

RESOLUCIÓN N° 39

VIEDMA, 5 de agosto de 2008

VISTO

La Ley N° 26.330 de creación de la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN), para el desarrollo de actividades universitarias en la provincia de Río Negro, la Resolución UNRN N° 10/2008 de Estatuto Provisorio, y la Resolución UNRN N° 6/2008 de áreas disciplinarias y carreras prioritarias a desarrollar en la ciudad de Villa Regina,

CONSIDERANDO

Que según lo prescripto por el artículo 49 de la Ley de Educación Superior 24.521, su decreto reglamentario N° 173/96 (t.o. por Decreto N° 705/97), el Rector Organizador conduce el proceso de formulación del Proyecto Institucional, que debe someter a consideración del Ministerio de Educación y la CONEAU.

Que por el artículo 3 de la Resolución UNRN N° 6 del 18 de abril de 2008, se definió como carreras prioritarias las de Técnico en Comercio Exterior y Licenciado en Comercio Exterior.

Que se ha celebrado un convenio de corresponsabilidad académica con la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales para el dictado conjunto de la Licenciatura en Comercio Exterior en la ciudad de Villa Regina. La carrera forma parte de la oferta de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales con reconocimiento oficial mediante Resolución MECyT Nro. 0870/91.

Que se han formulado los fundamentos y objetivos de la carrera, los alcances del título y el plan de estudios correspondiente para la Licenciatura en Comercio Exterior.

Que el Rector Organizador tiene las atribuciones conferidas por el artículo 49 de la Ley N° 24.521, en particular las atribuciones propias del cargo y las que normalmente corresponden al Consejo Superior.

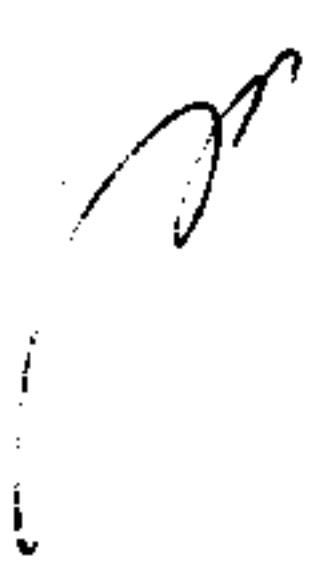
Que el Rector Organizador ha consultado a la Comisión Asesora de la UNRN, cuyos miembros se han manifestado favorablemente que se desarrolle esta carrera de grado en la ciudad de Villa Regina de la Sede Alto Valle.

EL RECTOR ORGANIZADOR

DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

RESUELVE

ARTÍCULO 1°: DETERMINAR el dictado de la Licenciatura en Comercio Exterior en la ciudad de Villa Regina de la Sede Alto Valle de la UNRN, por el término de una cohorte académica a partir del año 2009.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

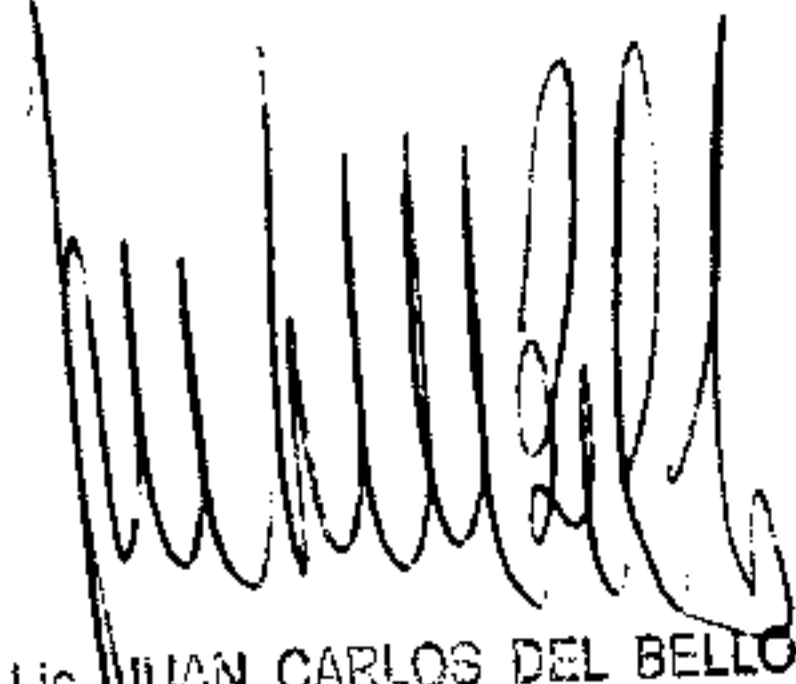
ARTÍCULO 2º: APROBAR el plan de estudios de la carrera que se adjunta en el Anexo I.

