

PLAN DE ESTUDIO CORRESPONDIENTE A LA CARRERA

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

-Ciclo de Licenciatura-

Aprobado por Resolución de Consejo Superior Nº 176/2012
Reconocido oficialmente por Resolución Ministerial Nº 1806/2013

Villa María, 2012

SUMARIO

- 1. FUNDAMENTOS PARA LA CREACIÓN DE LA CARRERA**
- 2. DENOMINACIONES**
- 3. UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA INSTITUCIONAL**
- 4. OBJETIVOS DE LA CARRERA**
- 5. PERFIL DEL EGRESADO**
- 6. ALCANCES DEL TÍTULO**
- 7. DISEÑO CURRICULAR**
 - 7.1. REQUISITOS DE INGRESO**
 - 1.1.PLAN DE ESTUDIO
 - 7.2. CONTENIDOS**
- 8. PROPUESTA DE SEGUIMIENTO CURRICULAR**

1. FUNDAMENTOS PARA LA CREACIÓN DE LA CARRERA

Desde siempre la República Argentina ha mantenido relaciones comerciales y culturales con el resto del mundo, mientras que en los últimos años se ha profundizado la interrelación de los mercados que conforman las distintas naciones, ello a partir de la disminución de los costos de transporte, nuevos esquemas de producción global, desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, flujos financieros e inversiones directas. Estos nuevos fenómenos requieren contar con recursos humanos especializados que contribuyan a comprender los sucesos, como así también incrementar la internacionalización de las empresas argentinas.

La economía internacional aborda una parte de las ciencias sociales, que se ha consolidado a lo largo de décadas, constituyendo una rama de la economía que contribuye a explicar los fenómenos políticos, sociales e institucionales que conforman las interrelaciones entre naciones, de modo que dispone de una relevancia teórica y práctica cuyo conocimiento se hace necesario para el estudio de los movimientos económicos que realiza un país con el resto del mundo y que pueden ser de muy diversa índole: comerciales, financieros, tecnológicos, culturales, turísticos, etc. Abarca los aspectos monetarios, la política comercial, los mercados cambiarios, los mecanismos del ajuste de las balanzas de pago etc.

Diversos Institutos de Formación Superior, de nivel terciario no universitario, brindan en distintas jurisdicciones del país conocimientos básicos sobre el comercio internacional, forman en el "saber hacer", logrando de ese modo recursos humanos idóneos para desempeñarse como "técnicos" en el sector. Estos Institutos, mediante planes de estudios propios y aprobados a nivel de cada jurisdicción, sólo introducen a los estudiantes en la temática del comercio internacional y les proporcionan conocimientos y herramientas para su desempeño en empresas y organismos del sector privado o público. Tales conocimientos y herramientas sólo son básicos y no son suficientes para que esos recursos humanos puedan abordar los nuevos fenómenos y desempeñarse como "profesionales" dentro del comercio exterior que, en los últimos años y de modo particular en la Provincia de Córdoba, se ha expandido significativamente.

Día a día las empresas, como así también diferentes organismos del Estado, requieren profesionales cuyos conocimientos, capacidades y competencias sean superiores a las de un Técnico, esto es, profesionales que con alta formación científica sean capaces de buscar, generar, ejecutar y evaluar estrategias de Internacionalización Comercial y Productiva.

La Universidad Nacional de Villa María, inserta en una región de gran potencial exportador y atendiendo a la demanda existente en la región, mediante la creación del ciclo de licenciatura propone, a los egresados de Tecnicaturas del área, una carrera de grado a través de la cual puedan profundizar en su formación teórica, internalizar el "por qué" de las prácticas e iniciarse en la investigación científica en disciplinas y problemáticas del área.

Mediante una formación integral y humanista, un plan de estudios adecuado y la participación de docentes académica y profesionalmente reconocidos en el área, la UNVM se propone formar un profesional altamente capacitado para que se desempeñe en todo lo relacionado con el comercio internacional.

2. DENOMINACIONES

Carrera: "Licenciatura en Comercio Internacional – Ciclo de Licenciatura"

Título a otorgar: Licenciado en Comercio Internacional

2. UBICACIÓN EN LA ESTRUCTURA INSTITUCIONAL

La carrera dependerá, para su implementación, del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales.

3. OBJETIVOS DE LA CARRERA

- Brindar una formación humanística, ética, y científica que permita al egresado conocer, investigar y actuar con idoneidad y valor en el ejercicio de su profesión.
- Desarrollar en los estudiantes las capacidades necesarias para conocer, investigar y actuar en los mercados internacionales sea desde una empresa privada o desde distintos organismos estatales.
- Estimular el conocimiento y la investigación que orienten la formulación de políticas públicas y privadas que permitan acceder y comprender los actuales y futuros escenarios que plantea la economía mundial.
- Brindar, a quienes poseen el título de técnicos, una mejor inserción laboral ya sea en el ámbito de empresas privadas, en tareas de asesoramiento y/o en el ejercicio liberal de la profesión.
- Facilitar el surgimiento de emprendimientos y negocios internacionales, en el ámbito regional, provincial y nacional, que otorguen mayor valor agregado y cualificación del empleo.

- Estimular la interrelación entre las empresas, organismos públicos y privados, centros de investigación y educativos que promuevan el desarrollo económico y social de la región mediante el incremento del intercambio cultural, flujo de productos, servicios y personas desde y hacia mercados internacionales.
- Promover la consolidación de cadenas de valor global en las que el país dispone de ventajas competitivas.
- Estimular las inversiones públicas y privadas, flujos de inversiones extranjeras directas que contribuyan al desarrollo y mejor empleo en el ámbito de la economía regional y provincial.

