



ESCUELA DE FORMACIÓN CONTINUA

1- NOMBRE DE LA CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

2- NOMBRE DE LA ASIGNATURA: PROMOCIÓN Y NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

Código: 2008

Ciclo anual: 2021

Ciclo cuatrimestral: Primer cuatrimestre / Segundo cuatrimestre

3- CUERPO DOCENTE:

Profesor a cargo de la asignatura: Lic. Pablo Zardini

Integrantes de la cátedra: Lic. Matías Poggi



4- ASPECTOS ESPECÍFICOS

- a. Carga horaria total: 64 hs.
- b. Carga horaria semanal: 4 hs.
- c. Carga horaria clases teóricas:
- d. Carga horaria práctica disciplinar:
- e. Carga horaria práctica profesional:
- f. Ubicación de la asignatura en el plan de estudios: N°9
- g. Correlatividades Anteriores: 2004

5- PROGRAMA

a. Fundamentación del marco referencial del programa

La materia pretende darle al alumno el marco teórico y contextual para desarrollar políticas públicas para la promoción de exportaciones, complementando la actividad privada con la internacionalización de las empresas. Además, se pretende brindar herramientas de negociación para la práctica profesional de los alumnos.

b. Contenidos previos

- Desarrollo económico histórico de la Argentina.
- Conceptos básicos de macroeconomía y microeconomía.
- Conocimiento de los principales instrumentos públicos para fomentar el comercio exterior.
- Comprensión de la situación actual del comercio internacional.

c. Contenidos mínimos

Teorías del comercio internacional. Comprensión histórica de la Argentina. Ventajas competitivas. Cooperación internacional. Promoción de exportaciones. Consorcios comerciales. Cooperativas. Departamento de comercio exterior. Trading companies. Negociaciones internacionales. Internacionalización de empresas.

d. Objetivos generales

Desarrollar los esquemas de promoción de exportaciones y las características de las negociaciones internacionales más relevantes.

e. Objetivos específicos

- Ampliar los conocimientos en torno a la promoción del comercio exterior y las Políticas Públicas en la materia
- Conocer las estructuras y organismos vinculados a la promoción del comercio exterior a nivel nacional e internacional



- Analizar los instrumentos de la promoción desde un enfoque crítico
- Incorporar las técnicas de la negociación internacional a la resolución de conflictos y problemas de la gestión empresaria
- Analizar la cooperación internacional desde una perspectiva política, económica y social
- Profundizar en los diferentes programas y herramientas de la cooperación internacional y vincularla a proyectos de comercio exterior
- Identificar oportunidades de negocios a partir de nuevos mercados, productos potenciales, programas de organismos internacionales, redes temáticas y otros instrumentos
- Conocer las principales fuentes de información de los distintos organismos internacionales, gubernamentales y no gubernamentales

f. Unidades Didácticas

Unidad N° 1, 2, 3, 4 y 5: La promoción del comercio exterior y su importancia estratégica para el desarrollo económico

Contenido temático por unidad:

Historia de las teorías de comercio internacional. El concepto de competitividad. Situación actual de comercio mundial. La integración económica y la formación de espacios económicos. Los objetivos del GATT. Políticas del comercio mundial.

Historia de las políticas del comercio exterior en Argentina. El proceso de industrialización comercial. Régimen de sustitución de importaciones argentino. Organismos nacionales de promoción. Organismos extranjeros de promoción. Estudio de casos

Bibliografía obligatoria por unidad:

- Baldinelli, E. (1993). Capítulo 1: Breve Historia de la Teoría sobre el Comercio Internacional. En Negocios y Comercialización Internacional. Ed. Macchi. Buenos Aires, Argentina.
- Baldinelli, E. (1997). Primera Parte: La Evolución de las Ideas. En La Argentina en el Comercio Mundial. Ed. Atlántida. Buenos Aires, Argentina.
- Fundación Export-AR (2001). Regímenes de Promoción de Exportaciones. Fundación Export-AR. Buenos Aires, Argentina.
- García Heras, R. (1994). Capítulo 8: Los Ferrocarriles Británicos y la Política de Coordinación de Transportes en la Argentina durante la década del 30'. En Economía e Historia. Buenos Aires, Argentina.
- Moyano Llerena, C. (1991). La Industria Argentina y el Comercio Exterior. Fundación Banco de Boston. Buenos Aires, Argentina.