ARTÍCULO 3º: REALIZAR las acciones necesarias para registrar el título de Licenciado en Comercio Exterior en el Ministerio de Educación, en la modalidad de programa de docencia con titulación conjunta entre la UNRN y la UCES, según los términos que figuran en el Anexo II.

ARTÍCULO 4º: INCORPORAR dicho programa de docencia al Proyecto Institucional de la Universidad Nacional de Río Negro.

ARTÍCULO 5º: INFÓRMESE a la Secretaría de Políticas Universitarias, al Ministerio de Educación de la Provincia de Río Negro, a la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, a la Legislatura de la Provincia de Río Negro y a la Universidad Nacional del Comahue.

ARTÍCULO 6º: REGÍSTRESE, dése a conocer y archívese.



Lic. JUAN CARLOS DEL BELLO
RECTOR ORGANIZADOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE RIO NEGRO

LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR

1.- Por medio de la presente se solicita el reconocimiento oficial y la validez nacional del título de **Licenciado en Comercio Exterior**, así como también la consideración de sus alcances por parte de este Ministerio.

2.- A dichos efectos se acompaña copia autenticada de la Resolución UNRN Nro. .../08 en la que se aprueba la creación de la carrera y copia del Convenio con la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales de corresponsabilidad académica con vistas al desarrollo conjunto de la carrera.

3.- A continuación se describe el Proyecto del título referido:

a.- UNIVERSIDAD

UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

b.- TÍTULO

Final Licenciado en Comercio Exterior

c.- CONDICIONES DE INGRESO

- Poseer título o certificado de Nivel Medio obtenido en el país, cuya validez esté garantizada por las leyes y normas vigentes.
- Poseer título o certificado de Nivel Medio obtenido en el extranjero y reconocido por el Ministerio de Educación de la Nación y demás jurisdicciones educativas, o revalidado de acuerdo con las normas vigentes y debidamente legalizado.
- Cumplimiento de los requisitos de ingreso para mayores de 25 años establecidos en la Ley de Enseñanza Superior.
- Cumplimiento de los requisitos del curso de ingreso de la UNRN.

d.- FUNDAMENTOS Y OBJETIVOS DE CREACIÓN DE LA CARRERA

La **Licenciatura en Comercio Exterior** que presenta la UNRN para su reconocimiento oficial tiene su origen en una iniciativa conjunta con UCES a partir de una alianza estratégica ratificada en un convenio marco y uno específico que tienen como propósito la corresponsabilidad académica para esta carrera. El desarrollo conjunto del programa de formación se origina en la necesidad de generar y organizar una oferta de calidad académica, con una institución de reconocido prestigio en el ámbito empresarial y académico de esta disciplina como lo es UCES.

Esta carrera se orienta a formar profesionales que posean los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para interpretar, diagnosticar y operar sobre fenómenos y tendencias de la economía internacional. Su desempeño se enmarca en la investigación académica, así como en la definición y seguimiento de las políticas públicas y en la gestión y operatoria empresarial.

El origen de la propuesta se remonta a la atención de una demanda de profesionales que puedan ejercer su práctica en empresas privadas importadoras y/o exportadoras de bienes y servicios, organismos no gubernamentales y consultoras que asesoren sobre este tema, áreas de la

administración pública donde se toman decisiones de política comercial, universidades, centros de investigación y organizaciones no gubernamentales.

El comercio exterior en la región del Alto Valle

Los complejos agroindustriales nacionales basados en la producción de frutas frescas: citrus dulces y pomáceas (manzanas y peras), exportan desde inicios de la década más de U\$S 600 millones al año. Ocupan el 6to lugar en el ranking de importancia de todos los complejos exportadores argentinos y el 4to. lugar de los de base agrícola.

“Ambos complejos totalizan una facturación agregada que supera los U\$S 1.000 millones, incluyen unos 11.000 productores agrícolas, ocupan alrededor de 140.000 puestos de trabajo, demandan cerca de 50 millones de envases de exportación y más de 70 millones hacia el mercado argentino. Pertenecen a la base productiva de las provincias del litoral argentino, de Mendoza y de Río Negro.

