

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE

COMERCIO EXTERIOR

CÓDIGO: 1528

ÁREA:
Administración

HORAS DE CLASE				PROFESORES RESPONSABLES
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Lic. Pablo Mielgo
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	
4	64	2	32	

ASIGNATURAS CORRELATIVAS PRECEDENTES

CURSADAS	APROBADAS
Teoría y Técnica Tributaria II	Derecho Empresario CP Economía II

DESCRIPCIÓN:

La asignatura tiene por objetivos introducir a el alumno en el mundo del comercio internacional y a brindarle las herramientas necesarias para realizar un análisis de las verdaderas posibilidades de una empresa, local o nacional, para insertar sus productos en el exterior y desarrollar proyectos de exportación.

El programa contempla un análisis completo del contexto internacional y nacional, como marco de referencia para el desarrollo de las actividades de comercio exterior.

Dentro de los contenidos se consideran todos los aspectos logísticos del comercio internacional, a saber: operatoria aduanera, operatoria bancaria, transportes y logística internacional y seguros. Finalmente, se contempla el análisis de la estrategia de marketing internacional en todos sus frentes, como así también el de cada una de sus variables operativas.

La materia cuenta con una alta carga de práctica en temas como: valoración aduanera de exportación e importación, secuencia de exportación e importación, investigación de mercados externos, análisis de casos de comercialización internacional, costos y precios de exportación, costos de importación y análisis de cadenas de distribución física internacional.

vigencia años:	2008				
----------------	------	--	--	--	--

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE

COMERCIO EXTERIOR

CÓDIGO: 1528

ÁREA:
Administración

PROGRAMA SINTÉTICO:

Unidad I: Introducción al Comercio Exterior.

Unidad II: El contexto internacional. Marco institucional del comercio internacional.

Unidad III: Organización Institucional del Comercio Exterior Argentino.

Unidad IV: La Aduana y el Comercio Exterior

Unidad V: El plan de marketing para la exportación. Los pasos de la estrategia comercial internacional.

Unidad VI: Operatoria de Comercio Exterior. Logística, acondicionamiento y transporte internacional de mercaderías.

Unidad VII: Operatoria de Comercio Exterior. Bancos y medios de pago internacionales.

Unidad VIII: La operatoria Aduanera. Secuencia de Exportación e Importación.

Unidad IX: Política de precios internacionales. Costos de Exportación.

Unidad X: Política de precios internacionales. Costos de Importación.

Unidad XI: Comercio internacional y comercio electrónico.

Vigencia
años:

2008

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE

COMERCIO EXTERIOR

CÓDIGO: 1528

ÁREA:
Administración

Unidad I: Introducción al Comercio Exterior.

- El rol del comercio exterior en la economía internacional. Características y evolución histórica. Situación actual del comercio internacional. Argentina en el comercio mundial.
- Teoría del comercio exterior. Proteccionismo vs. Libre comercio. Ventajas comparativas. Políticas estatales. Instrumentos de intervención.
- Argentina ante el marco internacional. Política económica. Apertura, desregulación y privatizaciones. Devaluación y la nueva política de comercio exterior. Resultados y perspectivas. Evolución del comercio exterior argentino.

Bibliografía:

- CHACHOLIADES, Miltiades. "Economía Internacional". Editorial McGraw Hill. Segunda Edición. 1993. Capítulo 10.
- FRATALOCCHI, Aldo. "Cómo Exportar e Importar". Ed. Errepar, 2da. Edición, Buenos Aires, 2007. Capítulos 1, 8 y 10.
- FRATALOCCHI, A.; ZUNINO, G. "El comercio internacional de mercaderías". Editorial Osmar D. Buyatti. 1997. Capítulos 1 a 5.
- HILL, Charles W. "Negocios Internacionales: competencia en un mercado global". McGraw Hill, tercera edición, 2001. Capítulo 8.
- NIETO CHURRUCA, Ana; GARCIA LOMAS, O. "Marketing Internacional". Ediciones Pirámide. Madrid, 1995. Capítulo 3.
- Material entregado por la cátedra.

Unidad III: Organización Institucional del Comercio Exterior Argentino.

