

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

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

HORAS DE CLASE				PROFESORES RESPONSABLES
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Mg. Pablo R. Mielgo
p/semana	p/cuatr.	p/semana	p/cuatr.	
4	64	2	32	

ASIGNATURAS CORRELATIVAS PRECEDENTES	
APROBADAS	CURSADAS
Derecho Empresario Macroeconomía C.P.	Teoría y Técnica Tributaria II

DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS

El comercio exterior se presenta para cualquier país, y principalmente su economía, no sólo como una herramienta de intercambio comercial sino, desde un punto de vista social, como un real generador de puestos de trabajo, por su efecto multiplicador y porque impacta directamente en sectores muy puntuales que hacen a esta disciplina.

La asignatura introduce al alumno en el mundo del comercio internacional y le brinda 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.

La misma 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 de la asignatura se consideran todos los aspectos vinculados a la logística 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.

OBJETIVOS QUE PERSIGUE

- Adquirir los elementos necesarios para la interpretación de los modelos básicos del intercambio comercial internacional, así como los efectos de la globalización sobre los operadores de comercio exterior.
- Conocer las técnicas de comercialización internacional e investigación de mercados que permiten la inserción de productos y servicios en el exterior.
- Adquirir las herramientas para el análisis, la gestión y el perfeccionamiento del desarrollo de operaciones de comercio exterior y la operatoria aduanera, bancaria y de logística de exportaciones e importaciones.

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR

CONTADOR PÚBLICO

CÓDIGO:

1528

ÁREA:

Administración

CONTRIBUCIÓN AL CAMPO LABORAL Y PROFESIONAL

- Realizar diagnósticos relativos a la capacidad de las empresas para iniciarse en actividades de comercio exterior.
- Asesorar respecto a los requisitos que deben cumplir las empresas para exportar e importar.
- Asesorar y participar en la realización de investigaciones de mercados externos.
- Realizar estudios y asesorar en la fijación de objetivos de exportación y en el desarrollo de políticas y estrategias de marketing internacional.
- Realizar costos de importación y exportación, así como también asesorar en el armado de cotizaciones internacionales y precios de venta al exterior.
- Realizar estudios y brindar asesoramiento en las diversas actividades que forman parte de la operatoria de las exportaciones e importaciones.
- Participar en proyectos de inversión vinculados con empresas exportadoras y/o importadoras.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR		3	
Bahía Blanca – Argentina			
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN			
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR		CÓDIGO: 1528	
CONTADOR PÚBLICO		ÁREA: Administración	
<u>PROGRAMA SINTÉTICO</u>			
<u>Unidad I:</u> Introducción al Comercio Exterior.			
<u>Unidad II:</u> El contexto internacional. Marco institucional del comercio internacional.			
<u>Unidad III:</u> Organización Institucional del Comercio Exterior Argentino.			
<u>Unidad IV:</u> La Aduana y el Comercio Exterior			
<u>Unidad V:</u> El plan de marketing para la exportación. Los pasos de la estrategia comercial internacional.			
<u>Unidad VI:</u> Operatoria de Comercio Exterior. Logística, acondicionamiento y transporte internacional de mercaderías.			
<u>Unidad VII:</u> Operatoria de Comercio Exterior. Bancos y medios de pago internacionales.			
<u>Unidad VIII:</u> Secuencia de Exportación e Importación. Operatoria Aduanera.			
<u>Unidad IX:</u> Política de precios internacionales. Costos de Exportación.			
<u>Unidad X:</u> Política de precios internacionales. Costos de Importación.			
<u>Unidad XI:</u> Comercio internacional y comercio electrónico.			
Vigencia años:	2012		