El sector de pomáceas es el más importante dentro del complejo frutícola. Río Negro concentra por su lado el 70% de la producción de manzanas y peras, en especial en el Alto Valle y en menor medida en el Valle Medio. El total nacional se ubica en 1,8 millones de toneladas de las cuales la primera de las especies representa el 60%. Las exportaciones anuales de ambas especies son de 283 mil toneladas de manzanas y 454 mil de pera. Totalizaron en 2007 U\$S 430 millones.

En los últimos diez años, las ventas externas de peras frescas crecieron el 60% y Argentina es el primer exportador mundial. Los productores involucrados con cuatro mil. De ese total, el 50% opera independientemente, participando sólo en la primera venta, y sin integración en etapas ulteriores del procesamiento y comercialización. Un 30% evidencia algún proceso de integración vertical y el resto esta totalmente Integrado (1).

Las frutas frescas son el producto más valioso de los dos complejos. Sus manufacturas de origen agropecuario están desarrolladas utilizando como insumo las frutas de menor calidad y valor”. El principal es el de los jugos concentrados y las sidras. Aunque también se destinan volúmenes de pomáceas (peras y manzanas) a la industria conservera y del deshidratado y secaderos.

“El proceso comercial desde los predios hasta los consumidores es sofisticado, demandante de tecnología de precisión y de servicios de excelencia. Las etapas principales del proceso son la producción primaria, el empaque – acondicionamiento y embalado –, la conservación frigorífica, la industrialización y la comercialización externa e interna. El tipo de cultivo es de atención intensiva y alto demanda del factor trabajo”. La combinación de estos factores ha generado una geografía económica con densidad de población superior a otras regiones agrícolas y un agro dinámico junto a una agroindustria competitiva a nivel internacional.

La estructura predominante en las tramas muestra que la concentración es elevada en el proceso comercial que incluye el empaque y acondicionamiento hasta la venta final.

Existen unas 300 plantas de empaque, de las cuales el 40% cuenta con frigoríficos; y unas 10 empresas jugueras que operan 11 plantas.

En comercio externo cerca del 70 % de los envíos los realizan el 10 % de las empresas que operan” (2).

De todos modos, se verifica según estudios recientes, un aumento de las operaciones de exportación por parte de pequeñas y medianas empresas por varias razones (3) a las que se denominan “las tres claves” de esta nueva dinámica de este estrato de firmas.

(1) Alimentos Argentinos. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. 2008.

(2) Anahí S. Rodríguez de Tappata; Sector Frutihortícola; Estudio I.EG.33.6; Préstamo BID 925/OC-AR. Pre II. Coordinación del Estudio: Oficina de la CEPAL-ONU en Bs As, a solicitud de la Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación.

- Aumento de costos y consecuente demanda de mayor eficiencia en la gestión
- Introducción del contenedor en el flete internacional, que elimina la barrera de entrada de tener que contratar bodegas en los barcos, negocio al que solo podían acceder las grandes firmas.
- Segmentación de mercado.

“Los nodos dinámicos de estas tramas son los exportadores –las empresas comercializadoras y su staff profesional- y los técnicos de la agronomía. Son ellos los que están en contacto directo con los mercados, los visitan, conocen las novedades tecnológicas y las transfieren al interior de la trama. Es la forma en que se han incorporado las principales innovaciones desde los años 70 en esta cadena que inicia su inserción en el comercio internacional en la década del veinte del siglo pasado.

“De todos modos y en distinto grado, estos complejos agroindustriales presentan rezagos respecto de las exigencias de las pautas de las fruticulturas modernas de los países más dinámicos. Los principales factores de atraso se encuentran en los indicadores de la producción primaria (estructura varietal, productividad, sanidad y calidad), en la comercialización externa (ausencia de estrategia país, multitud de marcas, no programación de la oferta, deficiencias en la comercialización interna y externa) y en el sistema público de soporte (sin definiciones estratégicas, profusión y disgregación de instituciones con acciones directas, fallas de instituciones tecnológicas y de control, desordenados e imperfectos marcos regulatorios)”

Esta en marcha en la actualidad el PIF –Plan Integral Frutícola- con la participación de INTA y las entidades del complejo. Sobre los objetivos estratégicos –tanto en esta iniciativa como en otros estudios-, se incluye: la valorización de la oferta vía la sanidad y calidad, la puesta en valor de acciones en la comercialización externa y conquista de nuevos mercados y la marca país, la erosión del antagonismo del sector público y el privado mediante una alianza estratégica, la coordinación operativa del sector público.