- Organismos oficiales de comercio exterior en Argentina. Estructura. Funciones. Normativa legal nacional para el comercio exterior.
- Estructura de las exportaciones argentinas. Evolución histórica. Principales rubros exportados. Empresas exportadoras. Problemas de la oferta exportable. La oferta exportable regional.
- Estructura de las importaciones argentinas. Evolución histórica. Principales rubros importados. Balanza comercial. Evolución. Perspectivas.
- Mercado cambiario. Actores. Oferta y demanda de moneda extranjera. Tipos de operaciones. Sistema cambiario y tipo de cambio. Riesgo cambiario y seguros de cambio.
- Política de promoción de exportaciones. Objetivos. Subpolítica Comercial, Subpolítica Cambiaria y Subpolítica promocional. Incentivos Directos: reembolsos, reintegros, draw-back, reembolsos adicionales. Incentivos Indirectos: IVA, Impuestos Indirectos, Ingresos Brutos, etc. Incentivos Especiales: admisión temporal, envío de muestras, envíos en consignación, etc. Incentivos financieros. Decretos y Resoluciones.
- Organismos privados de promoción del comercio exterior. Objetivos. Cámaras, asociaciones, etc. Beneficios para el operador.

Vigencia
años:

2008

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR Bahía Blanca - Argentina					4/9
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR					CÓDIGO: 1528 ÁREA: Administración
<u>Bibliografía:</u> - "Código Aduanero de la República Argentina: Ley 22.415 y Decreto Reglamentario 1001/82". Editorial AZ. Séptima Edición. 1994. - BIBILONI, Mario. "Aspectos aduaneros, tributarios y cambiarios del comercio exterior". Ed. Errepar, 2da. edición, Buenos Aires, 2006. - BIBILONI, Mario. "El régimen cambiario de los cobros anticipados de exportaciones: análisis, evolución e implicancias." Ed. Errepar, Buenos Aires, 2007. - FRATALOCCHI, Aldo. "Cómo Exportar e Importar". Ed. Errepar, 2da. Edición, Buenos Aires, 2007. Capítulos 4 y 7. - HILL, Charles W. "Negocios Internacionales: competencia en un mercado global". McGraw Hill, tercera edición, 2001. Capítulos 9 y 10. - STENBERG, Alfredo R. "Los Impuestos y el Comercio Exterior Argentino". Ed. Aplicación Tributaria S.A., 3ra. Edición, Buenos Aires, 2007. - Material entregado por la cátedra.					
<u>Unidad III: Organización Institucional del Comercio Exterior Argentino.</u> - o Organismos oficiales de comercio exterior en Argentina. Estructura. Funciones. Normativa legal nacional para el comercio exterior. - o Estructura de las exportaciones argentinas. Evolución histórica. Principales rubros exportados. Empresas exportadoras. Problemas de la oferta exportable. La oferta exportable regional. - o Estructura de las importaciones argentinas. Evolución histórica. Principales rubros importados. Balanza comercial. Evolución. Perspectivas. - o Mercado cambiario. Actores. Oferta y demanda de moneda extranjera. Tipos de operaciones. Sistema cambiario y tipo de cambio. Riesgo cambiario y seguros de cambio. - o Política de promoción de exportaciones. Objetivos. Subpolítica Comercial, Subpolítica Cambiaria y Subpolítica promocional. Incentivos directos: reembolsos, reintegros, draw-back, reembolsos adicionales. Incentivos Directos: IVA, Impuestos Indirectos, Ingresos Brutos, etc. Incentivos Especiales: admisión temporal, envío de muestras, envíos en consignación, etc. Incentivos financieros. Decretos y Resoluciones. - o Organismos privados de promoción del comercio exterior. Objetivos. Cámaras, asociaciones, etc. Beneficios para el operador.					
<u>Bibliografía:</u> - CHACHOLIADES, Miltiades. "Economía Internacional". Editorial McGraw Hill. Segunda Edición. 1992. Capítulo 11. - "Código Aduanero de la República Argentina: Ley 22.415 y Decreto Reglamentario 1001/82". Editorial AZ. Séptima Edición. 1994. - FRATALOCCHI, Aldo. "Cómo Exportar e Importar". Editorial Errepar. 2002. Capítulo 4 y 7. - LEDESMA, Carlos; ZAPATA, Cristina. "Negocios y Comercialización Internacional". Ediciones Macchi. 1993. Capítulo 19. - Material entregado por la cátedra.					
Vigencia años:	2008				