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR				4	
Bahía Blanca – Argentina					
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528	
CONTADOR PÚBLICO				ÁREA: Administración	
<u>PROGRAMA ANALÍTICO</u>					
<u>Unidad I: Introducción al Comercio Exterior.</u>					
<ul style="list-style-type: none"> • 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. 					
<u>Bibliografía:</u>					
Básica:					
<ul style="list-style-type: none"> - CHACHOLIADES, Miltiades. "Economía Internacional". Editorial McGraw Hill. Segunda Edición. 1993. Capítulos 2, 4 y 5. - FRATALOCCHI, Aldo. "Cómo Exportar e Importar". Ed. Errepar, 2da. Edición, Buenos Aires, 2007. Capítulo 2. 					
De consulta:					
<ul style="list-style-type: none"> - HILL, Charles W. "Negocios Internacionales: competencia en un mercado global". McGraw Hill, tercera edición, 2001. Capítulo 4. - LEDESMA, Carlos. "Nuevos principios de Comercio Internacional. Para actuar en escenarios globalizados". Ediciones Macchi. 5ta. edición. 1997. Capítulo 1. - NIETO CHURRUCA, Ana; GARCIA LOMAS, O. "Marketing Internacional". Ediciones Pirámide. Madrid, 1995. Capítulos 1 y 2. - RICARDO, David. "Principios de Economía Política y Tributación". Fondo de Cultura Económica. 1959. - Material entregado por la cátedra. 					
<u>Unidad II: El contexto internacional. Marco institucional del comercio internacional.</u>					
<ul style="list-style-type: none"> • Organismos internacionales de cooperación e integración. Organización Mundial del comercio (OMC), UNCTAD-GATT, FMI, BID, BIRF, Naciones Unidas, otros organismos de cooperación internacional. • Integración Regional. Acuerdos y bloques comerciales. ALADI, MERCOSUR, NAFTA y otros bloques regionales. Participación e importancia para Argentina. Flujos comerciales actuales y perspectivas. • Normativa legal internacional. 					
<u>Bibliografía:</u>					
Básica:					
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 					
Vigencia años:		2012			

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR	CÓDIGO: 1528
CONTADOR PÚBLICO	ÁREA: Administración

- FRATALOCCHI, A.; ZUNINO, G. "El comercio internacional de mercaderías". Editorial Osmar D. Buyatti. 1997. Capítulos 1 a 5.

De consulta:

- GARCIA CRESPO, Pedro. "Financiación Internacional". Ediciones Paraninfo. 2008,
- GODOY, Emiliano. "Organismos Internacionales". Editorial Valletta. 2005.
- 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.

Bibliografía:

Básica:

- "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". Ed. Errepar, 2da. Edición, Buenos Aires, 2007. Capítulos 4 y 7.
- STENBERG, Alfredo R. "Los Impuestos y el Comercio Exterior Argentino". Ed. Aplicación Tributaria S.A., 3ra. Edición, Buenos Aires, 2007.
- BIBILONI, Mario. "Principios básicos de la imposición en sede aduanera". Editorial Errepar, segunda edición. 2008.

De consulta:

- BIBILONI, Mario. " El régimen cambiario de los cobros anticipados de exportaciones: análisis, evolución e implicancias." Ed. Errepar, Buenos Aires, 2007.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR				6	
Bahía Blanca – Argentina					
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528	
CONTADOR PÚBLICO				ÁREA: Administración	
<ul style="list-style-type: none"> - BIBILONI, Mario. "Aspectos aduaneros, tributarios y cambiarios del comercio exterior". Ed. Errepar, 2da. edición, Buenos Aires, 2006. - BIBILONI, Mario. "Aspectos básicos de tributos al comercio exterior regidos por la legislación aduanera". Ediciones Macchi San Luis S.A. 2004, - HILL, Charles W. "Negocios Internacionales: competencia en un mercado global". McGraw Hill, tercera edición, 2001. Capítulos 9 y 10. - VECCHIO, Gabriel; PELLE, Enrique. "Reintegro del IVA atribuible a exportaciones". Editorial Errepar. 2008. - Material entregado por la cátedra. <p>Unidad IV: La Aduana y el Comercio Exterior</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Bibliografía:</p> <p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - "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, 2da. edición, Buenos Aires, 2007. Capítulos 2, 3 y 6. - VIVES, M.Luisa. "Las Zonas Francas". Editorial Errepar. 2000. <p>De consulta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - DIAZ MIER, M. Angel; HERNANDO MORENO, J.M. "Técnicas de Comercio Exterior II". Editorial Pirámide, Madrid, 1998. Capítulo 1. - FRATALOCCHI, A.; ZUNINO, G. "El comercio internacional de mercaderías". Editorial Osmar D. Buyatti. 1997. Capítulo 6. - Material entregado por la cátedra. <p>Unidad V: El plan de marketing para la exportación. Los pasos de la estrategia comercial internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Internacional. Conceptos y diferencias con el marketing doméstico. Gestión de marketing internacional. Etapas. • Diagnóstico exportador y autoevaluación empresaria. Análisis de fortalezas y debilidades. Determinación de productos para la exportación. 					
Vigencia años:		2012			

