



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
Facultad de Ciencias Económicas

2º Ord.
CUDAP:EXP-UNC:0003656/2011

RESOLUCIÓN N° 50/2011

VISTO:

El programa de la asignatura Comercio Exterior, a desarrollar en el Primer Semestre de 2011, elevado por la Dirección del Departamento de Administración;

Y CONSIDERANDO:

Que el mismo contempla un Régimen de Promoción y modificaciones respecto al aprobado el año anterior ;

Que se eleva en un todo de acuerdo a lo reglamentado por el inc. 10) del Art. 31 de los Estatutos de la Universidad Nacional de Córdoba;

Que cuenta con la opinión favorable de la Secretaría de Asuntos Académicos; por ello,

EL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

RESUELVE:

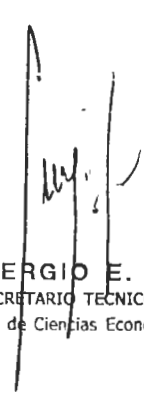
Art. 1º.- Aprobar el programa de la asignatura Comercio Exterior, del Departamento de Administración, que se incorpora como Anexo.

Art. 2º.- Aprobar el Régimen de Promoción propuesto para el año académico 2011.

Art. 3º.- Comuníquese y archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA, A CATORCE ~~DIAS~~ DEL MES DE MARZO DEL AÑO DOS MIL ONCE.

IV


Cr. SERGIO E. ZEN
SECRETARIO TECNICO
Facultad de Ciencias Económicas


Lic. OSVALDO HUGO RIPETTI
VICE DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



Anexo – Resolución HCD N° 50/2011

Programa de Comercio Exterior

Docentes :

Profesor Asociado :	Dr. Carlos Mariano Ortiz
Profesor Asistente :	Cra. Josefna Ponte
Profesor Ayudante A :	Cr. Gustavo Scarpetta
Profesor Ayudante B :	Cr. Juan Malnis
	Lic. Mónica Buraschi

I. OBJETIVO DEL CURSO

Proveer al estudiante de los elementos conceptuales y prácticos que sirvan de herramienta necesario para encarar situaciones profesionales que se plantean a diario en la vida de las empresas.

Reconocer los principios básicos del Comercio Internacional, como así también la regulación internacional del comercio.

Analizar los diferentes aspectos de la integración económica. Comprender y poner en marcha un proceso de marketing internacional, contemplando sus aspectos logísticos, financieros y estratégicos.

Analizar el marco normativo aduanero, cambiario y tributario que regula las operaciones de exportación e importación

II. FUNDAMENTACION DEL PROGRAMA

Dada la reciente evolución del Comercio Internacional y el desarrollo del proceso de Globalización, los profesionales de Ciencias Económicas se encuentran en la necesidad de contar con herramientas suficientes para enfrentar las nuevas exigencias que estos procesos imponen a las empresas.

Es responsabilidad de la Cátedra proveer una formación integral que contemple la Responsabilidad Social Empresaria aplicada a los negocios internacionales.

III. BIBLIOGRAFÍA

Se ha presentado para conocimiento y consulta del alumnado y como formando parte de este Programa, una Bibliografía Básica y una Bibliografía Complementaria de la materia. A la Bibliografía Complementaria se agregará material disponible en el Aula Virtual de la Cátedra

IV. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Se pretende desarrollar esta materia de una forma activa con máxima participación del estudiante, la que se desarrollará no solamente en las clases



prácticas, sino a lo largo del dictado común mediante el sistema de preguntas, consultas, presentación de casos y pedidos de eventuales soluciones. Se desarrollarán además conferencias y clases especiales dictadas por especialistas invitados.

V. REGULARIDAD Y EVALUACIONES

- a. Se tomarán dos exámenes parciales y uno recuperatorio y se presentará un trabajo grupal de estrategia de comercialización internacional, con la obligatoriedad de aprobar dos exámenes parciales y el trabajo grupal de estrategia. Para la obtención de la regularidad en la materia, se deberá contar con una nota de 4 (cuatro) como mínimo en cada parcial y en el trabajo grupal.

VI. EXAMENES FINALES

Serán en los turnos y fechas en que disponga la Autoridad Académica de nuestra Facultad y por medio de examen individual escrito. Las preguntas serán estructuradas fundamentalmente en base a los temas tratados en clases teórico-prácticas y en otras especiales en que se haya desarrollado el programa de esta materia. Para la aprobación de la materia el alumno deberá responder satisfactoriamente a no menos del 50% de las preguntas del examen, reuniendo un mínimo de 50 puntos.