4. PERFIL DEL EGRESADO

- Poseerá una visión integral del Comercio Internacional, las Negociaciones Internacionales y la Investigación de Mercados internacionales que le permitirá desempeñarse no sólo en lo práctico-profesional sino también en las investigaciones aplicadas.
- Conocerá el funcionamiento económico a nivel mundial y las variables que inciden, como así también el comportamiento de los flujos financieros internacionales, la normativa e instituciones vinculadas que le permitirán comprender la inserción de Argentina en el contexto mundial.
- Identificará los posibles mercados receptores o proveedores de productos o servicios y evaluará las posibilidades de expansión y diversificación, conocimientos estos que le permitirán formular políticas de marketing global que faciliten la inserción e internacionalización de las empresas.
- Dispondrá de capacidades y comprensión prospectiva que le permitirán elaborar un Plan de Negocios para la internacionalización de la empresa.
- Poseerá formación adecuada para asumir roles de gerenciamiento y asesoramiento en el área del Comercio Internacional.

- Poseerá conocimientos técnicos, aduaneros, tributarios, bancarios, financieros y de logística que le permitirán discernir entre diferentes alternativas para medir el impacto sobre la rentabilidad de las decisiones que deba tomar una empresa pública o privada en Comercio Internacional, como así también las modalidades de contratación internacional.
- Estará capacitado para formular proyectos de inversión que permitan generar acuerdos comerciales, técnicos y de producción entre empresas locales y/o del exterior, destinados a promover la exportación e importación de bienes y servicios.

3. ALCANCES DEL TÍTULO

- Investigar, diseñar, aplicar, supervisar y evaluar estrategias de negocios internacionales, así como las operaciones aduaneras, bancarias y de logística dentro y fuera de la empresa u organismo público.
- Realizar estudios y diagnósticos relativos al comportamiento del comercio internacional, las estructuras de costos y precios a nivel internacional.
- Diseñar, ejecutar, supervisar y evaluar proyectos destinados a promover la exportación e importación de productos y servicios.
- Llevar a cabo las acciones implicadas en la negociación de compra-venta internacional.
- Realizar estudios, investigaciones y asesorar acerca de los diversos aspectos que intervienen en la operatoria del comercio internacional.
- Asesorar y brindar asistencia técnica en la determinación de objetivos, políticas y estrategias de comercialización internacional.
- Organizar y gestionar las actividades propias de un departamento de comercio exterior.

- Participar en la realización de estudios de mercado y proyecciones de oferta y demanda a nivel internacional.
- Participar en la evaluación económica y financiera de proyectos de inversión para la exportación e importación de productos y servicios.
- Realizar la verificación técnica y control de gestión de la operatoria del comercio internacional.
- Realizar peritajes relacionados con la negociación y la operatoria del comercio internacional.

7. DISEÑO CURRICULAR

4.1. REQUISITOS DE INGRESO

Poseer Título de "Técnico Superior en Comercio Exterior", o equivalente, expedido por instituciones de Formación Superior, públicas o privadas debidamente reconocidas en la República Argentina, cuyo plan de estudios tenga una duración de tres (3) años y un mil setecientas (1700) horas reloj.

4.2. PLAN DE ESTUDIO

CODIGO	ESPACIOS CURRICULARES	RÉGIMEN	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA ANUAL	CORRELATIVAS	MODALIDAD
Primer Año						
01	MATEMATICA	1º C	4	64		PRESENCIAL
02	FINANZAS PUBLICAS Y FISCALIDAD INTERNACIONAL	1º C	4	64		PRESENCIAL
03	CONTABILIDAD DE GESTION	1º C	4	64		PRESENCIAL
04	PORTUGUES	1º C	4	64		PRESENCIAL
05	PLANEACION ESTRATEGIGA GLOBAL	1º C	4	64		PRESENCIAL
06	MATEMATICA FINANCIERA	2º C	4	64	01	PRESENCIAL
07	INGLES TECNICO	2º C	4	64		PRESENCIAL
08	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	2º C	4	64		PRESENCIAL
09	NEGOCIACION INTERNACIONAL Y ESTRATEGIAS	2º C	4	64		PRESENCIAL
10	ADMINISTRACION FINANCIERA INTERNACIONAL	2º C	4	64		PRESENCIAL
				Total de Horas: 640		
Segundo Año						
11	EVALUACION DE PROYECTOS INTERNACIONALES	1º C	4	64	06	PRESENCIAL
12	ESPACIO CURRICULAR DE PROFUNDIZACION	1º C	4	64		PRESENCIAL
13	POLÍTICA INTERNACIONAL E INTEGRACIÓN REGIONAL	1º C	4	64		PRESENCIAL
14	TALLER DE APOYO AL TRABAJO FINAL DE GRADO	1º C	4	64		PRESENCIAL
15	TRABAJO FINAL DE GRADO		-	120	01 a 14	PRESENCIAL
				Total de Horas: 376		
Total de Horas de la Carrera: 1016						

4.3. CONTENIDOS

4.3.1. MATEMÁTICA

Unidad I: Conceptos básicos de programación matemática

Maximizar o minimizar una función objetivo. Función lineal de varias variables sujeta a restricciones
Optimización clásica. Optimización sin restricciones. Optimización con restricciones de igualdad.
Resolución gráfica de problemas de programación. Transformación de problemas. Resolución con
problemas de optimización con empleo de programas de computación.

Unidad II: Introducción a la programación lineal

Formulación del problema de programación lineal .Consecuencias. Soluciones factibles básicas.
Teoremas fundamentales de la programación lineal.

Unidad III: Programación no lineal

Resolución del problema de programación no lineal en formato estándar Optimización con
restricciones de desigualdad. Condiciones necesarias Forma normalizada. Multiplicadores de
Lagrange Interpretación de las condiciones de Kuhn-Tucker Condiciones suficientes. Interpretación
económica. Método de Newton-Raphson. Funciones de penalización. Aplicaciones.

10

Unidad IV: El método simple

El algoritmo del Simplex. Combinaciones convexas y conjuntos convexas. Desarrollo de ejemplos
Interpretación a través de los problemas de la presentación. Soluciones en vértices o de puntos
extremos (básicas). Solución óptima: combinación convexa de soluciones en vértices. Introducción
gráfica del método simplex. Enfoque algebraico: los criterios de Dantzig.

Unidad V: Dualidad en programación lineal

Introducción. Formulación del problema dual. Teoremas básicos de la dualidad. Relaciones entre la
solución óptima primal y dual. Interpretación económica del problema dual.

