Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2005)**
Universidad Nacional de San Luis **(Programa en trámite de aprobación)**
Facultad de Ingenieria y Ciencias Economicas y Sociales **(Presentado el 26/09/2005 13:51:42)**
Departamento: Cs Economica Sociales
Area: Economica

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
Comercio Internacional	Lic.Administración	7/99	5	1c
Sem: Comercio Internacional	Cont.Público Nac	1/90	5	1c

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MORA, ELSA	Prof. Responsable	P.ADJ EXC	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	**Teóricas**	**Prácticas de Aula**	**Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.**	**Total**
4 Hs	2 Hs	2 Hs	0 Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	2 Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
06/09/2005	16/12/2005	15	60

IV - Fundamentación

En el mundo de la relaciones económicas internacionales los movimientos comerciales desempeñan un papel preponderante y su conocimiento resulta indispensable para los actores de la vida económica.
Se pretende introducir a los alumnos en el contenido de comercio internacional a fin de facilitarles un conjunto de herramientas analíticas que permitan una mejor comprensión de la situación económica internacional.
En una primera fase, facilitar el conocimiento de los modelos del comercio internacional y los efectos y orientaciones de las políticas comerciales.
Proporcionar los elementos necesarios de la comprensión de la naturaleza de la O.M.C., su puesta en funcionamiento en 1995 y su desarrollo posterior, desde una perspectiva económica.
Posteriormente, proveer una visión general teórico-práctica examinando los aspectos relativos a la vida internacional de la empresa en su vertiente exportadora.

V - Objetivos

- Exponer las principales teorías del comercio internacional.
- Proporcionar conocimientos mínimos de los organismos internacionales vinculados al comercio internacional, destacando la Organización Mundial del Comercio (OMC) como sistema marco de regulación de los intercambios comerciales.
- Presentar las cuestiones relativas a la integración económica.
- Señalar las características del comercio mundial y su influencia sobre las políticas comerciales describiendo los instrumentos de política comercial más importantes.
- Indicar los principales lineamientos que deben seguirse para la internacionalización de las empresas.
- Proveer conocimientos relativos a la gestión y operatoria de la empresa en el comercio internacional.

VI - Contenidos

UNIDAD 1: COMERCIO INTERNACIONAL

1.1. Introducción a la Economía Internacional. Conceptos básicos.
1.2. Comercio Internacional. Conceptos y Fundamentos.
1.3. Consideraciones básicas de la Teoría del Comercio Internacional.
1.4. La Teoría clásica de la ventaja comparativa: el modelo Ricardiano.
1.5. La Teoría de las proporciones factoriales: el modelo Heckscher-Ohlin.
1.6. El comercio internacional: Economías de Escala y Competencia Imperfecta.
Competencia monopolística. Dumping. Comercio interindustrial y comercio intraindustrial. Economías externas y comercio internacional.
Desarrollo Posteriores

UNIDAD 2: ORGANISMOS ECONOMICOS INTERNACIONALES

2.1. El Sistema de Cooperación Internacional.
2.2. GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio).
Orígenes y Antecedentes. Principios y Objetivos Fundamentales.
2.3. El GATT y las Barreras al Comercio Internacional.
2.4. Las Negociaciones Comerciales.
2.5. La Ronda Uruguay.
2.6. OMC (Organización Mundial del Comercio).
2.7. La Estructura de la OMC.
2.8. El Acta Final de Marrakech.
2.9. La OMC desde 1994

UNIDAD 3: INTEGRACIÓN ECONOMICA

3.1. Concepto y tipos de Integración Económica: Area de libre comercio, unión aduanera, mercado común, unión económica.
3.2. Efectos de la integración.
3.3. Regionalización y Mundialización.
3.4. La integración en América Latina.
3.5. MERCOSUR. El Tratado de Asunción.
3.6. CEE. Unión Europea: Orígenes. Etapas

UNIDAD 4. LOS INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL

4.1. Principales instrumentos de Política Comercial.
4.2. Barreras arancelarias. Barreras no arancelarias.
4.3. Otras formas de política que afectan al comercio.
4.4. El Arancel. La Nomenclatura Arancelaria.
4.5. Clasificación de mercancías en el Sistema Armonizado.
4.6. El valor de la mercancías en Aduana.
4.7. Los Destinos Aduaneros de las mercancías.

UNIDAD 5: LA EMPRESA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. El proceso de internalización de la empresa.
5.2. Análisis de la empresa. La decisión de exportar.
5.3. La información para la toma de decisiones en el comercio internacional.
5.4. Investigación y Selección de Mercados Exteriores. El Estudio de Mercado.
5.5. La contratación internacional.
5.6. Los INCOTERMS en el comercio internacional.
5.7. El transporte internacional de mercancías. Distintos medios de transporte.
5.8. Los Medios de Pago en el comercio internacional.
5.9. Casos prácticos.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Los contenidos teóricos serán aplicados a través:
- Resolución de ejercicios prácticos
- Exposición por parte de los alumnos de lecturas referidas a temas económicos de actualidad.
- Debates sobre dichas exposiciones.
- Elaboración y presentación de un trabajo de carácter individual, referido a los contenidos del programa

VIII - Regimen de Aprobación

Para promocionar la asignatura los alumnos deberán:
1. Asistir al 80 % de las clases teóricos-prácticas.
2. Aprobar dos exámenes parciales, con su correspondiente recuperatorio.
   La nota mínima será de 6 (seis).
   Los alumnos que trabajan podrán acceder a un recuperatorio adicional.
3. Aprobar un exámen parcial de todos los contenidos . La nota mínima será de 8 (ocho).
4. Realizar un Trabajo sobre un tema del programa a designar.