Sistema Alumno Promocional (SAP) Promoción indirecta:

Si el alumno hubiere obtenido durante el cursado de la materia la aprobación de los dos exámenes parciales y del trabajo grupal con una nota de 7 (siete) o superior a 7 (siete) en cada uno de ellos, el alumno será evaluado por medio de un coloquio que consistirá en una evaluación individual escrita sobre las unidades 4, 6, 8, 9, 12, 13, 16, 17, 19, 21 y 22 del programa de la materia y por la presentación de un trabajo final individual sobre temas de la unidad 10 del programa de la materia.

CRONOGRAMA DE DICTADO DE LA MATERIA

SEMANA	CAPÍTULO	UNIDAD
1- 15/3	1	1
2- 22/3	1	2 y 3
3- 29/3	2	4 y 5
4- 5/4	2	6 y 7
5- 12/4	3	8
6- 19/4	3	9
7- 26/4	4	10 y 11
8- 3/5	4	12



9- 10/5	4	13
10- 17/5	5	14 y 15
11- 24/5	5	16 y 17
12- 31/5	5	18 y 19
13- 7/6	5	20 y 21
14- 14/6	6	22 y 23

PROGRAMA

CAPÍTULO I PRINCIPIOS BÁSICOS

UNIDAD 1 CONCEPTOS BÁSICOS

- a- Comercio Exterior y Comercio Internacional. Concepto
- b- Principios de Economía Internacional. Teorías del Comercio Internacional. La Teoría Centro-Periferia. Ventajas Comparativas y Ventajas Competitivas
- c- Balance de Pagos. Concepto - Componentes
- d- Globalización. Concepto, elementos, y efectos de la Globalización. La empresa en la Globalización

UNIDAD 2 COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO

- a- Matriz del Comercio Exterior Argentino
- b- Estructura de exportaciones e importaciones argentinas
- c- Territorio Aduanero. Zona Franca

UNIDAD 3 COMERCIO EXTERIOR DE CÓRDOBA

- a- El Comercio Exterior de Córdoba
- b- Estructura de exportaciones e importaciones cordobesas

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO I

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 1, 2 , p. 29 a 71
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 1 p. 25-39.
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 1 p. 16-58.
4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap 2 p. 38-51.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
Facultad de Ciencias Económicas

CAPÍTULO II REGULACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD 4 REGULACIÓN INTERNACIONAL DEL COMERCIO DE MERCADERÍAS

- a- Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT).
- b- Sistema General de Preferencia (SGP).
- c- Ronda Uruguay del GATT (GATT 1994).
- d- Organización Mundial del Comercio (OMC)
- e- La Cámara de Comercio Internacional (CCI)

UNIDAD 5 REGULACIÓN INTERNACIONAL DEL COMERCIO DE SERVICIOS, DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y DE LOS MOVIMIENTOS DE CAPITALES

- a- Los servicios, acuerdo GATTs
- b- La propiedad intelectual, acuerdo TRIPS
- c- Las inversiones, acuerdo TRIMS. Las remesas. Lavado de dinero. Principios del Acuerdo de Basilea

UNIDAD 6 REGULACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL Y FINANCIAMIENTO AL DESARROLLO

- a- Fondo Monetario Internacional
- b- Grupo Banco Mundial
- c- Banco Interamericano de Desarrollo
- d- Banco del Sur

UNIDAD 7 SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

- a- El Arbitraje
- b- CIADI
- c- Solución de controversias en el ámbito de la Cámara de Comercio Internacional

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO II

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 3 , 4 , p. 71 a 118
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 2 p. 47-52.
3. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap 2 p. 33-38

CAPÍTULO III INTEGRACIÓN ECONÓMICA

UNIDAD 8 ANÁLISIS DE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA



- a- Fundamentos de la integración
- b- Preferencias comerciales
- c- Zona de Libre Comercio
- d- Unión Aduanera
- e- Mercado Común
- f- Unión Económica

UNIDAD 9 PRINCIPALES PROCESOS DE INTEGRACIÓN

- a- Unión Europea
- b- ALALC
- c- ALADI
- d- COMUNIDAD ANDINA
- e- MERCOSUR
- f- NAFTA
- g- UNASUR
- h- ALCA

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO III

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 5, p. 121 a 164
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 2 p. 53-93.
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 1 p. 70-79
4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap 4 p. 101-128.

CAPÍTULO IV MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD 10 CONCEPTO Y PRINCIPIOS

- a- Concepto y evolución del Marketing Internacional
- b- Las dimensiones socioculturales
- c- La internacionalización de la empresa

UNIDAD 11 DIAGNÓSTICO, ESTUDIO Y PENETRACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

- a- Clasificación de los mercados internacionales
- b- Segmentación Internacional
- c- Política Producto
- d- Política Precio
- e- Posicionamiento y modalidades de penetración de mercados internacionales
- f- La comunicación en el ámbito internacional



UNIDAD 12 TENDENCIAS DEL MARKETING INTERNACIONAL

- a- Relaciones interempresarias
- b- Marketing de Compras
- c- Marketing Internacional de la Innovación
- d- Marketing Internacional de Servicios
- e- E-Commerce
- f- El Offset

UNIDAD 13 ESTRATEGIA INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

- a- Evaluación de Proyectos de Inversión en el ámbito internacional
- b- Financiamiento Internacional
- c- Gobierno de la empresa internacional
- d- Recursos Humanos en la empresa internacional
- e- Gestión de Riesgos en el ámbito internacional
- f- La Responsabilidad Social Empresarial en el ámbito Internacional. Expectativas de los sujetos involucrados. La Responsabilidad Social como ventaja competitiva en el ámbito internacional.

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO IV

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 6, 7, 15, 16, p. 165 a 217 Y p. 475 a 495
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 4 p. 139- 158.
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 2 p. 82- 141
4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap. 1 p. 3-29, Cap. 2 p. 52-54, Cap.3 p. 57-87, Cap. 4 p. 88-100, Cap.5 p. 130-156, Cap. 7 p. 224-245, Cap.8 p. 246-271, Cap.10 p. 304-331, Cap. 15 p. 464-483.

CAPÍTULO V LOGÍSTICA INTERNACIONAL Y PAGOS INTERNACIONALES

UNIDAD 14 PRINCIPIOS DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL

- a- Principios de logística internacional
- b- Logística como variable competitiva
- c- Embalajes

UNIDAD 15 TRANSPORTE INTERNACIONAL

- a- Transporte Marítimo
- b- Transporte Aeronáutico



- c- Transporte Terrestre
- d- Transporte Multimodal

UNIDAD 16 SEGUROS

- A- Concepto. Régimen del Seguro
- B- Coberturas: Contra todo riesgo. Libre avería particular. Con avería. "A", "B", "C".

UNIDAD 17 INCOTERMS

- a- Incoterms 2000 de la Cámara de Comercio Internacional
- b- Sus relaciones con el transporte y los seguros

UNIDAD 18 RÉGIMEN CAMBIARIO

- a- Mercado de Cambios. Tipos de Cambio. Operaciones que se efectúan en el Mercado Cambiario.
- b- Política Cambiaria en Argentina

UNIDAD 19 MEDIOS DE PAGOS INTERNACIONALES

- a- Principales instrumentos de pago. Cheque. Letra de Cambio. Orden de Pago
- b- Principales técnicas de Pago. Cobranzas documentarias. Créditos Documentarios. Créditos Documentarios Stand-by.

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO V

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 8, 9, 10, 11, p. 219 a 396
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 4 p. 159-179, Cap. 5 p 181- 204, Cap 9 p 287- 312, Cap 10 p 315-346
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 3 p. 207-355.
4. CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I. (2004), "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México. Cap. 9 p. 272-303, Cap. 10 p. 304-331, Cap. 11 p. 332-367, Cap. 17 p. 508-535.

CAPÍTULO VI RÉGIMEN ADUANERO

UNIDAD 20 EL CÓDIGO ADUANERO ARGENTINO

- a- Ámbito de aplicación
- b- Definiciones
- c- Importadores y Exportadores.



- d- Despachantes de Aduana. Agentes de Transporte Aduanero
- e- La Administración Federal de Ingresos Públicos. La Dirección General de Aduanas.

UNIDAD 21 IMPORTACIONES

- a- Arribo de la mercadería. Documentación necesaria.
- b- Destinaciones de Importación. Destinación definitiva de Importación para consumo. Destinación suspensiva de Importación temporal. Destinación suspensiva de tránsito de importación. Destinación suspensiva de depósito de almacenamiento.
- c- Hecho, momento y sujetos imponible en la importación. Tratamiento Tributario.
- d- Informática Aduanera. El Sistema Informático María. Su aplicación en las operaciones de contralor inteligente

UNIDAD 22 EXPORTACIONES

- a- Promoción de exportaciones. Organismos de promoción
- b- Documentación necesaria.
- c- Destinaciones de exportación definitiva para consumo. Suspensiva de tránsito. Suspensiva de exportación temporal. Suspensiva de removido.
- d- Estímulos a las exportaciones. Reintegros impositivos. Draw-Back. Reembolsos. Recupero de IVA en las exportaciones.
- e- Hecho, momento y sujetos imponible en la exportación. Tratamiento tributario.
- f- Seguro de Crédito a la Exportación

