

MATERIA

COMERCIO INTERNACIONAL II (AÑO 2018)

FACULTAD

FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

CARRERA

COMERCIO EXTERIOR

SEDE

MENDOZA

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE – 1° AÑO

ÁREA DE FORMACIÓN

CICLO DE FORMACIÓN BÁSICA (CBC – OTROS)

TURNO

MAÑANA/NOCHE

CARGA HORARIA

HORAS TOTALES	HORAS TEORICAS	HORAS PRACTICAS
60	50	10

EQUIPO DOCENTE

PROFESOR TITULAR: Mgter. Lic. Ernesto SBRIGLIO

PROFESOR ASOCIADO: Mgter. Lic. A. TORINETTI

PROFESORES ADJUNTOS: ESP. ALGÚN OTRO NOMBRE
LIC. OTRO NOMBRE MÁS

ASIGNATURAS CORRELATIVAS PREVIAS

Comercio Internacional I

ASIGNATURAS CORRELATIVAS POSTERIORES

COLOCAR TODAS, VERIFICAR PLANES DE ESTUDIO.

FUNDAMENTOS

Colocar texto.
Colocar texto.

OBJETIVOS POR COMPETENCIAS

Competencias Generales

- Se pretende que el estudiante:
- INTERPRETE las situaciones en las que se desenvuelve, especialmente las relacionadas con el acontecer científico y las propias del arte de la profesión que ha elegido, bajo la rigurosa y precisa óptica característica de estos ámbitos.
- RESUELVA los problemas asociados IDENTIFICANDO datos, parámetros e incógnitas, SELECCIONANDO aquellos modelos matemáticos que mejor se adecuen a dichas situaciones y APLICANDO las herramientas matemáticas pertinentes.
- CONSOLIDE los hábitos de orden, rigor y precisión en su expresión que facilitarán su comunicación.
- TIENDA a su autoafirmación mediante el conocimiento de sus potencialidades y limitaciones.
- DESARROLLE las actitudes éticas que lo lleven a estar dispuesto a REVISAR cualquiera de sus creencias, a CAMBIARLAS si hay una buena razón y a MANTENERLAS si no la hay.
- VALORE la contribución de sus compañeros y la suya propia a los logros del “equipo”.
- ADQUIERA los conceptos básicos de la materia, facilitadores del APRENDER A APRENDER, que le permitirán encarar así su formación permanente.

Competencias Conceptuales Específicas

- 1. Internalice la noción de función y sus aplicaciones más usadas. 2. Conozca las funciones más comunes en los modelos de las actividades humanas.

Competencias Procedimentales Específicas

- a- Colocar texto.

Competencias Actitudinales Específicas

- a- Colocar texto.

CONTENIDOS

MÓDULO I:

BOLILLA I: ADUANA Y BANCOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Incoterms, Concepto, Principales Cláusulas: FAS, FOB, CFR, CIF, DAT, DAP, DDP.

Instrumentos de Cobros y Pagos Internacionales, Crédito Documentarios, Órdenes de Pago y Cobranzas.

Derecho tributario, Concepto y alcance, Tributos, Clasificación, Impuestos, Clasificación, Hecho imponible, Momento imponible, Base imponible, La dirección general de aduanas, su función recaudadora y fiscalizadora, derechos y tasas, Derechos específicos, Derechos ad-valorem

Operativa Aduanera, Sistema María, Permiso de Embarque, Despachos de importación, Canales Rojo, Naranja y Verde.

Principales Actores, UTVV, ASA, ATA, Despachante de Aduana.

BIBLIOGRAFÍA:

“Manual del exportador”. Moreno José María. Cuarta edición. Ediciones Macchi.

“Negocios Internacionales”. Michael Czinkota, Ilkka Bonkainen, Michael Moffet. Séptima edición, Editorial Thompson.

“Marketing Internacional”. Subhash C Jain. Sexta edición, Editorial Thompson.

“Marketing y Comercio Exterior”. Aldo Fratalocchi. Primera edición. Editorial Cangallo, 1993.

“Marketing”. Kotler, Philip. Pearson Educación S.A. 10^a ed. Madrid, España, 2004.

“Nuevos Principios del Comercio Internacional”. Ledesma Carlos. Quinta edición. Ediciones Macchi, 1997.

“Dirección Estratégica”. George Jhonson, Kevan Scholes. Quinta edición. Editorial Prentice Hall, 2001.

“El Comercio Internacional”. Ernesto L. Sbriglio 2da. Edic. Editorial Univ. Católica de Cuyo.

“Fundamentos de Comercialización. Principios y Métodos”. E. Jerome McCarthy, William D. Perreault, Jr. Editorial El Ateneo, 1994.

“Marketing Estratégico”. Jean- Jacques Lambin. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill. España, 1996.