Unidad VI: Análisis de sensibilidad y post-optimización

Introducción. Análisis de sensibilidad - Análisis de post-optimización. Cambios en variables que definen el problema.

Unidad VII Programación dinámica

El problema de programación dinámica: elementos y solución. Ejemplos de aplicación de la programación dinámica.

Bibliografía

BAZARAA, M. S., Jarvis, J. J. y Sherali, H. D. (1998): Programación lineal y flujo de redes. México, Limusa.

BRONSON, Richard 1990 Investigación De Operaciones MÉXICO, MCGRAW-HILL

CERDÁ, E. (2001): Optimización dinámica. Madrid, Pearson Education, Prentice Hall.

CHIANG, A. C. (1990): Métodos fundamentales de economía matemática (3ª Edición). México, McGraw-Hill.

EPPEN G. D. Investigación de operaciones en la ciencia administrativa: construcción de modelos para la toma de decisiones con hojas de cálculo electrónicas Pearson Educación, México 2000

HILLIER, F. S. y LIEBERMAN, G. J. (2002): Investigación de operaciones (7ª Edición). México, McGraw-Hill.

MOSKOWITZ Herbert Wright Gordon P., Investigación de operaciones Prentice-Hall Hispanoamericana, México 1982

TAHA, H. A. (2004): Investigación de operaciones (7ª Edición). México, Pearson Education, Prentice Hall.

WINSTON, W. L. (1994): Investigación de operaciones. Aplicaciones y algoritmos. México, Grupo Editorial Iberoamérica.

11

4.3.2. FINANZAS PÚBLICAS Y FISCALIDAD INTERNACIONAL

Objetivos

- Como consecuencia del proceso de enseñanza-aprendizaje se pretende que el alumno al finalizar la materia haya adquirido.

- Discernimiento sobre el rol del Estado desde su actividad financiera y económica a través del gasto público, sus diferentes formas de financiamiento y desde la problemática del presupuesto público.
- Comprender los efectos económicos y redistributivos de los impuestos y su incidencia en los bienes comercializables internacionalmente y los no transables.
- Capacidad en el análisis de las relaciones fiscales intergubernamentales, de las finanzas locales.
- Conocimiento de la problemática fiscal desde la óptica de una economía abierta, con énfasis en doble o múltiple imposición y el rol de países de baja presión fiscal.

Contenidos

Unidad I: Introducción

Objeto de las finanzas públicas. La función del gobierno en una economía de mercado. Las fallas del mercado: Provisión de bienes públicos puros. Características Principio de no exclusión y el caso de los bienes mixtos. El presupuesto y la redistribución del ingreso y la riqueza. Criterios de justicia distributiva. Limitaciones a las políticas redistributiva. Tipos de distribución del ingreso: Mediciones de la distribución del ingreso: Aplicación a la progresividad tributaria utilitaristas: Criterio de Rawls. La redistribución como una externalidad.

Unidad II: Teoría del gasto y sus clasificaciones presupuestarias

Concepto del gasto público. Crecimiento del mismo y razones que explican el crecimiento. La medición del tamaño relativo del gobierno, racionalidad y eficiencia en el gasto público. Concepto de eficiencia y eficacia. Mecanismos para la toma de decisiones colectivas relativas Gasto Público: Clasificación Económica, Clasificación por Finalidad y Función, Clasificación Institucional, Clasificación por Objeto del Gasto, Clasificación Regional, Clasificaciones Combinadas. El presupuesto gubernamental. Principios del Presupuesto. Etapas del Proceso Presupuestario. La evolución de las técnicas presupuestarias. El presupuesto tradicional. El Presupuesto por Programas (PPP).El Presupuesto en Base Cero (PBO). Las tendencias actuales.

Unidad III: Imposición y recursos del Estado

Los recursos del Estado. Requisitos deseables del sistema tributario. Principios de La Tributación: de Equidad .Criterios del Beneficio y de la Capacidad Contributiva. El principio del Mínimo Exceso de Carga, Administración Tributaria, de Mínimo Costo Principios Constitucionales de la Tributación Impuestos, Tasas, Contribuciones Especiales, Precios y Tarifas. Clasificación económica de los tributos. Alícuotas o Tasas Legales, Efectivas, Medias y Marginales, Presión Tributaria, Flexibilidad de los Impuestos, Elasticidad de los Impuestos. El Efecto Olivera – Tanzi. La Curva de Laffer-: La inflación como impuesto.

La deuda pública. Conveniencia de la Deuda como instrumento de financiamiento del gasto público. Definición y Traslado de la Carga a Generaciones Futuras. Deuda interna o Externa Análisis según el Enfoques Real. Sustentabilidad Fiscal, Límite y Perpetuidad de la Deuda.

Unidad IV: Efectos de la imposición sobre la asignación de recursos y el bienestar

Diferentes enfoques de incidencia impositiva: Incidencia legal y económica. Efectos de la imposición sobre el consumo y el ahorro. El rol de las elasticidades. Los bienes comercializables internacionalmente. Equivalencia de los impuestos en economía abierta. Bienes importables. Incidencia o desviación de la carga impositiva. Enfoque de Equilibrio parcial sobre los Factores Productivos. Limitaciones del modelo de equilibrio parcial. El caso de Monopolio Distorsiones de los impuestos. Exceso de carga. Incidencia interjurisdiccionales e internacional .

13

Unidad V: Impuestos a las ganancias

La Definición de Renta. El Concepto de la Fuente. Las Ganancias de Capital Alternativas para su tratamiento impositivo Las rentas según origen .La implicancia del tiempo en la determinación del impuesto. Las rentas fluctuantes o irregulares. Mecanismos de Solución. La renta neta. Los Gastos Deducibles. Las Depreciaciones como gasto deducible. La renta neta imponible - Las Deducciones. Efectos de la deducción - Mecanismo Alternativo. La definición del contribuyente. El caso de las personas físicas. Las sociedades comerciales. El enfoque absolutista. El enfoque integracionista. Efectos de la inflación sobre la equidad vertical y sobre la equidad horizontal. Los Ajustes por Inflación. Soluciones Alternativas.