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR				7	
Bahía Blanca – Argentina					
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528	
CONTADOR PÚBLICO				ÁREA: Administración	
<p>• 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.</p> <p>• Selección de mercados externos y definición de objetivos de mercado.</p> <p>• 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.</p> <p>• 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.</p> <p>• 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.</p> <p>• Auditoría del plan de marketing internacional. Ajustes finales.</p>					
Bibliografía:					
Básica:					
<ul style="list-style-type: none"> - 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. - HOLLENSEN, S.; ARTEAGA ORTIZ, J. "Estrategias de Marketing Internacional". Editorial Prentice Hall. 2010. - MORENO, José María. "Marketing Internacional". Ediciones Macchi San Luis S.A. 2009. - RICO, Rubén R.; DORIA, Evaristo. "Export Marketing: el nuevo marketing internacional de las empresas latinoamericanas". Pearson Education, Buenos Aires, 2008. 					
De consulta:					
<ul style="list-style-type: none"> - 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. - CZINKOTA, M. "Negocios internacionales". Ediciones Thompson Internacional. 2008. - 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. - 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. "Consorcios de Exportación. El despegue regional". Ed. Osmar D. Buyati, Buenos Aires, 2004. 					
Vigencia años:		2012			

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR

CONTADOR PÚBLICO

CÓDIGO:

1528

ÁREA:

Administración

- 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.

Bibliografía:**Básica:**

- ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 14 y 15.

De consulta:

- LEDESMA, Carlos. "Nuevos principios de Comercio Internacional. Para actuar en escenarios globalizados". Ed. Macci, 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.

Unidad VII: 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.

Bibliografía:**Básica:**

- ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 16.

De consulta:

- 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. Macci, 5ta. Edición, 1997. Módulo 3.
- Material entregado por la cátedra.

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR

CONTADOR PÚBLICO

CÓDIGO:

1528

ÁREA:

Administración**Unidad VIII: 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.

Bibliografía:**Básica:**

ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. Capítulo 13.

De consulta:

- 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. Macci, 5ta. Edición, 1997. Módulo 3.
- Material entregado por la cátedra.

Unidad IX: 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.

Bibliografía:**Básica:**

- 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.

De consulta:

- 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.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR				10	
Bahía Blanca – Argentina					
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528	
CONTADOR PÚBLICO				ÁREA: Administración	
Unidad X: Política de precios internacionales. Costos de Importación.					
<ul style="list-style-type: none"> • Metodología para determinar el costo de importación: bienes industriales y productos de consumo para reventa o uso particular. Estudio de casos. 					
Bibliografía:					
Básica:					
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 					
De consulta:					
<ul style="list-style-type: none"> - ARESE, Héctor Félix. "Práctica Profesional de Negocios Internacionales". Grupo Editorial Norma. 2003. - Material entregado por la cátedra. 					
Unidad XI: Comercio Internacional y comercio electrónico.					
<ul style="list-style-type: none"> • 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:					
Básica:					
<ul style="list-style-type: none"> - ASPIS, A.; PERTUSI, I.; NIEVA, H. "Comercio electrónico E-Commerce". Editorial Errepar, 2006. - VANELLA, Ricardo. "Creatividad estratégica. Empresas y Comercio Exterior". Ed. Latinomercantil, 2000. 					
De consulta:					
<ul style="list-style-type: none"> - 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. - Material entregado por la cátedra. 					
Vigencia años:		2012			

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR

CONTADOR PÚBLICO

CÓDIGO:

1528

ÁREA:

Administración**MODALIDADES DE DICTADO**

El dictado de la asignatura se desarrollará mediante:

- La exposición de los docentes.
- La resolución de problemáticas reales.
- La utilización del método de casos.
- Debates.

