	64	Presencial
Economía de la Empresa	4	64	Presencial
Régimen Legal Aduanero	8	128	Presencial
Marketing	4	64	Presencial
Estadística	4	64	Presencial
Segundo Año			
Investigación de Mercados	8	128	Presencial
Clasificación Arancelaria	4	64	Presencial
Estrategias de Marketing Internacional	4	64	Presencial
Régimen Económico y Financiero del Comercio Internacional	8	128	Presencial
Integración y Cooperación Económica Regional	4	64	Presencial
Valoración Aduanera	4	64	Presencial
Tercer Año			
Logística y Distribución Física Internacional	4	64	Presencial
Negocios Digitales Internacionales	4	64	Presencial
Organización de la Gerencia de Comercio Exterior	8	128	Presencial
Carga Horaria Total de las Asignaturas		1280	

Obligaciones académicas			
Entornos Virtuales de Aprendizaje		30	A distancia
Herramientas informáticas		30	A distancia
Práctica Profesional		100	Presencial
Participación en Jornadas y Congresos		70	Presencial
Trabajo Final Integrador		100	Presencial
TOTAL DE LA CARRERA EN HORAS RELOJ		1610	

CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ASIGNATURAS
--

PRIMER AÑO

ASIGNATURA (01): Geografía Económica Mundial

Los recursos naturales, la población y la tecnología: su distribución espacial. Los sectores primario, secundario y terciario: localización de actividades. El comercio mundial. Los recursos humanos y la organización social. Los actores sociales. La demografía y los movimientos migratorios. La globalización económica. Los nuevos desafíos. La nueva geografía económica. Los actores del comercio exterior. Las comunicaciones y la importancia para el desarrollo del comercio. Las oportunidades de inserción de la Argentina en el nuevo contexto mundial.

ASIGNATURA (02): Introducción al Comercio Internacional

Conceptos y definiciones básicas de comercio exterior. Una aproximación a las teorías del comercio internacional, a la Teoría de la localización y a la Teoría monetaria. Balanza de pagos: elementos fundamentales. Política comercial: consideraciones generales. Barreras o restricciones al comercio internacional. Integración y cooperación internacional. Características del comercio exterior argentino. Instrumentos y medios de pago internacionales. Introducción a la logística y distribución física internacional. Cotizaciones internacionales.

ASIGNATURA (03): Importación y Exportación

La Aduana. Ley 22415 y Decreto 1001/82. Mercaderías. Territorio aduanero. Definiciones. Conceptos. Disposiciones. Destinaciones aduaneras de exportación y de importación. Destinaciones definitivas y suspensivas. Disposiciones comunes a la importación y a la exportación. Acuerdos Comerciales Regionales (MERCOSUR, ALADI, etc.). La OMC y el comercio exterior. Política comercial externa. Medidas arancelarias y no arancelarias. Instrumentos de promoción. Incentivos o estímulos a la exportación. Reintegros. Draw Back. Reembolsos. Admisión temporaria. Envíos en consignación. Zonas francas. Regímenes especiales. Sistema informático. Prohibiciones y suspensiones.

Las entidades de promoción comercial. Consorcios de exportación. Misiones y ferias comerciales.

ASIGNATURA (04): Economía de la Empresa

Conceptos económicos básicos. La microeconomía y la macroeconomía. Frontera de posibilidades de producción. Oferta y Demanda. La relación entre las cantidades y los precios. Precios, ingresos y elasticidades. La estructura de mercados y las fallas de los mercados. La competencia de los mercados (perfecta e imperfecta). Rol y acción de los agentes económicos. El beneficio empresario. Los salarios, la tasa de interés y sus impactos en los costos e ingresos. La inflación.

ASIGNATURA (05): Régimen Legal Aduanero

Normas y disposiciones legales vinculadas al comercio exterior. La Constitución Nacional. El Código Aduanero. Ley 22.415 y Dec. 1001/82. Tratado de Asunción. Ouro Preto. OMC. Ámbito espacial. Territorio Aduanero. Enclaves. Exclaves. Servicio Aduanero. Despachantes de Aduana. Importadores y exportadores. Agentes de Transporte Aduanero. Otros sujetos. Controles aduaneros. Zona primaria y secundaria. Disposiciones penales. Infracciones y delitos aduaneros. Jurisdicción y competencia. Procedimientos.

ASIGNATURA (06): Marketing

Marketing. Definiciones. Necesidades y deseos. Comportamiento del consumidor. Procesos de compra. Mercado. Segmentación de mercados. Posicionamiento. Niveles de posicionamiento. Variables controlables e incontrolables. Marketing Mix. Producto: características, clasificación. Marcas. Ciclo de vida del producto. Precio. Políticas de precio. Estrategias de Precio. Comunicación o promoción. Viajes de negocios. Misiones comerciales. Ferias internacionales. Plaza o distribución.