Unidad VI: El sistema de seguridad social y los impuestos al trabajo

Impuestos sobre el trabajo Efectos sobre el trabajo Efectos sobre el ahorro e inversión. Los Impuestos al trabajo como mecanismo de financiamiento de la seguridad social. Incidencia.

Concepto de Seguridad Social La seguridad social en Argentina. Los sistemas jubilatorios. Descripción del funcionamiento del Sistema de Reparto. El mecanismo de funcionamiento del Sistema de Capitalización. Aspectos administrativos y económicos de ambos sistemas.

Unidad VII: Los impuestos sobre la riqueza

Razones de equidad que justifican la aplicación de un gravamen a la riqueza neta. Críticas desde el punto de vista de la equidad. Limitaciones en su implementación. La determinación de la base imponible. El Criterio de Territorialidad. Principales Efectos Económicos. El impuesto al patrimonio neto como complemento del impuesto a la renta.

El impuesto inmobiliario. Características. Fundamentos. La Valuación de los Inmuebles Las Alícuotas. Progresividad Real y Personal. Incidencia del tributo. Regresividad e Inflexibilidad.

Impuestos sucesorios. Introducción Fundamentos. Impuestos al Acervo Hereditario o a las Hijuelas. Progresividad del Impuesto. Efectos económicos y sobre la equidad.

La contribución por mejoras. Instrumentación de la contribución por mejoras.

Unidad VIII: Los impuestos sobre el consumo

El impuesto al gasto personal. Objeto del Gravamen. Deducciones Personales y alícuotas. Determinación de la base imponible. Otras consideraciones relativas al Impuesto al Gasto. Modalidades de los Impuestos Generales a las Ventas .Algunas distorsiones en la operación del gravamen. El problema de los bienes de capital. El tratamiento de los servicios El impuesto a las ventas del fabricante, las ventas del minorista y el impuesto en cascada a todas las etapas.

Impuesto a los consumos selectivos Estructura del Impuesto - Diferentes Modalidades. Los impuestos a la contaminación. Los impuestos sobre consumos no deseables. Los impuestos selectivos a los consumos que exteriorizan capacidad contributiva. Impuestos Internos. Impuesto sobre los combustibles .

Unidad IX: Impuestos al valor agregado

El concepto económico de valor agregado. Esquema de funcionamiento general del IVA. La determinación de la base imponible: distintos métodos. El tratamiento a los bienes de inversión. IVA tipo Consumo IVA tipo Producto Bruto. IVA tipo Renta Diferentes modalidades de IVA según su proceso de liquidación. Problemas de implementación del Impuesto al Valor Agregado. Ámbito del Impuesto. EL Impuesto al Valor Agregado y su comparación con las distintas formas de imposición a las ventas.

Unidad X: Impuestos al comercio exterior

Impuestos a las importaciones. Objetivos del Gravamen. La Medición de la Protección. Dificultades en la Aplicación de los Gravámenes a las Importaciones Derechos Compensatorios y Antidumping Otros Gravámenes a las Importaciones. Los impuestos a las exportaciones. Distintas justificaciones a la implementación de retenciones al comercio exterior. Estímulos a las Exportaciones Industriales.

Unidad XI: Federalismo fiscal

Enfoques normativos y enfoques positivos del federalismo fiscal. Federalismo fiscal y finanzas federales. Distribución de funciones. Distribución de fuentes de recursos. Centralización versus descentralización. Coordinación financiera entre distintos niveles de gobierno. El sistema de transferencias intergubernamentales. Racionalidad de las transferencias. Aportes de libre disponibilidad. Aportes condicionados. Efectos Económicos. El "flypaper-effect". La distribución del poder tributario en la constitución nacional Coparticipación. Criterios e Indicadores utilizados en la distribución secundaria. Ventajas y desventajas de la coparticipación .

Unidad XII: La fiscalidad Internacional

La coordinación impositiva y la equidad. Consideraciones de eficiencia la doble imposición internacional. La distribución de las potestades tributarias entre las naciones. Renta Mundial. Vinculación con el sujeto activo de la relación tributaria.

Doble imposición jurídica o internacional. Medidas unilaterales y multilaterales para atenuarla o eliminarla. Convenios para evitar la Doble Imposición Internacional. Partes involucradas. Los modelos de acuerdos.

Imposición indirecta y aranceles. La coordinación internacional de la imposición sobre la producción y el consumo: el principio del país de destino y el principio de país de origen las reglas del GATT. Armonización fiscal. El caso del Mercosur.

Precios de transferencia: concepto, supuestos nacionales e internacionales. El principio arm's length: alcances, métodos alternativos para considerar los precios de transferencia acordes con este principio. Las empresas vinculadas: su tratamiento en los convenios para evitar la doble imposición internacional. Paraísos fiscales. Tipos. Problemas que plantean su existencia. Competencia fiscal nociva. Medidas defensivas adoptadas por países con tributación normal. Intercambio de información. Medidas tomadas en la legislación tributaria de la República Argentina.