- Ochoa, R. y Ochoa, P. (2000). Crecer Exportando: El desafío competitivo de la Argentina (Cap. 1, 2, 3, 5, 7 y 8). Ed. Vinciguerra. Buenos Aires, Argentina.
- Rapoport, M. (1994). Capítulo 4: El Modelo Agroexportador Argentino, 1880-1914. En Economía e Historia: Contribuciones a la Historia Económica Argentina. Ed. Tesis. Buenos Aires, Argentina.
- Weil, F. (1994). Capítulo 9: La Industrialización Argentina en los años '40. En Economía e Historia. Buenos Aires, Argentina.

Unidad N° 6: La negociación internacional

Contenido temático por unidad:

Introducción a la resolución de conflictos y negociaciones. Las cuatro dimensiones de la negociación. La documentación. El negociador. Objetivos de la negociación internacional.

Contratos de compraventa internacional. INCOTERMS.

Análisis de casos.

Bibliografía obligatoria por unidad:

- Fisher, R. y Ury, W. (1991). Sí de Acuerdo! Como Negociar sin Ceder. Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

Unidad N° 7: La cooperación internacional

Contenido temático por unidad:

Introducción a la cooperación internacional. Definición y objetivos de la cooperación. Cooperación técnica internacional. Antecedentes históricos de la cooperación técnica entre países en desarrollo. Tipos de cooperación: educativa, científica, cultural, tecnológica y empresarial.

La cooperación argentina: el caso del FO-AR. La situación en Argentina como oferente y receptor de cooperación. Relación PBI/Cooperación internacional.

La cooperación y el desarrollo social: oportunidades para la captación de recursos. Interacción entre sector público, empresas y organizaciones no gubernamentales.

Principales fuentes de la cooperación internacional: Organismos multilaterales, gobiernos extranjeros. La cooperación sur-sur. La cooperación entre el tercer sector y la sociedad civil. Programas de cooperación no reembolsables.

La cooperación financiera internacional (reembolsable). Principales organismos. Estudio de casos.

Bibliografía obligatoria por unidad:

- Alonso, J. (1999). Tema 8: El Sistema Internacional de Cooperación para el Desarrollo: Factores de Cambio. En Eficacia de la cooperación internacional al desarrollo: evaluación de la ayuda. Editorial Civitas. Pamplona, España.



- Alonso, J. (1999). Tema 9: La Agenda de los Donantes: Políticas y Estrategias de la Ayuda. En Eficacia de la cooperación internacional al desarrollo: evaluación de la ayuda. Editorial Civitas. Pamplona, España.
- Alonso, J. (1999). Tema 10: Principales Instrumentos de la Cooperación Internacional al Desarrollo. En Eficacia de la cooperación internacional al desarrollo: evaluación de la ayuda. Editorial Civitas. Pamplona, España.

Unidad N° 8 y 9: Internacionalización de la empresa

Contenido temático por unidad:

Estrategia global de los negocios. Estructuras de gestión del comercio exterior.

Gerencia de comercio exterior. Consorcios de exportación. Cooperativas y tradings.

Análisis de mercado internacional.

Organización y participación en ferias y misiones comerciales.

Bibliografía obligatoria por unidad:

- Sierralta Ríos, A. (2004). El proceso de Internacionalización de las Empresas Latinoamericanas y el impacto de las inversiones y el comercio en la cultura de sus países y en sus prácticas decisoria. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Ullmann, R. (1995). Capítulo 12: Penetración de Mercados Internacionales. En Negocios y Comercialización Internacional. Ed. Macchi. Buenos Aires, Argentina.
- Zapata, C. (1995). Capítulo 11: Análisis de Mercado Internacional. En Negocios y Comercialización Internacional. Ed. Macchi. Buenos Aires, Argentina.