ASIGNATURA (07): Estadística

Las variables: su clasificación y niveles de medición. La organización de los datos: las distribuciones de frecuencias. Tablas y Gráficos. Estadística descriptiva: Las medidas de tendencia central y de variabilidad. La relación entre variables: Análisis de regresión y de correlación. Números índices y serie de tiempo: sus componentes.

SEGUNDO AÑO

ASIGNATURA (08): Investigación de Mercados

Investigación de mercados: Definición. Su importancia en la toma de decisiones. Objetivos de la investigación. Tipos de investigación: clasificación. Etapas de la investigación: El problema y los objetivos de investigación. Los diseños de la investigación. Fuentes de información. El muestreo. Investigación de mercados internacionales: Su importancia. Diferencias con la investigación de mercados local.

ASIGNATURA (09): Clasificación Arancelaria

Nomenclatura. Clasificación de las mercaderías. Sistema Armonizado. MERCOSUR. OMC. ALADI. Nomenclatura Común del MERCOSUR. Arancel Integrado Aduanero (Sistema María): Posición SIM. Procedimiento sistemático clasificatorio: su aplicación a los distintos instrumentos tarifarios. Nomenclatura: Secciones, Capítulos, Partidas y Subpartidas. Reglas de clasificación. Declaración comprometida. Declaración completa.

ASIGNATURA (10): Estrategias de Marketing Internacional

Conceptos de táctica y estrategia. Marketing internacional, marketing mix internacional y marketing local. Estrategias de Producto, de Precio, de canales, de comunicación y publicidad, de promoción y de plaza. Las ferias internacionales. El Departamento de exportación y su vinculación con el marketing internacional. Los consorcios de exportación. Investigación de mercados internacionales. Estrategias de inserción en los mercados internacionales. La exportación directa. Subsidiarias comerciales. Subsidiarias de producción. *Joint Venture*. Franquicias. Intercambio compensado. Asociación. Agente. Representante. Distribuidor.

ASIGNATURA (11): Régimen Económico y Financiero del Comercio Internacional

Instrumentos y medios de pago internacionales. Crédito Documentario. Características. Secuencias. Criterios de las Cartas de Crédito. Cartas de Crédito especiales. Legislación. La Cobranza; definición, características, tipos, secuencias. Orden de pago o transferencias: definición, características, secuencias. El cheque. Factoring y Forfaiting. Mercado de cambios. Sistema imperante en la Argentina. Régimen de pagos por importación. Régimen de ingreso de divisas. Negociación de divisas, plazos. Normativa bancaria y cambiaria. Seguro de caución. Seguro de crédito a la exportación. Cotizaciones internacionales. Barreras o restricciones al comercio internacional. Documentación internacional. Incentivos o estímulos a las exportaciones: directos, indirectos, especiales y financieros. Costos y precios de exportación. Costos y precios de importación. Contratos internacionales. Secuencias operativas de importación y de exportación.

ASIGNATURA (12): Integración y Cooperación Económica Internacional

Globalización: definiciones, conceptos y evolución. Integración económica internacional: definiciones, motivos para internacionalizarse, requisitos o facilitadores de un proceso de integración, instrumentos o medios aduaneros, jurídicos e institucionales de los procesos de integración. Clasificación. Grados o etapas de la integración. Ventajas y desventajas de la integración. La integración en Europa: La Comunidad Económica Europea. El Tratado de Roma. El grupo de los "6". La EFTA. Evolución histórica de la integración europea. Principios. Realizaciones. Instituciones Europeas. La Unión Europea. El sistema monetario europeo. El Euro. La Política Agrícola Europea. La integración en América: ALALC, ALADI, MCCA, CAN, MERCOSUR, ALCA, ALBA. La Alianza del Pacífico. CELAC. UNASUR. La integración en Asia: El ASEAN. Países miembros. Objetivos. Realidades. APEC. Países que lo integran. Características. La integración en África: La relación de África con la UE, EEUU y China. La Unión Africana. Otros procesos de integración.

Organización del comercio mundial. Cooperación económica internacional. Significado y diferencia con la integración económica. Evolución histórica. FMI. BIRF. Grupo Banco Mundial. GATT. La Cláusula de la Nación Más Favorecida. OMC: principios y cláusulas. Diferencias con el GATT. Funcionamiento de la OMC. UNCTAD. Los Sistemas Generalizados de Preferencias. Cámara de Comercio Internacional. OEA. BID. CEPAL. Otros organismos de cooperación.

ASIGNATURA (13): Valoración Aduanera

Valoración de las mercaderías de importación. Normas de valor. Artículo VII del GATT. Valor de transacción. Precio. Ajustes. Personas vinculadas. Mercaderías idénticas y similares. Método deductivo. Valor reconstruido. Reglas generales. Valor de las mercaderías de exportación. Noción de valor imponible. Nivel comercial. Gastos a incluir. Precio FOB. Valor FOB mínimo. Descuentos y bonificaciones. Tributos. Hecho imponible. Valor imponible. Momento imponible. Tributos de importación y de exportación. Impuestos. Tasas. Costos de importación y de exportación.