Bibliografía

- ALBI, E., CONTRERAS, C. GONZÁLEZ PÁRAMO, J. M. Y ZUBIRI, I. (1996): "Teoría de la Hacienda Pública", Ariel Económica, 2da. Edición, modificada y ampliada, Ed. Ariel, Barcelona.
- DUE, J. F. y FRIEDLAENDER, A. F. (1981): "Análisis económico de los impuestos y del sector público", El Ateneo, 4ta. Edición. Buenos Aires.
- MUSGRAVE, R. A. y MUSGRAVE, P. B (1993): *Hacienda pública teórica y aplicada*, 5ª ed., Mc Graw-Hill, Madrid.
- DUE, J. y FRIEDLANDER A. (1990), *Análisis económico de los impuestos y del sector público*, (Madrid, Editoriales de Derecho Financiero, 7ª ed., Cap. 4.
- MUSGRAVE, R. A., *Sistemas Fiscales* (Madrid, Aguilar, (1973), Caps. 1 y 2*.
- STIGLITZ, J. E., (1995): *La economía del sector público*, Bosch. Barcelona).
- FIGUEROA, Antonio Hugo. Precios de Transferencia. Implicancias y Recomendaciones. Boletín de la DGI nº 512. Agosto de 1996. Buenos Aires.
- FIGUEROA, Antonio Hugo. El tratamiento de los dividendos, intereses y Regalías. E-commerce. Capitalización exigua o subcapitalización. Demás rentas de los establecimientos permanentes. VIII Congreso Tributario. Tomo I. CPCECF. Pág. 131 a 176. Pinamar, Argentina. 2000.
- FIGUEROA, Antonio Hugo. La doble tributación internacional en los inicios del Siglo XXI. Tratado de Tributación. Tomo II. Política y Administración Tributaria. Tomo II. Volumen 2. Asociación Argentina de Estudios Fiscales. Editorial Astrea. Buenos Aires. Argentina. 2004.
- FUNDACIÓN DEL TUCUMÁN (ZAPATA, J. A. y otros), Sistema de supervisión multilateral (para un federalismo con responsabilidad fiscal), Buenos Aires, Asociación de Bancos de la Argentina, Reunión Anual 2000, julio de 2000.
- Modelo de convenio para evitar la doble tributación internacional. OCDE. (Julio 2005). Condensed Versión. OECD Francia.
- Nazareno H; Barra Ruatta O, Iparraguirre R (2008): Lecciones de Finanzas Públicas. FCE UNC Córdoba.

4.3.3. CONTABILIDAD DE GESTIÓN

Objetivos

- Conocer los beneficios y limitaciones de los distintos modelos de contabilidad de gestión para la toma de decisiones empresariales.

- Calcular y estimar costes de exportación e importación.
- Definir el uso de distintos criterios para la imputación de costos en la información económico-financiera de la empresa.
- Distinguir apropiadamente las decisiones empresariales de carácter operativo de las estratégicas.
- Desarrollar, proponer y fundamentar adecuadamente las decisiones económicas y financieras que implica la internacionalización del organismo al que pertenezca.
- Desarrollar la capacidad de análisis de los problemas económicos y financieros que pueda enfrentar la empresa.

Contenidos

Unidad I: Concepto y objetivos de la Contabilidad de Gestión

Diferencias entre Contabilidad Financiera y Contabilidad de Gestión. Metodología en la implantación de la Contabilidad de Gestión.

17

Unidad II: La importancia de la planificación y del presupuesto

Concepto de presupuesto. Importancia y principios generales del presupuesto. Período presupuestario y fases .Presupuesto de ventas y presupuesto de producción Planificación de la mano de obra Presupuesto de costos Presupuesto de inversiones.

Unidad III: Modelos de costes. Conceptos básicos, ventajas e inconvenientes

Sistemas de costes parciales: fundamentos. El modelo de direct costing simple. Determinación de márgenes: sus posibilidades como instrumento de gestión. Modelo de direct costing desarrollado con costes fijos directos. Modelo de direct costing desarrollado con centros de coste La incorporación del análisis de los costes fijos desde una perspectiva.

Unidad IV: Modelo ABC o de costes basados en las actividades

Antecedentes y fundamentos. Las actividades en la empresa: delimitación y tipología. Los inductores de coste. Metodología de cálculo inherente al ABC. El proceso de gestión de las actividades.

Unidad V: El análisis de las relaciones coste, volumen, beneficio

El modelo C-V-B como instrumento de gestión: hipótesis básicas. Umbral de rentabilidad: Margen de seguridad y los ratios de gestión. Limitaciones.

Unidad VI: Gestión estratégica de costos y determinación de precios

Concepto, alcance, características. Análisis de las causales de costos en una empresa, acciones que se pueden emprender para controlarlos y reducirlos. Ventajas competitivas con relación a los costos. Análisis de la cadena de valor con relación a los costos. Análisis del costo de comercialización nacional e internacional. Gestión de calidad en la empresa: Calidad y valor. Costo de calidad. Costos de no calidad. Los costos y la comparación con otras marcas. Relación cliente, precio y costo.

18

Unidad VII: Las herramientas de Contabilidad de Gestión para determinar los precios

La importancia que tienen los costes en la determinación de los precios. Su relación según morfología del mercado. La influencia a través de la demanda de los clientes, el rol de los competidores, precios de productos sustitutivos y los costes que condicionan la oferta. Costes relevantes e insignificantes. Los márgenes de beneficio establecidos en las decisiones para obtener un rendimiento razonable sobre la inversión.

Las variaciones de precios y su influencia en la información suministrada por la Contabilidad de Gestión. Criterios de valoración del coste total. Principales limitaciones. Distinción entre los diferentes productos. La teoría del coste marginal. Limitaciones. Análisis de Corto plazo. Posibilidades de dumping. El rol de la capacidad ociosa. La información del mercado.

Unidad VIII: Limitaciones en la determinación de costos en la Pyme

Oportunidad para el inicio de la determinación de costos. Análisis de problemas relacionados. Diferentes enfoques para tratar el tema de costos, relevamiento de datos para una adecuada gestión de costos. Modelos de generación de resultados.

Unidad IX: La Contabilidad de Gestión y las técnicas basadas en la calidad

El Target costing y el Kaizer costing como herramientas de ayuda en la gestión empresarial El benchmarking como herramienta de comparación La Contabilidad de Gestión y los factores tecnológicos: los sistemas informáticos en ayuda de la gestión empresarial y la automatización de los procesos productivos. La Contabilidad de Gestión y la gestión de materiales.

Unidad X: Las nuevas herramientas de Contabilidad de Gestión en la gestión empresarial

El cuadro de mando integral (CMI) o "balanced scorecard" Concepto y objetivos. Los 10 pilares básicos del cuadro de mando integral. Partes o perspectivas Elementos más importantes del CMI. Selección de indicadores Implantación y problemas que se originan en la implantación del CMI.

Unidad XI: El valor creado por la empresa

Los indicadores tradicionales: el precio de mercado de las acciones, el beneficio neto, el dividendo, el flujo de caja (Cash-flow), Rentabilidad del activo (ROI) y Rentabilidad de los fondos propios (ROE). El valor creado por la empresa: el coste oportunidad.