Unidad N° 10: Oportunidades de negocios

Contenido temático por unidad:

Utilización de los recursos de la cooperación internacional para la detección de oportunidades comerciales. Utilización de las redes nacionales e internacionales de negocios. Foros virtuales. Análisis de productos potenciales y de países. Licitaciones y compras realizadas por organismos internacionales. Fuentes de información de negocios.

Bibliografía obligatoria por unidad:

- Colaiacovo, J. (1990). Canales de Comercialización Internacional (Cap. 4, 5, 6 y 7). Ed. Macchi. Buenos Aires, Argentina.

g. Bibliografía General

- Fisher, R. y Ury, W. (1991). Sí de Acuerdo! Como Negociar sin Ceder. Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

h. Metodología de la Enseñanza



La materia contará con clases sincrónicas a través de MS Teams una vez a la semana a las 18 hs., las cuales quedarán grabadas por un tiempo estimado de 10 días para aquellos alumnos que no hayan podido asistir a la conferencia.

La clase estará dividida en dos partes. En primer lugar, la enseñanza de los contenidos teóricos de la materia que se desarrollará en un máximo de dos horas de la conferencia. En segundo lugar, la realización de casos de negociación prácticos con la intención de utilizar los contenidos teóricos en la práctica de estos con una duración aproximada de dos horas.

Además, los alumnos contarán con material asincrónico a través del aula virtual de la universidad (MIEL). En dicha plataforma encontrarán los apuntes de la materia, autoevaluaciones, materiales interactivos realizados a través de Genial.ly y cuestionarios interactivos para reforzar la enseñanza de los contenidos teóricos de la materia.

i. Criterios de evaluación

Los alumnos serán evaluados con dos exámenes parciales teóricos (orales), con la opción de recuperar únicamente uno de ellos, y con trabajos prácticos obligatorios a determinar en cada unidad.

La nota de aprobación de la materia es de 4 (cuatro), mientras que la nota de promoción de la materia es de 7 (siete).

Según resolución 320/21, para promocionar la materia se requiere que los alumnos posean las correlativas de la materia. Por lo tanto, desde la universidad no se permite el guardado de las notas para el examen final.



6- CRONOGRAMA DE CLASES Y EXAMENES

a. Diagrama de Gantt

Contenidos / Actividades / Evaluaciones

SEMANAS

Nº de Unidad / Parciales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Introducción	■															
Unidades 1, 2, 3, 4 y 5: La promoción del comercio exterior y su importancia estratégica para el desarrollo económico		■	■	■	■	■										
Unidad 6: La negociación internacional							■	■								
Unidad 7: La cooperación internacional										■						
Unidad 8 y 9: Internacionalización de la empresa											■	■				
Unidad 10: Oportunidades de negocios													■	■		
Primera Evaluación Parcial (1EV)									■							
Segunda Evaluación Parcial (2EV)															■	
Evaluación Recuperatoria																■



7- CONDICIONES GENERALES PARA LA APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

a. Asistencia: 75%

b. Regularidad: Cumplir con el requisito de asistencia. Obtener en ambas instancias parciales entre seis y cuatro puntos.

c. Evaluación: Quienes aprueben ambos exámenes parciales con 7 (siete) o más puntos, tendrán a Promocionada la asignatura. Aquellos que obtengan menos de 7 (siete) en una de estas dos instancias podrán recuperarla al final del cuatrimestre para aprobar la asignatura. Quienes obtengan entre 6 (seis) y 4 (cuatro) puntos en las instancias parciales tendrán por cursada la materia y podrán presentarse al examen final. Los que obtengan menos de 4 (cuatro), en ambas instancias tendrán que recurrar.