La mejora de la calidad de las prácticas en campo, y el proceso agroindustrial y de comercialización son en cualquier enfoque, los objetivos a lograr. El rol de la oferta profesional, es en consecuencia central. Chile uno de los principales competidores cuenta con un plan de acciones denominado “Una política de Estado para la agricultura chilena, período 2000-

2010” ha sido confeccionado por el trabajo conjunto de la Mesa Agrícola integrada por toda la institucionalidad pública y privada encabezada por el Presidente del país.

Otros estudios (4) sintetizan para el conjunto del sector agroalimentario, limitantes que refuerzan las conclusiones del diagnóstico de la agroindustria rionegrina.

“Los principales factores limitantes a una mayor expansión de la producción y exportación de alimentos de alto valor detectados son los siguientes: a) en lo macroeconómico, grave escasez de crédito para las PyMES en condiciones adecuadas al tipo de productos y de tomadores; b) en lo institucional, debilidades del sistema de promoción de PyMES y de exportaciones, referidas principalmente a la falta de una adecuada articulación entre los programas de desarrollo de las

(³) Miguel A. Giacinti. “Mas empresas participan del negocio exportador. Nuevas PYMES frutícolas exitosas. Especial Interpera 2008 Lérída. www.fruticulturasur.com 2008

(⁴) Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA); Resumen Ejecutivo (Doc.A-1); Estudio 1.EG.33.7, Componente A; Préstamo BID 925/OC-AR. Pre II. Coordinación del Estudio: Oficina de la CEPAL-ONU en Bs. As., a solicitud de la Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación.

capacidades competitivas y los dirigidos a la promoción comercial externa, superposiciones e insuficiente coordinación entre las instituciones, falta de prioridades, insuficientes recursos presupuestarios, escasa participación del sector privado; c) en las instituciones sanitarias, lentitud en el avance en la negociación de accesos a mercados, controles insuficientes; d) en las instituciones tecnológicas, limitados recursos humanos y financieros destinados a la investigación y desarrollo en productos no tradicionales, e insuficiencia de información técnica para los usuarios; e) en el funcionamiento de la cadena, desarticulación, falta de entidades representativas de productores por rubros, insuficiente escala de las explotaciones, pocos emprendimientos asociativos, escasos vínculos con otros productores y con el entorno”

e. PERFIL DE LA CARRERA.

Conoce: la organización del espacio político y económico a nivel mundial y las variables que inciden en el comportamiento de los mercados así como los flujos financieros internacionales; la normativa e instituciones vinculadas a las relaciones económicas entre los estados y entre particulares: así como los esquemas de integración; ello le permite ubicar la posición de nuestro país en el contexto general, identificar los posibles mercados receptores o proveedores de productos o servicios y evaluar las posibilidades de expansión y diversificación.

Es capaz de determinar la función de riesgo comercial y económico financiero, como base para establecer cursos de acción a seguir en materia de contrataciones internacionales de bienes, de servicios, de complementación económica y de inversión, a nivel de organización o del país.

Está capacitado, asimismo, para aplicar las herramientas técnicas y legales correspondientes a procesos y organismos de cooperación e integración económica, a efectos de promover las relaciones de los demás estados con nuestro país, fundamentalmente a lo atinente al "efecto creación del comercio".

Posee habilidad para: realizar estudios o investigaciones de mercado y para concretar eficazmente las operaciones de importación y exportación, aplicando las normas y procedimientos comerciales y aduaneros; determinar las condiciones más eficientes de contratación de transportes internacionales y la cobertura de los riesgos comerciales y contractuales de las mercancías objeto de la operativa de contratación internacional y para seleccionar a los especialistas necesarios en función del mejor desarrollo del proceso contractual y comercial.

Tiene conciencia del compromiso ético y social de su práctica profesional y una actitud responsable en el cumplimiento de la misma.

f. ALCANCES DE LA CARRERA.

