

COMERCIO INTERNACIONAL - (CARRERA DE 2 AÑOS)

Campo Laboral

El egresado se puede desempeñar en el área de Comercio Exterior de empresas, bancos, cámaras empresarias o estudios jurídicos dedicados a la especialidad, colaborando en el análisis del mercado exterior y doméstico, o implementando estrategias de marketing internacional.

La carrera forma técnicos capaces de realizar el análisis de nuevos mercados y contribuir a la organización de la operatoria de exportación e importación. Capacita para la interpretación de políticas y estrategias de negocios internacionales, la toma de decisiones en operatorias de mercados globalizados, específicamente el posicionamiento competitivo en el MERCOSUR, la organización del Departamento de Comercio Exterior de una empresa, la aplicación de técnicas de marketing en los negocios internacionales.

Para consultas sobre contenidos y salida laboral, por favor enviar un mail al profesor a cargo, quien con gusto responderá sus inquietudes.

Profesor Gabriel Pérez Redín - gabriel.perezredin@fedev.ub.edu.ar

Síntesis de los Contenidos

AÑO	SEMESTRE	ASIGNATURA
1°	1°	1. Comercio Exterior 2. Organización del Comercio Exterior Mundial 3. Elementos de Estadística
	2°	4. Marketing Internacional 5. Organizaciones del Comercio Exterior 6. Investigación de Mercados
2°	1°	7. Aspectos Financieros del Comercio Internacional 8. Integración Económica Regional 9. Aspectos Legales del Comercio Internacional
	2°	10. Transporte Internacional 11. Técnicas de Negociación 12. Práctica del Comercio Exterior y Aspectos Aduaneros

Comercio Internacional

El intercambio de productos y servicios entre compradores y vendedores de países diversos involucra aspectos estratégicos tales como el análisis de escenarios, de recursos y la determinación de metas; aspectos comerciales, como el análisis del mercado y la programación de un mix de marketing; logísticos, como la distribución física internacionales y operativos, centrados en la tramitación aduanera, bancaria, etc.

Organismos Internacionales

Trata algunos aspectos de la problemática del comercio mundial, a partir del análisis de su evolución, de las reglas y formas institucionales que intentan sustentarlo y de su entramado actual. En tal sentido se analizan temas tales como el bilateralismo de la posguerra, el multilateralismo, el neoproteccionismo, la globalización, el rol que juegan los organismos de Bretton Woods y el GATT en el comercio internacional, entre otros.

Elementos de Estadística

Desarrolla temas tales como población y muestra, distribución de frecuencias, medidas de posición y de variabilidad, covariación e indicadores que permiten afrontar, en forma simple, los requerimientos de información cuantitativa de la empresa actual.

Marketing Internacional

Estudia el marketing internacional en relación con el marketing general, ubicándolo en el contexto económico mundial en el que las empresas trabajan. Analiza los cuatro elementos tradicionales que lo componen: producto, precio, promoción y distribución, pero considerando los elementos propios que determinan la diversidad económica, política, cultural y lingüística entre naciones.

Estructura Organizacional del Comercio Internacional

La situación del mercado internacional, la conciencia exportadora demostrada por algunos países, la innovación tecnológica, las estrategias posibles de inserción, las funciones que desempeñan las distintas organizaciones que desarrollan el comercio con el mundo, son factores que requieren de un análisis exhaustivo por parte del empresario que desea definir cómo salir al exterior, y esta asignatura se ocupa de ellos.

Investigación de Mercados

Explica cómo se inserta el proceso de investigación de mercados en la organización. Describe las diferentes fuentes de información primaria y secundaria. Diferencia los tipos de investigaciones de acuerdo con su propósito y brinda las herramientas de recolección de datos necesarias para conocer el propio negocio.

Aspectos Financieros del Comercio Internacional

Provee las herramientas para el conocimiento y análisis de situaciones y/o fuentes de recursos financieros que pueden ser determinantes a la hora de plantear las operaciones de comercio exterior. Se analizan temas tales como la política monetaria, comercial y promocional, los instrumentos de pago, las operaciones de financiamiento, la documentación internacional y el costo de exportación.

Integración Económica Regional

Explica la Teoría de la Integración, para lo cual analiza tanto los beneficios de este tipo de movimientos como los problemas y amenazas que surgen. Se estudian las principales experiencias mundiales de integración, la experiencia latinoamericana con la ALALC y la ALADI, el MERCOSUR, etc.

Aspectos Legales del Comercio Internacional

Suministra los elementos esenciales para que los operadores de comercio exterior puedan identificar el contexto legal, nacional e internacional, en el que sus actividades están insertas, con el fin de controlar el riesgo de conflictos y

controversias. Se desarrollan temas tales como las fuentes nacionales e internacionales de derecho, los usos y costumbres adoptados como normas en el comercio internacional, los contratos internacionales, etc.

Transporte y Logística Internacional

Analiza las características, ventajas y limitaciones de cada uno de los medios de transporte que se utilizan para el comercio internacional, con el fin de trazar una estrategia de transporte que permita responder a los criterios internacionales de just-in time, calidad y racionalidad de costos.

Técnicas de Negociación

Orientada a mejorar tanto la comprensión del proceso de negociación como la efectividad del profesional que lo llevará adelante, sistematizando el análisis de los elementos que conforman el proceso de negociación, profundizando en las características de cada una de sus etapas, en los diversos estilos que pueden adoptarse, así como en los métodos alternativos de resolución de conflictos.

Práctica del Comercio Exterior y Aspectos Aduaneros

Organizada sobre la base de casos prácticos de comercio internacional con la finalidad de que los alumnos puedan aplicar e integrar las herramientas conceptuales estudiadas a lo largo de la carrera.