El valor creado por la empresa: el EVA: concepto, formas de cálculo, análisis de los conceptos que lo integran, estrategias para aumentar el EVA.

Los entornos de producción Just in Time. La información relevante para la toma de decisiones empresariales: características. Aceptación o rechazo de pedidos especiales. Disyuntiva entre producir o adquirir un bien o servicio. Modificaciones en la gama de productos de la empresa. La asignación de recursos escasos.

Bibliografía

Horngren Charles T, Foster George. (2007) Datar Srikant: "Contabilidad de costos: un enfoque gerencial" 12 ediciones México Pearson Prentice Hall.

Kaplan, R.S. y Norton, D.P. (1997): "El cuadro de mando integral" Editorial Gestión 2000, Barcelona.

Kaplan, R.S. Y Cooper, R. (1999): "Coste y efecto. Cómo usar el ABC, AMB y el ABB para mejorar la gestión, los procesos y la rentabilidad" Editorial Gestión 2000, Barcelona.

Kaplan, R.S. y Norton, D.P. (2001): Cómo utilizar el cuadro de mando integral para implantar y gestionar su estrategia. Editorial Gestión 2000, Barcelona.

Polimeni, Ralph S; Fabozzi, Frank J.; Adelberg, Arthur H; Kole, Michel A. (2002). "Contabilidad de costos" Santa Fe de Bogotá, Colombia. McGraw-Hill. Santa Fe de Bogotá, Colombia.

4.3.4. **PORTUGUÉS**

Objetivos

- Brindar conocimiento y comprensión de las reglas básicas de funcionamiento del portugués y su utilización para comunicarse de manera adecuada a su nivel de competencia lingüística.
- Comprender textos orales y escritos en portugués dentro de un contexto o registro concreto.
- Capacitar para la producción del discurso oral y escrito.
- Brindar conocimiento y comprensión acerca de las culturas y costumbres del Brasil
- Saber adecuarse a cada situación concreta sabiendo escoger entre los varios medios, formas y registros de comunicación.
- Permitir que los alumnos puedan acceder a cuestiones actuales de la realidad brasilera, costumbres y principalmente los temas relacionados al curso y que serán de aplicación en su propia vida, como en la práctica profesional.

20

Contenidos

Unidad I: Área gramatical

Conocimiento del Sistema de sonidos del idioma (pronunciación y acentuación) Sistema de escritura: grafismos, convenciones de ortografía y de puntuación. Vocabulario: Los significados básicos de los substantivos, verbos, adjetivos y adverbios Artículos definidos e indefinidos, preposiciones y conjunciones. Pronombres Personales Tratamiento La estructura morfológica. La estructura de la oración.

Unidad II: Área del discurso

Introducción de reglas básicas de la organización del discurso. Examinar y comprender las palabras cuya función es unir el discurso. Habilidades de Comunicación, formas de cortesía preguntar e informar en situaciones de negociación. Formas de pago. Comprensión de texto.

Unidad III: Área socio lingüística

Comprensión y producción de formas lingüísticas para la comunicación de las distintas funciones en relación a distintos contextos sociolingüísticos. Reglas para lograr la competencia comunicativa. Comprensión Auditiva, Preguntar y responder sobre eventos pasados y eventos futuros.

Unidad IV: Competencia estratégica

Estrategias más comunes usadas por aprendices del idioma extranjero en el uso del diccionario bilingüe, área gramatical, y de textos de gramática uso de elementos organizativos para dar coherencia y cohesión al texto. Uso de formas gramaticales para expresar distintas funciones y uso del español en determinadas situaciones.

Bibliografía

CUNHA Celso, Lindley Cintra Luís Filipe Nova gramática do português contemporâneo Nova Fronteira, São Paulo 2001.

EBERLEIN Lima Emma, Iunes Samira Abirad, Ribeiro Leite Marina Dialogo Brasil Texto: Curso Intensivo De Português Para Estrangeiros Editora Pedagógica E Universitaria; 2003).

Martin, Rebeca / Dicionário Brasileiro Espanhol Português / Português Espanhol Editora: OFICINA DE TEXTOS São Paulo 2000 Dicionario Cuyas: Español-Portugués/Portugués-Español.

MENDES DE ALMEIDA Napoleão Gramática metódica da língua portuguesa; curso único e completo.; São Paulo, Saraiva, 1967.

RYAN, María Aparecida Conjugação dos verbos em português: prático e eficiente 17a ed. - São Paulo: Atica, 2003.

7.3.5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GLOBAL

Objetivos

- Comprender la complejidad de las organizaciones actuales.

- Disponer de conocimientos que permitan relevar la información necesaria para llevar a cabo el análisis y diagnóstico estratégico.
- Generar capacidad para conducir un plan estratégico de una organización pública o privada.

Contenidos

Unidad I: Introducción a la visión global de la dirección estratégica

La evolución del concepto de planificación y dirección de organizaciones. La administración estratégica: características distintivas y aplicación. Las decisiones estratégicas. Desempeño superior y ventajas competitivas. Los niveles de administradores estratégicos. El proceso de dirección estratégica: aspectos que comprende, características del proceso.

La estrategia como un proceso emergente. Intento estratégico.

La dirección estratégica de la empresa en diferentes contextos. Oportunidades de Negocios. Plan de Negocios. La visión, misión y metas estratégicas. La dirección estratégica, responsabilidad social y la ética.

Unidad II: Naturaleza y formación de la ventaja competitiva

El entorno externo: oportunidades y amenazas, competencia en la industria y análisis de la competencia. Concepto de industria, sector y segmentos del entorno general y del mercado. Modelo de las cinco fuerzas. La sexta fuerza: los complementadores. Grupos estratégicos. Ciclo de vida de la industria. El macroambiente: fuerzas componentes.

Análisis interno: capacidades distintivas, ventaja competitiva, creación de valor y rentabilidad. La cadena de valor: actividades primarias y actividades de apoyo. Análisis de la cadena de valor. Panorama competitivo y la cadena de valor. La cadena de valor y la estructura organizacional.