TERCER AÑO

ASIGNATURA (14): Logística y Distribución Física Internacional.

Logística. Distribución Física Internacional. El sistema de transporte. Valor de tráfico. Valor de afinidad. Transportes y Seguros. Aspectos sustanciales de los INCOTERMS. Transporte marítimo: características, ventajas y desventajas. Documentación. Transporte Terrestre: características, ventajas y desventajas. Transporte aéreo: características, ventajas y desventajas. Documentación. Tipos o clases de tarifas en el transporte aéreo. Tasación volumétrica de cada medio de transporte. Transporte multimodal. Consolidación de cargas. Contenedores.

ASIGNATURA (15): Negocios Digitales Internacionales

Comercio Electrónico: ventajas y requerimientos. Marketing e internet. Sitio Web. Diseños. Estrategias. Plan de negocios digitales. Oferta comercial. Segmentación. Posicionamiento. Seguridad en el comercio electrónico. Métodos de pago en el comercio electrónico.

ASIGNATURA (16): Organización de la Gerencia de Comercio Exterior

Filosofía empresarial y su relación con el ámbito internacional. Política de ventas y de compras. Demanda y oferta del mercado especializado. Descripción de funciones. Perfiles de cada actividad. Planificación, seguimiento, control y continuidad de las operaciones. Registros de control. Análisis comparativo de pérdidas y ganancias. Previsiones de desarrollo y ampliación de actividades. Proceso de toma de decisiones.

A.- Entornos Virtuales de Aprendizaje

Esta obligación académica brindará a los estudiantes la posibilidad de analizar la influencia de las TIC en los procesos de comercialización y, a su vez, analizar cómo Internet ha ocupado un lugar relevante en la vinculación con los nuevos consumidores. Desde un punto de vista más centrado en el alumno como usuario de TICs y campus virtuales de aprendizaje, esta obligación académica le permitirá familiarizarse con conceptos tales como las nuevas tecnologías aplicadas al aprendizaje y e-learning. Accederá a las características específicas de las situaciones de aprendizaje en entornos virtuales: los diferentes elementos del proceso de aprendizaje-enseñanza en un entorno virtual y sus relaciones. A su vez, conocerá el rol del tutor y los diferentes modos de vincularse con él, cuando hay mediación de tecnología.

B.- Herramientas Informáticas

Uso de Word y Excel. Elaboración de las presentaciones con uso de Power Point, Movie Maker, Prezi, etc. Utilización de TICs.

C.- Práctica Profesional

El alumno deberá relacionar y aplicar los conceptos aprendidos en las asignaturas cursadas. Para ello tendrá que demostrar un criterio objetivo sobre los alcances de los diversos aspectos que hacen a su quehacer profesional futuro, utilizando una visión crítica que posibilite el análisis, diferenciación y selección de casos. Las acciones se orientan a la aplicación de las habilidades adquiridas a efectos de contribuir con los cuadros gerenciales y responsables de las organizaciones en la toma de decisiones. Para ello se trabajará en la presentación y desarrollo de casos así como en el análisis y descripción de experiencias de diferentes organizaciones.

D.- Participación en Jornadas y Congresos

A través de las tecnologías que dispone la Universidad, los alumnos accederán de manera virtual a los Congresos, Seminarios y eventos que se organicen en la propia Universidad, vinculados con la temática de la Tecnicatura.

E.- Trabajo Final Integrador

El alumno aplicará las herramientas, teóricas y prácticas, para presentar de manera escrita y oral un proyecto de innovación y mejora, una investigación de campo o un plan de negocios con una propuesta de resolución. Conocerá las normas y reglas en el uso de citas de autor, referencias bibliográficas, elaboración de trabajos, etc. El trabajo será individual y deberá abarcar los conocimientos y destrezas adquiridas en el proceso de formación. Podrá consistir en un proyecto de innovación y mejora, una investigación de Campo, un plan de negocios con una propuesta de resolución. El plazo para la entrega será de un año académico contando a partir de la finalización del cursado del quinto cuatrimestre de la Carrera.

PLAN DE ESTUDIOS

Año	Asignaturas	Obligaciones Académicas	
Primero	Geografía Económica Mundial Introducción al Comercio Internacional Importación y Exportación Economía de la Empresa Régimen Legal Aduanero Marketing Estadística	Entornos Virtuales de Aprendizaje Herramientas Informáticas	Jornadas
Segundo	Investigación de Mercados Clasificación Arancelaria Estrategias de Marketing Internacional Régimen Económico y Financiero del Comercio Internacional Integración y Cooperación Económica Regional Valoración Aduanera	Práctica Profesional	y Congresos
Tercero	Logística y Distribución Física Internacional Negocios Digitales Internacionales Organización de la Gerencia de Comercio Exterior	Trabajo Final Integrador	