



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS

UNIDAD IZTAPALAPA		DIVISION CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES		1 / 4	
NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN ADMINISTRACION					
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE COMERCIO INTERNACIONAL			CRED.	8
221235				TIPO	OPT.
H.TEOR. 4.0	SERIACION			TRIM. VIII	
H.PRAC. 0.0	221196 Y 220 CREDITOS				

OBJETIVO(S) :

Objetivos Generales:

Que al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Dirigirá sus conocimientos y habilidades para incursionar en operaciones internacionales, con la aplicación de principios teóricos e instrumentales para la solución de problemas.
- Planteará y argumentará una propuesta crítica sobre un tema específico.

Objetivos Específicos:

Que al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Asociar las variables de la economía internacional y regional con las actividades y operaciones del comercio internacional.
- Manejar conceptos y estrategias para investigar lternativas de solución a las limitantes del comercio internacional.
- Desarrollar proyectos de inserción de empresas en el comercio internacional.

CONTENIDO SINTETICO:

1. La economía internacional y el comercio.
 - a) Teorías del comercio Internacional.
 - b) Organismos para la solución de controversias internacionales.
 - c) Mercados bloques regionales y tratados.
 - d) Balanzas de comercio y tasas de cambio.
2. Cooperación e integración económica mundial.

CLAVE 221235

COMERCIO INTERNACIONAL

- a) Naciones unidas y sus organismos.
 - b) Cooperación económica regional.
 - c) Cooperación económica internacional.
 - d) Sistema monetario internacional.
 - e) Organización mundial de comercio.
 - f) La promoción.
3. El comercio exterior.
- a) Productos y embalaje.
 - b) Cotizaciones e incoterms.
 - c) Procesos aduanales de importación y exportación.
 - d) Medios de pago y créditos documentarios.
 - e) Logística internacional, seguros y fianzas.
 - f) Contratación del transporte.
4. Obstáculos y fomento al comercio exterior.
- a) Barreras arancelarias y no arancelarias.
 - b) Aranceles y nomenclatura de mercancías.
 - c) Ferias exposiciones y organizaciones de comercialización.
 - d) Fomento del sector público.
5. La negociación.
- a) Relaciones cooperativas inter-organizacionales.
 - b) Negociación intercultural.
 - c) Mediación, arbitraje y conciliación.
 - d) Tipos de negociación.
 - e) Etapas y estrategias de negociación.

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

El proceso de enseñanza-aprendizaje se llevará a cabo de una manera dinámica; el profesor será conductor de este proceso y promoverá la participación activa de los alumnos. A partir de la lectura previa por parte de los alumnos, el profesor iniciará las sesiones haciendo una introducción al tema, planteará preguntas, ejes de discusión y abrirá el debate al grupo.

El profesor explicará el desarrollo de conceptos, técnicas o procesos, presentará ejemplos y abrirá un espacio para plantear preguntas y dudas. Posteriormente, aplicará ejercicios o problemas que resolverán los alumnos de manera individual, en equipo o el grupo en su conjunto, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos. El profesor promoverá el uso de la lógica, la argumentación y la creatividad.

CLAVE 221235

COMERCIO INTERNACIONAL

Se impulsará la reflexión de los alumnos y la expresión de sus ideas, dudas y puntos de vista, mediante preguntas y comentarios. Se aclararán las dudas surgidas, se profundizarán los aspectos requeridos o se ampliará la información necesaria, haciendo un esfuerzo por llegar a conclusiones; además de otras modalidades que proponga el profesor y que serán dadas a conocer al inicio del curso.

MODALIDADES DE EVALUACION:**Evaluación Global:**

Incluirá evaluaciones periódicas y, en su caso, evaluación terminal. Las primeras podrán realizarse a través de participación en clase, elaboración de fichas, controles de lectura, exposiciones individuales o de grupo y elaboración de trabajos de investigación.

Evaluación de Recuperación:

Incluirá una evaluación escrita que podrá ser global o complementaria con base en los contenidos del programa y un trabajo que deberá entregarse en la fecha señalada en el calendario de evaluaciones de recuperación aprobado por el Consejo Académico.

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

Ávila, Marcué Felipe (2001), Estrategias de promoción en comercio exterior, Trillas, México.

Colaiácovo J. L., Assef A. A., Guadanga J. C. G. (1993), Proyectos de exportación & estrategias de marketing internacional, Ediciones Macchi, Argentina.

Chacholiades Miltiades (1992), Economía internacional, McGraw-Hill, México, 674 págs.

Lerma Kichner Alejandro (2000), Comercio internacional, ECAFSA/UNAM, México.

Marino Jorge (1999), La supranacionalidad en los procesos de integración regional, Mave Editor. España.

Méndez S. Nahum (2003), El poder de la negociación en la venta, McGraw-Hill

NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

4/ 4

CLAVE 221235

COMERCIO INTERNACIONAL

Interamericana, México.

Mercado H. Salvador (2000), Comercio internacional, 2 tomos. Limusa, México.

Reyes Diaz-Leal Eduardo (1993), La mentalidad exportadora, BANCOMEXT, México, 185 págs.

Samuelson, Paul y William Nordhaus (1988), Economía, 12ª Edición, McGraw-Hill, México, 1156 págs.

Trejo Vargas, Pedro (2004), Comercio exterior sin barreras, Ediciones Fiscales ISEF, México.