En esta propuesta didáctica se incluirán estrategias que promuevan el debate y la reflexión, tales como: discusiones en pequeños grupos y análisis sobre situaciones concretas y reales que hacen a la práctica profesional del comercio exterior.

Se abordará la resolución de diversas problemáticas y casos a través del trabajo grupal e individual, fomentando el intercambio de opiniones y de diversos puntos de vista sobre determinadas situaciones.

Recursos a utilizar:

- Ensayos
- Pizarrón
- Proyector multimedia
- Libros de texto
- Apuntes de cátedra
- Internet

MODALIDADES DEL CURSADO Y DE SU APROBACIÓN

La evaluación del alumno se desarrollará de la siguiente forma:

- La materia constará de dos instancias evaluativas, escritas y presenciales, con sus respectivos exámenes recuperatorios.
- Para aprobar la cursada el criterio general de evaluación será de cuatro (4) puntos, lo que equivale al 60% de lo exigido.

Como criterios específicos de evaluación se consideran los siguientes:

- Claridad de conceptos.
- Capacidad de resolución de problemas.
- Capacidad de análisis de la realidad.
- Dedicación y esfuerzo.
- Participación.

Si el alumno no aprueba las instancias mencionadas no se dará por cursada la materia.

MODALIDADES DE LA APROBACIÓN FINAL

- La modalidad para la aprobación final de la materia es una instancia evaluativa final, escrita u oral.
- Para la aprobación final el criterio general de evaluación será de cuatro (4) puntos, lo que equivale al 60% de lo exigido.

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR				12	
Bahía Blanca – Argentina					
Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN					
PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR				CÓDIGO: 1528	
CONTADOR PÚBLICO				ÁREA: Administración	
<u>SISTEMA DE CONSULTAS PARA LOS ALUMNOS</u>					
<p>Los alumnos tendrán acceso a consultas presenciales semanales, en los días y horarios previstos para tal fin.</p> <p>A su vez se asigna en cada clase, antes de la finalización de la misma, un tiempo para realizar consultas sobre los temas tratados.</p> <p>Por último, antes de cada parcial se asigna una clase para consultas generales sobre todos los temas que serán evaluados en dicha instancia.</p>					
Vigencia años:		2012			

Departamento de CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR

CONTADOR PÚBLICO

CÓDIGO:

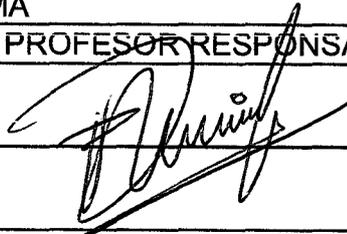
1528

ÁREA:

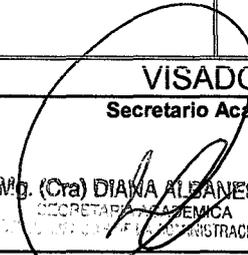
Administración

OBSERVACIONES, RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

VIGENCIA DE ESTE PROGRAMA

AÑO	PROFESOR RESPONSABLE	AÑO	PROFESOR RESPONSABLE
2012	Mg. Pablo R. Mielgo		

VISADO

Coordinador Área	Secretario Académico	Director de Departamento
	 Mg. (Cra) DIANA ALBANESE SECRETARIA ACADÉMICA DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN	 Mg. (Cra) REGINA DURAN Directora Decana Dpto. Ciencias de la Administración
Fecha:	Fecha:	Fecha: