Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2008)**
Universidad Nacional de San Luis **(Programa en trámite de aprobación)**
Facultad de Ingenieria y Ciencias Economicas y Sociales **(Presentado el 14/08/2008 18:36:19)**
Departamento: Cs Economica Sociales
Area: Economica

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
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**
Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	1 Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
10/03/2008	20/06/2008	15	60

IV - Fundamentación

En el mundo de las relaciones económicas internacionales los movimientos comerciales desempeñan un papel preponderante y su conocimiento resulta indispensable para los actores de la vida económica.
En una realidad tan compleja como es la economía mundial, las preocupaciones por las cuestiones del comercio internacional y la toma de decisiones de los agentes económicos en los aspectos que a el se refieren han sido las líneas a seguir para el desarrollo de la asignatura.
Las actividades de intercambio comercial no son estáticas sino dinámicas siendo necesario hacer una introducción a la consideración del sistema GATT-OMC, su funcionamiento y su posterior desarrollo. Prácticamente, hoy la mayoría de los países que integran la OMC participan también en acuerdos de integración regional.
Estas son algunas de las razones que nos llevan a introducirnos en el mundo del comercio internacional desde una perspectiva general, estudiando los aspectos relacionados con las transacciones internacionales y su regulación con carácter multilateral.

V - Objetivos

El objetivo general es proveer a los alumnos los conocimientos referidos al comercio internacional que les permita manejar un conjunto de herramientas analíticas para su aplicación en el campo profesional.
Que el alumno:
-Comprenda los conocimientos teóricos del comercio internacional.
-Interprete herramientas teóricas-prácticas para su aplicación.
-Reconozca las técnicas a utilizar en el mercado internacional.
-Analice y reflexione sobre actuaciones futuras a seguir en las operaciones comerciales internacionales.
-Identifique los instrumentos referidos a los aspectos relativos a la vida internacional de la empresa en su vertiente exportadora.

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. Las Negociaciones Comerciales. La Ronda Uruguay.
2.4. El Acta Final de Marrakech.
2.5. OMC (Organización Mundial del Comercio).
2.6. La Estructura de la OMC.
2.7. 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. Regionalización y Mundialización.
3.3. La integración en América Latina: MCCA.CARICOM.Comunidad Andina.
3.4. MERCOSUR: El Tratado de Asunción.
3.5. CEE: Orígenes. Etapas. Unión Europea.

UNIDAD 4. LOS INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL

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

UNIDAD 5: LA EMPRESA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

5.1. El proceso de internacionalización 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.

VIII - Regimen de Aprobación

Para Promocionar la asignatura los alumnos deberán:
1. Asistir el 80 % de las clases teóricos-prácticas.
2. Aprobar 2 (dos) exámenes parciales.
La nota mínima será de 8 (ocho).
3. Aprobar 1 (un) exámen parcial de todos los contenidos.
La nota mínima será de 8 (ocho).
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 2 (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. 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] DIAZ MIER, Miguel Angel (1997) Técnicas de Comercio Exterior I. Ediciones Pirámide.Madrid.
[2] FRATALOCCHI, Aldo (1994): Incoterms, Contratos y Comercio Exterior. Ediciones Macchi. Buenos Aires.
[3] KRUGMAN, Paul R., OBSTFELD, Maurice(1994):Economía Internacional. Teoría y Política. McGraw Hill. España.
[4] MORENO, José María (1993): Manual del Exportador. Teoría y práctica exportadora. Ediciones Macchi. Buenos Aires.
[5] ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (2006): Informe Anual de la Organización Mundial del Comercio.
[6] VILLEGAS, C. A.(1993): "Comercio Exterior y Crédito Documentario".Editorial Astrea. Buenos Aires

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] GATT (1994): "Los Resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales". Textos Jurídicos. Ginebra.
[5] 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. Universidad de Alcalá. España.
[6] 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.
[7] MORA Elsa (2007):"Una Valoración del Comercio de Servicios desde la perspectiva de la integración regional". IX Reunión Internacional de Economía Mundial. España
[8] PUSILLO Edoardo(2005): EUROPA. Contenuti politici, giuridici ed economici del processo di integrazione.Edición ECIG (Edizioni Culturali Internazionali Genova) Genova

XI - Resumen de Objetivos

Que el alumno:
-Comprenda los conocimientos teóricos del comercio internacional.
-Interprete herramientas teóricas-prácticas para su aplicación.
-Reconozca las técnicas a utilizar en el mercado internacional.
-Analice y reflexione sobre actuaciones futuras a seguir en las operaciones comerciales internacionales.

-Identifique los instrumentos referidos a los aspectos relativos a la vida internacional de la empresa en su vertiente exportadora.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD 1: COMERCIO INTERNACIONAL
UNIDAD 2: ORGANISMOS ECONOMICOS INTERNACIONALES
UNIDAD 3: INTEGRACIÓN ECONOMICA
UNIDAD 4. LOS INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL
UNIDAD 5: LA EMPRESA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

XIII - Imprevistos

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