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR					5/9
Bahía Blanca - Argentina					
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528 ÁREA: Administración	
Unidad IV: La Aduana y el Comercio Exterior					
- La Nomenclatura de Comercio Exterior: Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercaderías (SADCM). Reglas Generales para la interpretación del Sistema Armonizado. NALADI. Nomenclatura Común del MERCOSUR - NCM - La importancia de la clasificación arancelaria. Cómo leer la Nomenclatura. Ventajas e inconvenientes de la NCM. - La función de la Aduana. El valor de la transacción. Los métodos de valoración de las mercaderías. Valor de Aduana y valor de transacción. Régimen General. Casos especiales. Método de valoración de mercaderías similares. - El control aduanero de exportación e importación. Las destinaciones aduaneras. Registro de Importadores y Exportadores. El Despachante de Aduanas. El Sistema Informático MARIA (SIM). La liquidación de aranceles y tributos en las operaciones de comercio exterior. - Zonas Francas. Definición y características. Tipos de Zona Franca.					
Bibliografía:					
"Código Aduanero de la República Argentina: Ley 22.415 y Decreto Reglamentario 1001/82". Editorial AZ. Séptima Edición. 1994. - DIAZ MIER, M. Angel; HERNANDO MORENO, J.M. "Técnicas de Comercio Exterior II". Editorial Pirámide, Madrid, 1998. Capítulo 1. - FRATALOCCHI, Aldo. "Cómo Exportar e Importar". Editorial Errepar, 2da. edición, Buenos Aires, 2007. Capítulos 2, 3 y 6. - FRATALOCCHI, A.; ZUNINO, G. "El comercio internacional de mercaderías". Editorial Osmar D. Buyatti. 1997. Capítulo 6. - Material entregado por la cátedra.					
Unidad V: El plan de marketing para la exportación. Los pasos de la estrategia comercial internacional.					
- Marketing Internacional. Conceptos y diferencias con el marketing doméstico. Gestión de marketing internacional. Etapas. - Diagnóstico exportador y autoevaluación empresarial. Análisis de fortalezas y debilidades. Determinación de productos para la exportación. - Investigación de mercados externos. Etapas. Fuentes de información primarias y secundarias. Investigación documental. Características y ventajas. Análisis de viabilidad de mercados de exportación. Investigación de campo. Esquema de una investigación de campo. Planificación. Técnicas de recolección de datos. El informe final de la investigación. - Selección de mercados externos y definición de objetivos de mercado. - Estrategias de penetración en mercados externos. La Exportación: métodos directos, indirectos, mixtos y corporativos. La inversión externa: co-inversión e inversión total en el exterior. Métodos no convencionales: franchising, leasing, subcontratación internacional, transferencia de tecnología, intercambio compensado. - Asociativismo para la exportación: tipologías para el asociativismo y las alianzas entre empresas. Formatos específicos para la exportación. Consorcios y cooperativas de exportación. Esquemas horizontales y verticales. Redes. La integración formal e informal. Aspectos jurídicos de los procesos de integración. - Marketing Mix. Segmentación y posicionamiento internacional. La mezcla comercial internacional. Políticas de precio, políticas de producto, políticas de canales de distribución, políticas de comunicación y políticas de servicio a los mercados externos.					
Vigencia años:		2008			