Los bloques genéricos de la ventaja competitiva: eficiencia, calidad, innovación, actitud de respuesta a los clientes. Ventajas competitivas duraderas y sustentables. Mantenimiento de las ventajas competitivas. Recursos, capacidades y competencias centrales.

Unidad III: Formulación y selección de estrategias de negocios y funcionales.

Construcción de una ventaja competitiva a través de una estrategia de nivel de negocio: administración efectiva de las relaciones con los clientes, reconocimiento de las necesidades de los clientes. Grupos de clientes y segmentación del mercado. Capacidades distintivas. Selección de una

estrategia a nivel de negocio. Las orientaciones estratégicas de la empresa: estrategia de liderazgo en costos, estrategia de diferenciación, estrategias de enfoque: bajo costo y diferenciación.

Construcción de una ventaja competitiva a través de una estrategia de nivel funcional. Lograr una eficiencia mayor: eficiencia y economías de escala, aprendizaje y curva de experiencia. Logro de una calidad superior: confiabilidad y atributos superiores. Logro de una innovación superior: construcción de habilidades en innovación. Logro de una respuesta superior a los clientes: enfoque en el cliente y satisfacción de las necesidades del cliente. Desarrollo de capacidades operativas.

Unidad IV: Estrategia competitiva y ambiente industrial

Estrategias en industrias fragmentadas: caracterización y respuestas estratégicas posibles.

Ciclo de vida de la industria y alternativas estratégicas. Estrategias en industrias en nacimiento y crecimiento: impacto de la tasa de crecimiento del mercado y condiciones competitivas, Estrategias en industrias maduras: estrategias para impedir entrada, acciones ante rivales. Estrategias en industrias en decadencia: alternativas ante grados de gravedad.

Estrategias en industrias de alta tecnología: estándares técnicos, beneficios. Alternativas estratégicas: oferta, fijación de precios, comercialización, cooperación. Manejo de los costos. Ventajas y desventajas de hacer el primer movimiento. Cambios de paradigmas tecnológicos: efectos en empresas establecidas y empresas nuevas.

23

Unidad V: La estrategia en el ambiente global

La búsqueda del aumento de la rentabilidad a través de la expansión global: economías de ubicación y la curva de experiencia. Transferencia de habilidades distintivas. Apalancamiento. Presiones para reducciones de costos y respuesta local.

Selección de la estrategia internacional: estrategia internacional, estrategia multinacional, estrategia global y estrategia transnacional.

Decisiones de entrada: en qué mercados y en qué oportunidad. La elección de la modalidad de entrada: exportación, alianzas, franquicias, subsidiarias. Alianzas estratégicas globales.

Unidad VI: Estrategias corporativas y maniobras estratégicas

La integración vertical y horizontal: características, ventajas y desventajas. Alternativas a la integración vertical: relaciones de cooperación, contratos a corto plazo, alianzas estratégicas y relaciones de cooperación a largo plazo. Outsourcing estratégico: beneficios y riesgos.

Expansión hacia otras industrias: la diversificación. Transferencia de habilidades, apalancamiento de capacidades. Economías de alcance. Tipos de diversificación. Estrategias de entrada: nuevas empresas internas, adquisiciones, empresas conjuntas. Uniones y fusiones.

Unidad VII: Acciones estratégicas para la implementación de la estrategia

Estrategias de implementación a través de la estructura, el control y la cultura de la organización. Bloques constructivos de la estructura de la organización. Identificación de las configuraciones estructurales adecuadas para estrategias en un solo negocio y en negocios corporativos o internacionales. La cultura y el liderazgo estratégico.

Presupuestos, políticas, mejores prácticas, sistemas de apoyo y recompensas. Asignación y control de recursos. El cambio estratégico.

Unidad VIII: La evaluación de la estrategia

Un marco para la valoración y el control de las estrategias. Métodos de evaluación de la estrategia. Matrices de análisis. La valoración de la oportunidad: racionalidad y cribado de opciones. Análisis de aceptabilidad: análisis de resultados, análisis de riesgo y análisis de reacción de los grupos de referencia. Análisis de la factibilidad: análisis de los flujos de fondos, análisis del umbral de rentabilidad y análisis del despliegue de los recursos. Técnicas de análisis para organizaciones diversificadas. Matrices para evaluar carteras diversificadas: matriz crecimiento - participación. Matriz atractivo de la industria - atractivo de la empresa. Matriz del ciclo de vida. Elección del modelo a aplicar, comparación del atractivo de la industria, de la fuerza del negocio y del rendimiento de las unidades de negocio. Análisis de ajuste estratégico.

24

Bibliografía

HILL, Charles; JONES, Gareth. *Administración Estratégica. Un enfoque integrado*. Sexta Edición. McGraw Hill. México. 2005.

HITT, Michael; IRELAND, R. Duane y HOSKINSSON, Robert: *Administración estratégica. Conceptos, competitividad y globalización*. México, International Thomson Editores, 1999, 3ra. Edición.

DAVID, Fred. *Conceptos de Administración estratégica*. Pearson Educación. 2003. México.

YIP, George S. *Globalización*. 1994. Addison Wesley.

JOHNSON, Gerry y SCHOLES, Kevan, Dirección Estratégica, Ed. Prentice Hall, Madrid, 2001.

ALVAREZ, Héctor F., Dirección Estratégica – Competencia y Cooperación. Ed. Eudecor, Córdoba. 2003.

THOMPSON, Arthur A y STRICKLAND A.J, Administración Estratégica, Ed. McGraw-Hill, México, 2001.

ANSOFF, H. Igor y McDONELL, Edward: *La Dirección Estratégica en la Práctica Empresarial*. Ed. Addison-Wesley Iberoamericana, 1997, 2da. edición.

MINTZBERG, Henry; QUINN, James Brian y VOYER, John: *El proceso estratégico*. Conceptos, contextos y casos". México, Ed. Prentice Hall, 1997.

PORTER, Michael: Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México, Ed. CECSA, 1997.

PORTER, Michael: Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Bs. As., Rei Argentina, 1991.

BORELLO, Antonio. El Plan de negocios. Ed. McGraw Hill. Buenos Aires. 1999.

CLERI, Carlos: *Estrategias de alianzas*. Bs. As., Ed. Macchi, 1996.