“Política de Productos”. Oscar Horacio Carola. Primera edición. Edit. Ugerman, 1999. Colocar el texto con los contenidos de la bibliografía.

MÓDULO II: BOLILLA II: IMPORTACIONES

Definiciones de Importación, Importador y Mercadería Según Artículos de la Ley 22.415 C.A.

Arribo de la Mercadería, Disposiciones Generales Según Artículos de la Ley 22.415 C.A. Ignorando Contenido, Despacho de Oficio, Normas de origen Mercosur.

Destinaciones de Importación, Directo a Plaza, a Consumo, Importaciones Suspensivas, De Depósito de Almacenamiento, De Tránsito, Temporaria

Prohibiciones a las Importaciones, Según su Finalidad Preponderante, Según su Alcance

Valor en Aduana, Precio Pagado o por Pagar, Valor de Transacción, Base imponible, Base IVA, Impuesto a las Ganancias.

BIBLIOGRAFÍA:

“Manual del exportador”. Moreno José María. Cuarta edición. Ediciones Macchi.

“Negocios Internacionales”. Michael Czinkota, Ilkka Bonkainen, Michael Moffet. Séptima edición, Editorial Thompson.

“Marketing en un mundo global”. Josep Bertanvall. Ediciones McGraw Hill.

“Marketing Internacional”. Subhash C Jain. Sexta edición, Editorial Thompson.

“Marketing y Comercio Exterior”. Aldo Fratalocchi. Primera edición. Editorial Cangallo, 1993.

- “Marketing”. Kotler, Philip. Pearson Educación S.A. 10^a ed. Madrid, España, 2004.
- “Nuevos Principios del Comercio Internacional”. Ledesma Carlos. Quinta edición. Ediciones Macchi, 1997.
- “El Comercio Internacional”. Ernesto L. Sbriglio 2da. Edic. Editorial Univ. Católica de Cuyo.
- “Fundamentos de Comercialización. Principios y Métodos”. E. Jerome McCarthy, William D. Perreault, Jr. Editorial El Ateneo, 1994.
- “Marketing Estratégico de los Canales de Distribución”. George Chetichine. Editorial Granica, 1994.
- “Marketing Estratégico”. Jean- Jacques Lambin. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill. España, 1996.
- MÓDULO III: BOLILLA III: EXPORTACIONES**
- Definiciones de Exportación, Exportador y Mercadería Según Artículos de la Ley 22.415 C.A.
- Destinaciones de Exportación, Definitivas, Suspensivas, De Tránsito.
- Beneficios e Incentivos por Exportaciones, Reintegro, Reembolsos y Draw Back.
- Admisión Temporaria
- Prefinanciaciones y Financiaciones a la Exportaciones. BICE
- Recupero de IVA de Exportación
- Consideraciones Esenciales en Costo de Exportación, Cálculo del Precio de Exportación, Precio Final en Destino.
- Por qué Exportar, Factores Endógenos, Riesgos Comerciales, Factores Exógenos, Factores Diferenciales, Adaptación a las Exigencias Externas
- Régimen de Origen y Procedencia, Tratamientos Preferenciales, S.G.P y Mercosur
- Secuencia de una Exportación
- BIBLIOGRAFÍA:**
- “Marketing”. Kotler, Philip. Pearson Educación S.A. 10^a ed. Madrid, España, 2004.
- “El Comercio Internacional”. Ernesto L. Sbriglio 2da. Edic. Editorial Univ. Católica de Cuyo.

“Fundamentos de Comercialización. Principios y Métodos”. E. Jerome McCarthy, William D. Perreault, Jr. Editorial El Ateneo, 1994.

“Marketing Estratégico”. Jean- Jacques Lambin. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill.

MÓDULO IV: BOLILLA IV: DOCUMENTOS RELATIVOS AL COMERCIO EXTERIOR

Documentos que Confecciona el Exportador, Nota de Oferta Cotización, Concepto, Elementos Fundamentales, Factura Proforma, Concepto, Elementos Fundamentales, Factura Comercial, Concepto, Elementos fundamentales, CAI

Documentos que Confecciona el Importador, Orden de Compra, Concepto, Elementos Fundamentales, Implicancia Legal Contractual.

Documentos que Confecciona el Despachante de Aduana, Concepto de D.U.A

Documentos que Confecciona el Transportista, Carta de Porte, Guía Aérea, Conocimiento de Embarque Marítimo.

Documentos Relativos a la Mercadería, Certificados, Lista de empaque, Origen.

Documento Financiero, Letra de Cambio, Concepto, Instrumentación.

BIBLIOGRAFIA:

“Marketing en un mundo global”. Josep Bertanvall. Ediciones McGraw Hill.

“Marketing Internacional”. Subhash C Jain. Sexta edición, Editorial Thompson.

“Marketing y Comercio Exterior”. Aldo Fratalocchi. Primera edición. Editorial Cangallo, 1993.