UNIDAD 23 RÉGIMEN SANCIONATORIO

- a- Delitos aduaneros
- b- Infracciones aduaneras
- c- Régimen Penal Cambiario

BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO VI

1. ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma Cap. 12, 13, 14, p. 397 a 474
2. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001 Cap. 4 p. 159-179, Cap. 7 p 235- 264, Cap 8 p 265- 286,
3. LEDESMA, Carlos (2004), "Nuevos Principios y Fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural", Ed. Osmar D. Buyatti, Argentina. Mód. 3 p. 148-206.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA DE LA MATERIA

- 1- ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2006), *Introducción al Comercio Exterior*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma
- 2- CZINKOTA, MICHAEL R. y RONKAINEN, ILKA A (2004), *Marketing Internacional*, México DF., Thomson
- 3- JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA (2001) "COMERCIO EXTERIOR", Córdoba,



Editorial Eudecor

- 4- LEDESMA CARLOS A.(2004) "*NUEVOS PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*", Buenos Aires, Editorial OSMAR BUYATTI,
- 5- Código Aduanero Argentino

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. ALDO FRATALOCCHI "CÓMO IMPORTAR Y EXPORTAR", Errepar, BUENOS AIRES. 2008
2. OSVALDO J. MARZORATI, "DERECHO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES", ASTREA, BUENOS AIRES 2003
3. CHARLES CROUÉ "MARKETING INTERNACIONAL" DE BOECK, BRUSELAS 2007
4. MATERIAL DISPONIBLE EN EL AULA VIRTUAL DE LA CÁTEDRA
5. JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "Comercio Exterior", Editorial Eudecor, Córdoba 2001
6. CARLOS LEDESMA "Principios de Comercio" , Editorial Macchi, Bs. As., 1990.-
7. CARLOS LEDESMA – CRISTINA ZAPATA " Negocios y Comercialización Internacional", Editorial Macchi, Buenos Aires 1993.
8. MINISTERIO DE JUSTICIA DE LA NACION " SOLUCION DE CONTROVERSIAS Y COOPERACION INTERJURISDICCIONAL EN EL MERCOSUR", BUENOS AIRES 1999
9. JORDI PAU I COS – RICARDO DE NAVASCUES Y GASCA " MANUAL DE LOGISTICA INTEGRAL" EDICIONES DIAZ DE SANTOS, MADRID 1998
10. RICARDO XAVIER BASALDUA "INTRODUCCION AL DERECHO ADUANERO" ABELEDO PERROT, BUENOS AIRES 1988
11. JUAN CARLOS BONZON "DERECHO INFRACCIONAL ADUANERO" HAMMURABI, BUENOS AIRES 1987
12. MARCELO PALADINO Y OTROS " TECNOLOGIA Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCOSUR" MACCHI BUENOS AIRES 1999
13. DANIEL IGLESIAS "NUEVAS MODALIDADES DE CONTRATACION INTERNACIONAL" AD- HOC, BUENOS AIRES 1996
14. BERNARDO PRIDA ROMERO "LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTOS" MC GRAW-HILL, MADRID 1996
15. ALFREDO ABARCA "PROCEDIMIENTOS ADUANEROS" ED UNIVERSIDAD BUENOS AIRES 1999
16. ALDO FRATALOCCHI "EL COMERCIO INTERNACIONAL DE MERCADERIAS" ED BUYATTI, BUENOS AIRES 1997
17. DOMINGO LOPEZ SAAVEDRA "SEGUROS MARITIMOS SOBRE MERCADERIAS" GENERAL RE, BUENOS AIRES 1992
18. ALBERTO DI LISCIA "CLAVES PARA EXPORTAR" FUND EXPORT-AR, BUENOS AIRES 1997
19. JORGE LUIS RIVA "CREDITO DOCUMENTARIO" DEPALMA BUENOS AIRES 1997



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
Facultad de Ciencias Económicas

11

20. SUSY BELLO KNOLL "ZONAS FRANCAS" DE PALMA BUENOS AIRES 1998
21. CARLOS VILLEGAS "COMERCIO EXTERIOR Y CREDITO DOCUMENTARIO"
ASTREA, BUENOS AIRES 1995.
22. ALSINA, BASALDÚA Y OTROS, "CÓDIGO ADUANERO COMENTADO"
ABELED PERROT, 7 TOMOS.
23. VIDAL ALBARRACÍN "DELITOS ADUANEROS", MAVE EDITOR,
CORRIENTES, 2004.