Son los alcances reconocidos por Resolución ME 870/91 para el título de Lic. en Comercio Exterior de UCES y que la UNRN formula para el presente proyecto:

1. Análisis de mercado externo y del comercio internacional
2. Estudios de mercados y proyecciones de oferta y demanda en mercado internacional
3. Estudios y análisis de coyuntura global, sectorial y regional referidos a la especialidad
4. Análisis y fijación de precios y políticas de precios de exportación para productos y servicios, tradicionales o no tradicionales
5. Análisis y determinación de costos de importación de productos y servicios tradicionales

6. Evaluación económica y financiera de proyectos de inversión privada y pública para la exportación e importación de productos y servicios
7. Elaboración de estudios de proyectos de promoción de exportaciones a nivel público y privado
8. Planificación, coordinación, ejecución y control de todas las actividades y tareas que directa o indirectamente vinculen al sector privado exportados e importador a instituciones de carácter público tales como Ministerios, Administración nacional de Aduanas, bancos Oficiales y privados, etc.; y a éstos con el sector privado.
9. Asesoramiento integral al sector público en toda la actividad del ámbito nacional referida a la exportación e importación de productos y servicios, especialmente las referidas a la implementación de medidas de tipo cambiario, impositivo, crediticio, fijación de tasas y recargos aduaneros, regímenes promocionales, etc.
10. Estudios, análisis, proyectos y asesoramiento al sector público y privado en materia de trasportes internacionales para la exportación e importación de productos y servicios.
11. estudios, análisis, proyectos y asesoramiento al sector público en materia de envases y embalajes de productos de exportación e importación.

g. PLAN DE ESTUDIOS.

Año/Cuatrimestre/Asignatura	Horas sem.	Horas totales	Correlativas	Docente a cargo
Primer Año				
Primer Cuatrimestre				
Análisis Conceptual	4	64		
Instrumentos Cuantitativos	4	64		
Introducción al Marketing	4	64		
Fundamentos de Economía I	4	64		
Formación de Escenarios Internacionales	4	64		
Inglés Nivel I	4	64		
Segundo Cuatrimestre				
Problemática Humana	4	64	Análisis Conceptual	
Estadística de los Negocios	4	64	Instrumentos Cuantitativos	
Introducción al Derecho	4	64		
Fundamentos de Economía II	4	64	Fundamentos de Economía I	
Comercio Exterior	4	64	Formación de Escenarios Internacionales	
	44	704		
Subtotal Primer año				
Segundo Año				
Primer Cuatrimestre				
Investigación de Mercados Internacionales	6	96	Introducción al Marketing	
Administración	4	64		
Geografía Económica y Medio Ambiente	4	64		
Transportes Internacionales	4	64	Formación de Escenarios Internacionales/Comercio Exterior	
Principios de Administración Aduanera	4	64	Formación de Escenarios Internacionales/Comercio Exterior	
Inglés Nivel II	4	64	Inglés Nivel II	
Segundo Cuatrimestre				

Calidad, Envases y Embalajes	4	64	Formación de Escenarios Internacionales/Comercio Exterior/Transportes Internacionales	
Análisis de Estados Contables	6	96	Instrumentos Cuantitativos	
Microeconomía y Finanzas para Empresas	4	64	Fundamentos de Economía I	
Logística	4	64	Formación de Escenarios Internacionales/Comercio Exterior/Transportes Internacionales	
Valoración y Clasificación Aduanera	4	64	Formación de Escenarios Internacionales/Comercio Exterior/Principios de Administración Aduanera	
	48	768		
Subtotal segundo año				
Tercer Año				
Primer Cuatrimestre				
Marketing Internacional	4	64	Introducción al Marketing	
Operaciones Portuarias y de Transporte	4	64	Logística	
Principios de Administración Tributaria	4	64	Introducción al Derecho	
Costos y Precios	6	96	Instrumentos Cuantitativos/Análisis de Estados Contables	
Intervenciones Bancarias en Comercio Internacional	4	64	Formación de Escenarios Internacionales/Comercio Exterior/Transportes Internacionales	
Inglés Nivel III	4	64		
Segundo Cuatrimestre				
Solución de Controversias y Derecho Internacional Aplicado	4	64	Introducción al Derecho	
Operaciones de Importación y Exportación	4	64	Logística/Valoración y Clasificación Aduanera	
Análisis Económico para Empresas	4	64	Fundamentos de Economía II/Microeconomía y Finanzas para Empresas	
Negociaciones Económicas Internacionales	4	64	Formación de Escenarios Internacionales/Marketing Internacional	
Historia Económica y Política Mundial	4	64	Formación de Escenarios Internacionales	
	46	736		
Subtotal tercer año				
Cuarto Año				
Primer Cuatrimestre				
Régimen Legal Aduanero	4	64	Operaciones de Importación y Exportación	
Optativa I *	4	64		
Planeación y Proceso Estratégico	4	64	Administración	
Historia Económica y Política Argentina y Latinoamericana	4	64	Historia económica y Política Mundial	
Modelación de Negocios con Base Informática (e-commerce)	4	64		
Segundo Cuatrimestre				

Marketing Internacional Aplicado a Emprendimientos	4	64	Marketing Internacional	
Optativa II *	4	64		
Metodología de la Investigación Social	4	64		
Práctica de Comercio Exterior	4	64	Operaciones de Importación y Exportación	
Procedimientos Aduaneros y Administrativos Especiales	4	64	Operaciones de Importación y Exportación	
Subtotal cuarto año	40	640		
Trabajo Final de Grado		190	Todo aprobado	
Total Horas de la Carrera		3038		

h. CONTENIDOS MINIMOS.