Los alumnos que no promocionen la asignatura quedaran en la condición de alumno regular.

Para regularizar la asignatura los alumnos deberán:
1. Asistir al 80 % de las clases teórico-prácticas.
2. Aprobar dos exámenes parciales, con su correspondiente recuperatorio.

La nota mínima será de 6 (seis).
   Los alumnos que trabajan podrán tener un recuperatorio adicional.
3. El exámen final será oral o escrito.

Los alumnos que no regularicen la asignatura quedaran en la condición de alumno libre.

Los alumnos libres deberán:
1. Aprobar un exámen escrito de los contenidos de la asignatura para acceder a un exámen oral.

IX - Bibliografía Básica

[1] KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice(1994):Economía Internacional. Teoría y Política. McGraw Hill. España.
[2] ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (2005): Informe Anual de la Organización Mundial del Comercio.

X - Bibliografia Complementaria

[1] BORKAKOTI, J. (1998): International Trade: Causes and Consequences. An Empirical and Theoretical Text. McMillan Press Ltd. London.
[2] BHAGWATI, J. y HIRSCH, M. (1998): The Uruguay Round and Beyond. Springer-Verlag Berlín. Heidelberg.
[3] CHANTEPIE, PHILIPPE; GAUTIER, LOUIS; PIOT, OLIVIER y PLIHON, DOMINIQUE (1997): Lá nouvelle politiqué économique. L'État face à la mondialisation. Presses Universitaires de France. París.
[4] FRATALOCCHI, Aldo (1994): Incoterms, Contratos y Comercio Exterior, Ediciones Macchi, Buenos Aires.
[5] GATT (1994): "Los Resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales". Textos Jurídicos. Ginebra.
[6] MORA Elsa (2002): "Aspectos de la Valoración del Comercio Internacional de Servicios en el Marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios". Tesis doctoral inédita. Universidad de Alcalá. España.
[7] MORA Elsa y DÍAZ MIER, Miguel A. (2002): "El estado de la ordenación internacional del comercio de servicios. Literatura reciente e intentos de valoración" en SEQUEIROS TIZÓN, Julio G., GONZÁLEZ LAXE, Fernando (Editores). Ediciones netbiblo. España.

XI - Resumen de Objetivos

- Exponer las principales teorías del comercio internacional.
- Proporcionar conocimientos mínimos de los organismos internacionales vinculados al comercio internacional, destacando la Organización Mundial del Comercio (OMC) como sistema marco de regulación de los intercambios comerciales.

- Presentar las cuestiones relativas a la integración económica.
- Señalar las características del comercio mundial y su influencia sobre las políticas comerciales describiendo los instrumentos de política comercial más importantes.
- Indicar los principales lineamientos que deben seguirse para la internacionalización de las empresas.
- Proveer conocimientos relativos a la gestión y operatoria de la empresa en el comercio internacional.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD 1: COMERCIO INTERNACIONAL

1.1. Introducción a la Economía Internacional. Conceptos básicos.
1.2. Comercio Internacional. Conceptos y Fundamentos.
1.3. Consideraciones básicas de la Teoría del Comercio Internacional.
1.4. La Teoría clásica de la ventaja comparativa: el modelo Ricardiano.
1.5. La Teoría de las proporciones factoriales: el modelo Heckscher-Ohlin.
1.6. El comercio internacional: Economías de Escala y Competencia Imperfecta.
Competencia monopolística. Dumping. Comercio interindustrial y comercio intraindustrial. Economías externas y comercio internacional.
Desarrollo Posteriores.

UNIDAD 2: ORGANISMOS ECONOMICOS INTERNACIONALES

2.1. El Sistema de Cooperación Internacional.
2.2. GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio).
Orígenes y Antecedentes. Principios y Objetivos Fundamentales.
2.3. El GATT y las Barreras al Comercio Internacional.
2.4. Las Negociaciones Comerciales.
2.5. La Ronda Uruguay.
2.6. OMC (Organización Mundial del Comercio).
2.7. La Estructura de la OMC.
2.8. El Acta Final de Marrakech.
2.9. La OMC desde 1994.

UNIDAD 3: INTEGRACIÓN ECONOMICA

3.1. Concepto y tipos de Integración Económica: Area de libre comercio, unión aduanera, mercado común, unión económica.
3.2. Efectos de la integración.
3.3. Regionalización y Mundialización.
3.4. La integración en América Latina.
3.5. MERCOSUR. El Tratado de Asunción.
3.6. CEE. Unión Europea: Orígenes. Etapas.

UNIDAD 4. LOS INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL

4.1. Principales instrumentos de Política Comercial.
4.2. Barreras arancelarias. Barreras no arancelarias.
4.3. Otras formas de política que afectan al comercio.
4.4. El Arancel. La Nomenclatura Arancelaria.
4.5. Clasificación de mercancías en el Sistema Armonizado.
4.6. El valor de la mercancías en Aduana.
4.7. Los Destinos Aduaneros de las mercancías.

UNIDAD 5: LA EMPRESA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. El proceso de internalización de la empresa.
5.2. Análisis de la empresa. La decisión de exportar.
5.3. La información para la toma de decisiones en el comercio internacional.
5.4. Investigación y Selección de Mercados Exteriores. El Estudio de Mercado.

5.5. La contratación internacional.
5.6. Los INCOTERMS en el comercio internacional.
5.7. El transporte internacional de mercancías. Distintos medios de transporte.
5.8. Los Medios de Pago en el comercio internacional.
5.9. Casos prácticos.

XIII - Imprevistos

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	