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR					6/9
Bahía Blanca - Argentina					
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528 ÁREA: Administración	
◦ Auditoría del plan de marketing internacional. Ajustes finales.					
Bibliografía:					
- ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Parte III y Parte IV.					
- CLERI, Carlos A. "Estrategias de alianzas". Ediciones Macchi. Segunda Edición. 1999.					
- COLAIACOVO, Juan Luis. "Canales de Comercialización Internacional". Ediciones Macchi. 1990. Capítulos 5, 6, 7, 13 y 16.					
- COLAIACOVO, J.L.; ASSEFH, Antonio; GUADAGNA, G. "Proyectos de Exportación y Estrategias de Marketing Internacional". Ediciones Macchi. 1993. Capítulo 3, 5 y 7.					
- HILL, Charles W. "Negocios Internacionales: competencia en un mercado global". McGraw Hill, tercera edición, 2001. Parte V.					
- NIETO CHURRUCA, Ana; GARCIA LOMAS, O."Marketing Internacional". Ediciones Pirámide. Madrid. 1995. Parte Segunda y Parte Tercera.					
- NIETO CHURRUCA, Ana; GARCIA LOMAS, O.; CERVIÑO FERNÁNDEZ, J."Marketing Internacional. Casos y ejercicios". Editorial Pirámide. Madrid. 1997.					
- MORENO, José María. "Marketing Internacional". Ediciones Macchi. 1991. Segunda Parte.					
- LEDESMA, Carlos. "Nuevos principios de Comercio Internacional. Para actuar en escenarios globalizados". Ed. Macchi, 5ta. Edición, 1997. Módulo 2.					
- LEDESMA, Carlos; DOMÍNGUEZ, Mirta; GNAZZO, Liliana; ELASKAR, Luis. "Consortios de Exportación. El despegue regional". Ed. Osmar D. Buyati, Buenos Aires, 2004.					
- RICO, Rubén R.; DORIA, Evaristo. "Export Marketing: el nuevo marketing internacional de las empresas latinoamericanas". Pearson Education, Buenos Aires, 2008.					
- ROMERO ULLMANN, Roberto. "Estructuras empresarias para el comercio internacional". Editorial					
- Material entregado por la cátedra.					
Unidad VI: Operatoria de Comercio Exterior. Logística, acondicionamiento y transporte internacional de mercaderías.					
◦ El acondicionamiento de la mercadería. Envases y Embalajes. Importancia, requisitos. Pallets. Contenedores.					
◦ Transporte internacional. Transporte Marítimo, Aéreo, Terrestre. Transporte combinado y multimodal. Conversiones Internacionales. Documentos de transporte. La negociación de fletes. Integración del Costo del Transporte.					
◦ Puertos Regionales. Características. Servicios ofrecidos. Perspectivas.					
◦ Seguros de transporte de mercaderías. Seguro marítimo. Coberturas más usuales. Características. Documentación. Seguros aéreos y terrestres.					
Vigencia	2008				

años:					
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR Bahía Blanca - Argentina					7/9
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528 ÁREA: Administración	
<u>Bibliografía:</u> - ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 14 y 15. - LEDESMA, Carlos. "Nuevos principios de Comercio Internacional. Para actuar en escenarios globalizados". Ed. Macchi, 5ta. Edición, 1997. Módulo 3. - LEDESMA, Carlos; ZAPATA, Cristina. "Negocios y Comercialización Internacional". Ediciones Macchi. 1993. Capítulo 22, 23, 24, 25 y 26. - Material entregado por la cátedra. <u>Unidad VII:</u> Operatoria de Comercio Exterior. Bancos y medios de pago internacionales. ◦ Los bancos como intermediarios de pago. El crédito documentario. Circuito de una carta de crédito. Formas, tipos y modalidades de carta de crédito. Cobranza. Otras formas de pago: cheque, orden de pago o transferencia, letra de cambio, envío contra reembolso. ◦ La intervención bancaria en la liquidación de divisas. ◦ La financiación del comercio exterior. BICE y la banca minorista. <u>Bibliografía:</u> - ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 16. - LEDESMA, Carlos; ZAPATA, Cristina. "Negocios y comercialización internacional". Ediciones Macchi. 1993. Capítulo 18. - LEDESMA, Carlos. "Nuevos principios de Comercio Internacional. Para actuar en escenarios globalizados". Ed. Macchi, 5ta. Edición, 1997. Módulo 3. - Material entregado por la cátedra. <u>Unidad VIII:</u> La operatoria Aduanera. Secuencia de Exportación e Importación. ◦ Secuencia de una operación de exportación. Pasos. Operadores intervinientes. Documentación requerida. ◦ Secuencia de una operación de importación. Pasos. Operadores intervinientes. Documentación requerida. <u>Bibliografía:</u> ◦ ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 13. - LEDESMA, Carlos; ZAPATA, Cristina. "Negocios y comercialización internacional". Ediciones Macchi. 1993. Capítulo 27. - LEDESMA, Carlos. "Nuevos principios de Comercio Internacional. Para actuar en escenarios globalizados". Ed. Macchi, 5ta. Edición, 1997. Módulo 3. - Material entregado por la cátedra.					
vigencia años:	2008				