Administración:

Enfoque global de la organización. Evolución de las ideas en la Administración. Análisis del Contexto: Escenarios. Competitividad. Estrategia. Estructura. Cultura y emprendimiento. Comportamiento, Creatividad y Negociación. Transformación Organizacional. Calidad de Servicio y Calidad Total.

Análisis Conceptual:

El desarrollo de la capacidad de percibir acabadamente, tanto en lo referente a exterocepción como a la interocepción. Dado que la dimensión emocional se conjuga en el proceso del pensamiento intelectual. Este percibir acabadamente implica las funciones de describir, analizar, definir, etc. Todas las derivaciones de las relaciones entre lo percibido que implican las funciones de diferenciar, oponer, integrar, sintetizar, teorizar, clasificar y descubrir alternativas. La capacidad de elaborar los respectivos juicios de verdad y de valor que suponen la prueba de realidad de lo propuesto. Junto con la capacidad de formular juicios de verdad y de valor, el método exige desarrollar la madurez para argumentar, demostrar y reflexionar, sobre los fundamentos de lo que se va afirmando. Lo que finalmente genera la aproximación a la dimensión profunda de la libertad, puesto que se desemboca en el hallazgo de los fundamentos para opciones libres y responsables cuando se trata de llegar a la acción. Que no es otra realidad que la aproximación al compromiso de elección y acción responsables, que conlleva las dimensiones afectivas-volitivas motivadas por esos fundamentos razonables que hacen aceptable el compromiso de la respuesta o de la acción. Todo esto tiene una derivación en lo que los alumnos experimentan como ayuda para mejorar no sólo la capacidad de pensar, sino también “su trabajo y su vida”.

Análisis de Estados Contables:

El sistema contable. Sistema de información gerencial. Análisis de estados contables. Presupuesto y control presupuestario. Proyectos de inversión.

Análisis Económicos para Empresas:

Modelo de economía clásica. Modelo keynesiano. Modelo ofertista. Modelo estructuralista. Modelo de economía planificada. Las nuevas potencias económicas del siglo XXI.

Calidad, Envases y Embalajes:

Definiciones, clasificaciones y funciones de los envases y embalajes. Interpretación de bibliografía específica. Envases de vidrio. Envases y embalajes de plástico. Envases y embalajes Celulósicos. Matriz de evaluación unitarización de la carga. Marcado de los embalajes. Riesgos y daños en los embalajes. Introducción a la calidad. Gestión de la calidad Total. Normas ISO.

Comercio Exterior:

Marco teórico general del comercio exterior, Régimen aduanero. Importación. Exportación. Transportes y seguros. Bancos.

Costos y Precios:

Costos. Materia prima y materiales. Integración de los elementos de costos. Otros sistemas de costos. Punto de Equilibrio o económico. Punto de Cierre o financiero. El precio. Costos de calidad: La gestión de calidad. Costos de importación. Costos de exportación. Administración estratégica de costos. Análisis integrado de costos en empresas.

Estadística para los Negocios:

Introducción a la estadística. Recolección de datos. Estadística descriptiva. Series cronológicas. Correlación y regresión. Números índices. Probabilidad básica. Distribuciones probabilísticas. La distribución normal. Distribuciones de muestreo. Estimación. Fundamento de la prueba de hipótesis. Pruebas de dos muestras con datos numéricos.

Formación de Escenarios Internacionales:

Teoría de las Relaciones Económico-Políticas Internacionales. Elementos claves en la formación de escenarios. Los conceptos de la globalización y de la regionalización. Las formas de inserción en el comercio internacional. Principales esquemas de integración: Organismos Multilaterales, Bloques Económicos – Político: América Latina, Asia y África. MERCOSUR / UE/ ALCA/ CHINA: La Política Comercial Exterior Argentina de cara al S. XXI.