“El Comercio Internacional”. Ernesto L. Sbriglio 2da. Edic. Editorial Univ. Católica de Cuyo.

“Fundamentos de Comercialización. Principios y Métodos”. E. Jerome McCarthy, William D. Perreault, Jr. Editorial El Ateneo, 1994.

“Dirección de Ventas”. Manuel Artal Castells. Tercera edición. Editorial Esic, 2001.

“Marketing Estratégico”. Jean- Jacques Lambin. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill. España, 1996.

MÓDULO V: BOLILLA V CÓDIGO ADUANERO

Antecedentes, Su Legislación, Decr. 1001/82 – Estructura, Alcances.

Disposiciones Generales, Ámbito Espacial, Territorio y Zonas Aduaneras, Zona Primaria, Su Control, Ubicación

Áreas que no Integran el Territorio Aduanero General, Mar Territorial, Lecho y Subsuelo Submarino Sometidos a la Soberanía Nacional. Área Franca, Área Aduanera Especial o Territorio Aduanero Especial

BIBLIOGRAFÍA:

“Manual del exportador”. Moreno José María. Cuarta edición. Ediciones Macchi.

“Marketing Internacional”. Subhash C Jain. Sexta edición, Editorial Thompson.

“Marketing y Comercio Exterior”. Aldo Fratalocchi. Primera edición. Editorial Cangallo, 1993.

“El Comercio Internacional”. Ernesto L. Sbriglio 2da. Edic. Editorial Univ. Católica de Cuyo.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Unidad	Contenido básico	Nombre de tema o clase	Método / recurso Didáctico	Cantidad de hs	Ámbito	ev
1	La construcción del objeto de estudio	Psicología de la vida cotidiana	Presentación oral grupal de un breve informe de fenómenos observados en espacios públicos pasibles de ser abordados por la psicología	2	Aula	i
1	Abordaje metodológico del objeto	¿cómo construimos conocimiento psicológico?	Presentación oral grupal de un diseño metodológico orientado al estudio de un fenómeno elegido por el grupo.	2	Aula	i
2	Percepción, atención y memoria	Aplicación de conceptos psicológicos al diseño y la publicidad	A partir de imágenes y videos los grupos de estudiantes discutirán sobre los elementos teóricos estudiados, que consideran se aplican en las publicidades y objetos de diseño.	3	Aula	i
3	La experiencia emocional	La emoción en el cuerpo	Se analizarán grupalmente, videos de expresiones emocionales. Los grupos analizarán estos videos a partir de los conceptos de emoción trabajados en clase.	3	Aula	i

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BIBLIOGRAFÍA

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Las actividades previstas para el desarrollo de la Materia, requieren de clases abiertas y participativas, con exposición de los principales temas y su continua relación con la actividad práctica.

Se utilizarán recursos y técnicas que logren una rápida familiarización del alumno a través de: la utilización de medios gráficos y audiovisuales, la realización de trabajos prácticos, el estudio de casos y ejemplos de aplicación, técnicas de interacción didáctica, trabajos individuales y trabajos grupales.

Mediante la realización de Trabajos Prácticos, el alumno podrá aplicar todos los conocimientos adquiridos en esta, y otras materias afines.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Multimedia, transparencias, apuntes de clases, material bibliográfico, etc.

REGULARIDAD

Asistencia (75% mínimo)

Trabajos Prácticos Informales (todos los que se estimen necesarios)

Evaluaciones Parciales

Con calificación explícita. Hasta dos (2) parciales y un (1) recuperatorio.

Los alumnos deben aprobar como mínimo dos (2) de las tres (3) instancias para mantener su regularidad y acceder al examen final, siendo de 6 (seis) la nota mínima de aprobación.

Pueden los alumnos recuperar cualquiera de los parciales en una única fecha para ambos parciales de acuerdo al cronograma. En caso de desaprobar el recuperatorio, el alumno deberá recursar la materia.

EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN

Promoción Indirecta

Horarios de Consulta semanal : Lunes y Martes 17:00 hs

CRONOGRAMA DE EVALUACIONES

Primera Evaluación Parcial (Módulos 1 y 2)	24 de Abril de 2017	Comisiones A y B, turno mañana
	25 de Abril de 2017	Comisión C, turno noche
Segunda Evaluación Parcial (Módulos 3)	29 de mayo de 2017	Comisiones A y B
	30 de mayo de 2017	Comisión C

RECUPERATORIOS

Primera Evaluación Parcial (Módulos 1, 2 y 3)	5 de junio de 2017	Comisiones A y B, turno mañana
	6 de junio de 2017	Comisión C, turno noche
Segunda Evaluación Parcial (Módulos 4, 5 y 6)	12 de junio de 2017	Comisiones A y B
	13 de junio de 2017	Comisión C

NOMBRE DEL TITULAR DE LA CÁTEDRA