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR Bahía Blanca - Argentina					8/9
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528 AREA: Administración	
<u>Unidad IX:</u> Política de precios internacionales. Costos de Exportación. - Política de precios de exportación. Costo unitario: costeo total vs. Marginal. Riesgo de dumping. Política de discriminación de precios. Estrategia de precios. Secuencia para la determinación del precio de venta. Estructura de precios y su comparación con los precios de la competencia. - Cotizaciones Internacionales (Incoterms 2000). Origen e importancia. Ventajas de su aplicación. Tipos de cotización. Características de cada una. Oferta de exportación. - Precio FOB de exportación: metodología para la determinación. Estudio de casos. Determinación de otros precios: CIF, DDU, DDP, etc. - Logística comercial internacional. Análisis de cadenas de distribución física internacional. Selección de la cadena de DFI. Costos, tiempos y servicios. <u>Bibliografía:</u> - ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 9. - FRATALOCCHI, Aldo. "Cómo Exportar e Importar". Ediciones Errepar, 2da. edición. 2007. Capítulo 5. - FRATALOCCHI, Aldo. "Incoterms, Contratos y Comercio Exterior". Ediciones Macchi. 1994. - NIETO CHURRUCA, Ana; LLAMAZARES GARCIA-LOMAS, O. "Marketing Internacional". Ediciones Pirámide, Madrid. 1995. Capítulo 13. - Material entregado por la cátedra. <u>Unidad X:</u> Política de precios internacionales. Costos de Importación. - Metodología para determinar el costo de importación: bienes industriales y productos de consumo para reventa o uso particular. Estudio de casos. <u>Bibliografía:</u> - ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 9. - FRATALOCCHI, Aldo. "Cómo Exportar e Importar". Ediciones Errepar, 2da. edición, Buenos Aires, 2007. Capítulos 6. - Material entregado por la cátedra.					
Vigencia años:	2008				

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR	CÓDIGO: 1528 ÁREA: Administración
--	---

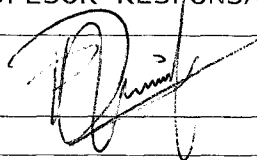
Unidad XI: Comercio Internacional y comercio electrónico.

- Caracterización del Comercio electrónico: concepto y alcances. Historia. Componentes básicos de un sistema de Comercio y Negocios Electrónicos. Modelos de negocios: Negocios y Comercio Electrónico al Consumidor (B2C), en Empresas (B2B), en Gobierno (Gobierno Electrónico).
- Potencialidad del Comercio Electrónico en el Comercio Internacional. Tendencias y desafíos. Uso de internet en Argentina, MERCOSUR, América Latina y el Mundo. Estudio de casos de éxito locales e internacionales.
- Requerimientos para el comercio electrónico: Tecnológicos, Financieros (medios de pago y rol de la banca), Normativos (Normas en Argentina, firma Digital, delitos, privacidad, propiedad intelectual, protección al consumidor, rol del Estado).
- El comercio electrónico y la promoción de las exportaciones.

Bibliografía:

- ASPIS, A.; PERTUSI, I.; NIEVA, H. "Comercio electrónico E-Commerce". Editorial Errepar, 2006.
- LIPSKIER, Natalia; OLIVERA, Noemí; PROTO, Araceli. "El comercio electrónico en el MERCOSUR. La cuestión vista desde las pymes". U.N.L.P. - <http://www.colproba.org.ar/mercosur/41.asp>
- LORENZETTI, Ricardo. "Comercio Electrónico. Documento. Firma digital. Contratos. Daños. Defensa del consumidor". Ed. Argentina, 2001.
- MOLERO, José. "Competencia Global y Cambio Tecnológico". Editorial Pirámide, 1997.
- SALEME MURAD, Marcelo. "Firma Digital: Ley 25.506 y normativa vigente". Ed. Ad Hoc, 2005.
- VANELLA, Ricardo. "Creatividad estratégica. Empresas y Comercio Exterior". Ed. Latinomercantil, 2000.
- Material entregado por la cátedra.

VIGENCIA DE ESTE PROGRAMA

AÑO	PROFESOR RESPONSABLE	AÑO	PROFESOR RESPONSABLE
2008	Lic. Pablo Mielgo		

VISADO

COORDINADOR AREA	SECRETARIO ACADEMICO	DIRECTOR DE DEPARTAMENTO
	Cra. MIRIAM POLJAK SECRETARIA ACADEMICA DPTO. CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN	Dr. ROBERTO E MENGHINI DIRECTOR DECANO DPTO. CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
Fecha:	Fecha: 22 JUL 2008	Fecha: 22 JUL 2008