Fundamentos de Economía I:

Los actos económicos y la conducta humana. La formación de los precios. La elasticidad y sus aplicaciones. El comportamiento del consumidor. La producción y los costos. La competencia perfecta. Los mercados imperfectos. Los mercados de factores y

la distribución del ingreso. El rol del Estado en la economía. Microeconomía internacional.

Fundamentos de Economía II:

Análisis de la Renta Nacional. Identidades de las Cuentas Nacionales. Demanda Agregada. Mercado de Bienes y Mercado Monetario. Mercado de divisas y tipo de cambio. Mercado de Trabajo. Inflación y Desempleo. Introducción al desarrollo y a las especificidades de la economía Argentina.

Geografía Económica y Medio Ambiente:

Producción agropecuaria argentina y mercados mundiales. Economía, recursos y desarrollo sustentable. Desarrollo industrial mundial y argentino. Sector energético. Terciarización de la Economía. Economías regionales y asimetrías.

Historia Económica y Política Argentina y Latinoamericana:

Marco Teórico, síntesis del pensamiento alto-estratégico. Encuentro de Europa y América. Del orden colonial a la independencia. Lucha por la consolidación estatal. La organización de los estados nacionales latinoamericanos. De la democratización a la revolución social. Los populismos. Intento de ruptura con el orden neo-colonial. Los estados tutelados.

Historia Política y Económica Universal:

Marco teórico: filosofía existencial y filosofía unicista. Modernidad, estrategia y economía en el mundo industrial. Estrategia y economía en el mundo industrial después de Napoleón. Las ideologías del siglo XX y el conflicto mundial. Estrategia y economía en el mundo bipolar. Estrategia y Economía en la era de la revolución informática y la sociedad del conocimiento.

Inglés I:

Simple Present Tense. Present Continuous Tense – Simple Past verb to be. Simple Past Tense – Going to (future). Present Perfect Simple Tense. Comparatives and superlatives. Modals expressing obligation – Conditional Sentences.

Inglés II:

Present Perfect vs. Past Simple Tense – For and since, ever and never. Past Simple, Past Continuous and Past Perfect. Passive Voice. Relative Clauses. Indirect statements, questions and orders. Conditional Sentences.

Inglés III:

Company Structures – Recruitment. Franchising - International Business Styles. Banking - The Stock Market. Import Export - Company Performance. Setting Up a

Business – Corporate Alliances and Acquisitions. Marketing - Product and Corporate advertising – The Business Media.

Instrumentos Cuantitativos:

Nociones básicas de álgebra. Funciones reales de una variable. Función lineal. Sistemas de ecuaciones lineales. Funciones no lineales. Sistemas de ecuaciones no lineales.

Intervenciones Bancarias en Comercio Internacional:

La banca y los negocios internacionales. Los bancos y el comercio exterior. Normativa cambiaria vinculada al comercio internacional. Orden de Pago / Transferencias. Cobranza Bancaria. Crédito Documentario. La financiación en el comercio internacional. Tipos de financiamiento de negocios internacionales. Mercado Cambiario. Mercado de Capitales.

Introducción al Derecho:

Elementos fundamentales del derecho. Persona. Presentación del derecho comercial. Sociedades comerciales. Marcas y patentes.

Introducción al Marketing:

¿Qué es el Marketing? Plan de marketing. Producto. Precio. Canales de distribución. Comunicación, publicidad.

Investigación de Mercados Internacionales:

La información para la toma de decisiones. El proceso de investigación – aplicaciones. Diseño de la investigación. Recolección de datos. Investigación cualitativa. Investigación cuantitativa. Estadística aplicada a la investigación. Presentación y análisis de los resultados. Investigación de mercados internacionales.

Logística:

La logística como sistema de la empresa. Modelos de transporte. Localización de las instalaciones. Gestión de inventarios. La logística aplicada.

Marketing Internacional:

Conformación de escenarios. Diagnóstico estratégico. Técnicas para el análisis del sector. Estrategia competitiva e hipercompetitividad. Herramientas para el diagnóstico estratégico: matrices. El marketing internacional en acción. El Conocimiento de los mercados. Producto. Logística y distribución. Precio. Publicidad y promoción.

Metodología de la Investigación Social:

El conocimiento científico. El proceso de investigación y el proyecto de investigación. El marco teórico, su proceso de construcción. La variable. Las técnicas principales del método cualitativo. Las técnicas principales del método cuantitativo. Organización, clasificación, tratamiento y análisis de los datos. La presentación de los resultados de la investigación.

Microeconomía y Finanzas para Empresas:

Los modelos de la microeconomía moderna. Modelos basados en la toma de decisiones empresariales. El presupuesto. La empresa en los mercados actuales. La empresa y las finanzas. La evaluación de proyectos. Los otros estudios de la evaluación de proyectos. Flujo de caja proyectado. Evaluación de proyectos.

Marketing Internacional Aplicado:

Evolución socio-económica de los mercados internacionales. Diagnóstico Externo. Escenarios. Análisis de las variables no controlables del marketing. Análisis del Sector Industrial. Análisis de la Demanda. Análisis Estado de Situación del Proyecto. Análisis de Escenarios. Planeamiento estratégico (producto, plaza, precio, promoción y publicidad, administración operativa).

Modelación de Negocios con Base Informática (E Commerce):

E-business. Definición de un nuevo paradigma de negocios. E- Commerce. Interfaz del cliente. Comunicaciones del mercado y establecimiento de marcas. Métrica y valuación. Herramientas. Tecnología. Implantación. Efectividad de ventas. La administración de la cadena de ventas. La integración de procesos para construir relaciones. La planeación de recursos empresariales. La administración de la cadena de abastecimiento. Desarrollo del modelo de e-Business.

Negociaciones Económicas Internacionales:

Solución de controversias internacionales. Derecho Internacional. Contratos Comerciales. Contratos parte especial.

Operaciones de Importación y Exportación:

Introducción a la operatoria aduanera. Estímulos a las exportaciones. Regímenes de importación. Regímenes de exportación. Regímenes comunes a la importación y exportación.

Operaciones Portuarias y de Transporte:

Transporte aéreo de mercaderías. Transporte marítimo de mercaderías. Transporte terrestre de mercaderías. Transporte multimodal de mercaderías. Agentes y aspectos aduaneros del transporte.

Planeación y proceso estratégico:

Fundamentos de pensamiento sistémico y organización inteligente. La estrategia. El proceso estratégico. Administración estratégica.

Práctica de Comercio Exterior:

Determinación del mercado internacional. Compra-Venta Internacional. Diseño del negocio internacional. La Implementación del negocio. Transporte y logística internacional. Seguros vinculados a la actividad internacional. Otros documentos necesarios en la operatoria internacional. Actividades bancarias y financieras. Simulación de negocio internacional.

Principios de Administración Aduanera:

Ámbito espacial. Importación y exportación. Control. Arribo de mercaderías. Destinaciones de importación. Destinaciones de exportación. Disposiciones comunes a la exportación e importación.

Principios de Administración Tributaria:

Introducción a las Finanzas Públicas y al Derecho Tributario. Sistema Tributario Argentino. Regímenes de Promoción Económica. Régimen Penal Tributario. Delitos Tributarios.

Problemática Humana:

El concepto de hombre a lo largo de la Historia. El conocimiento humano (su evolución, del racionalismo al positivismo). El hombre en sociedad (su evolución, concepción del sujeto y sociedad, la cultura).

Procedimientos Aduaneros y Administrativos Especiales:

Procedimiento de Impugnación. Procedimientos de Repetición. Procedimiento de las Infracciones. Procedimiento de Medidas Compensatorias y Antidumping. Estímulos a la Exportación.

Régimen Legal Aduanero:

Las normas como herramientas de trabajo. El ámbito normativo del comercio exterior. Actuaciones administrativas. Responsabilidades. Delitos e infracciones. Comercio internacional. Las normas en acción.

Solución de Controversias y Derecho Internacional:

Derecho internacional y derecho nacional. Derecho internacional público. Solución de controversias. Solución de controversias / MERCOSUR.

Transportes Internacionales:

Transporte marítimo de mercaderías. Seguros parte general. Transporte marítimo de mercaderías parte especial. Seguros marítimos sobre mercaderías. Transporte aéreo de mercaderías. Transporte terrestre de mercaderías. Seguros sobre transportes aéreos y terrestres sobre mercaderías. Otros seguros utilizados en el comercio exterior.

Valoración y clasificación aduanera:

Universo arancelario – Nomenclatura e instrumento tarifario regional. Acuerdos tarifarios y de comercio. Procedimiento clasificatorio. Declaración comprometida. Resoluciones vigentes. Sistema informático María. Valoración de mercaderías - importación. Valor de transacción. . Mercaderías idénticas y similares. Método deductivo. Valor reconstruido. Método del último recurso. Valoración de mercaderías de exportación.

i. DOCENTES PARA EL PRIMER AÑO DE LA CARRERA.