OHMAE, Kenichi: *La mente del estratega*. Madrid, Ed. McGraw Hill, 1989.

OHMAE, Kenichi: *El mundo sin fronteras*. Madrid, Ed. McGraw Hill, 1990.

BUENO CAMPOS, Eduardo. *Dirección Estratégica de la Empresa*. Ed. Pirámide. Madrid. 1987.

HAMMEL, Gary y PRAHALAD, C.K... *Compitiendo por el futuro*. Ed. Ariel. Barcelona. 1994.

HAX, Arnoldo y MAJLUF, Nicolás. *Estrategias para el liderazgo competitivo*. Ed. Granica. Madrid. 1997.

LELE, Melin. *Desarrollo del apalancamiento estratégico*. Ed. Díaz de Santos. Madrid. 1995.

SALLENAVE, Jean Paul. *La gerencia integral*. Ed. Norma. Bogotá. 1994.

ELLINOWSKI, Adrián. La migración del valor. Ed. Harvard Bussines School Press.

ABELL, D y HAMMOND, J: Planeamiento Estratégico de Mercado.

JARAMILLO Y MARTINEZ. *Estrategia Internacional*. McGraw Hill. 1991.

KAPLAN Y NORTON. *Cuadro de mando integral*. Gestión 2000. 1997.

25

4.3.5. MATEMÁTICA FINANCIERA

Objetivos

- Brindar el herramental que permita determinar la rentabilidad de una operación financiera o de una inversión productiva, así como el cálculo del costo de los recursos financieros.
- Desarrollar el razonamiento lógico de las matemáticas financieras, así como ampliar la comprensión y utilización del lenguaje matemático financiero básico.
- Examinar y aplicar las fórmulas básicas de Matemáticas financieras, que involucren progresiones aritméticas y geométricas, interés simple, descuento simple, interés compuesto y depreciación.

- Realizar cálculos para evaluar cómo el valor de los bienes reales y financieros a lo largo del tiempo.
- Conocer al dinero como un medio de cambio, para adquirir bienes y servicios en diferentes períodos de tiempo.
- Utilizar las matemáticas financieras en sus tareas en comercio internacional a partir de establecer relaciones con otras disciplinas del conocimiento como la Economía.

Contenidos

Unidad I: Operaciones simples

Régimen simple: Generalización de la fórmula del interés simple. Fórmulas derivadas. Cuadro de marcha. Análisis de funciones. Actualización. El descuento racional y el descuento comercial. Análisis de funciones. La relación entre la tasa de interés vencida y la tasa de descuento o adelantada. Vencimiento común y vencimiento medio. Principio de la equivalencia Ejemplos de aplicación.

Unidad II: Régimen compuesto

Generalización de la fórmula del interés compuesto. Fórmulas derivadas. Análisis de funciones. El uso del interés compuesto para calcular valores actuales. Interpretación gráfica El descuento compuesto con tasa adelantada. Vencimiento común y vencimiento medio. Diferencia entre el interés simple y el Interés compuesto Aplicación del cálculo matemático en la resolución de problemas. Manejo de las tablas financieras. Tasa nominal y efectiva. Tasas equivalentes y proporcionales.

Unidad III: Conceptos sobre la Tasas de interés

La tasa de interés nominal o de contrato. Tasa proporcional, efectiva y equivalente de una operación. La tasa de interés nominal o de contrato. Tasa proporcional, efectiva y equivalente de una operación. La tasa real de interés en un contexto inflacionario. Tasas de descuento o adelantadas: tasa nominal.

Proporcional, efectiva y equivalente de descuento. Descuento a interés simple. Descuento bancario o comercial. Capitalización y actualización continúa. La tasa instantánea. Índices y coeficientes de ajuste. Series de tasas de interés del Banco Central de la República Argentina. Tasas de utilización

en la Justicia. Coeficientes de indexación. Principales índices utilizados en la económica y las finanzas.

Unidad IV: Conceptos sobre Rentas

Clasificación de las rentas. Anualidades ciertas: imposiciones a interés compuesto, Rentas temporarias y rentas perpetuas. Renta inmediata, diferida y anticipada. Pagos vencidos y pagos adelantados. Rentas de cuotas constantes y rentas de cuotas variables en progresión aritmética y geométrica. Rentas post-pagables. Rentas pre-pagables. Aplicaciones reales.

Unidad V: Sistemas de amortización de préstamos

Amortización: fórmula general y derivadas. Relación con las fórmulas de anualidades ciertas. Resolución de problemas mediante logaritmos y tablas financieras. Sistema francés, alemán y americano. Cálculo del saldo del préstamo, total amortizado a un período determinado, cuota y tasa de interés. Préstamos con intereses directos Intereses cargados, descontados y promediados. Tasas de interés efectivas implícitas en este tipo de operaciones. Préstamos con intereses adelantados y amortización vencida.

27

Unidad VI: Métodos para la evaluación de proyectos

Período de recupero de la inversión. Período de recupero descontado. Valor Actual Neto (VAN). Tasa Interna de Retorno (TIR). Índice de Rentabilidad o Relación beneficio/costo. Tasa Interna de Retorno Modificada. Complicaciones prácticas: diferente tamaño de la inversión, diferente desarrollo del flujo de fondos y de la vida útil.

Unidad VII: Herramientas para la valuación de Bonos y otros instrumentos financieros

Valuación, rentabilidad y volatilidad de títulos de bonos u obligaciones. El modelo básico de valuación de un bono. Bonos bullet y con programas de amortización. Categorías principales: valor técnico, interés corrido, paridad técnica. Medidas de volatilidad: Instrumentos Financieros Derivados. Principales tipos de opciones: opciones de compra, opciones de venta y opciones combinadas. Factores que afectan el precio de las opciones.

Bibliografía

CISSELL Robert, Cisell Helen, Flaspohler David C "Matemáticas Financieras Editorial Continental, MÉXICO 1987.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ Abraham Matemáticas financieras: teoría y práctica. 5ta. Edición Thomson Learning. México 2002.

ELIZONDO Alan, Altman Edward I. Medición integral del riesgo de crédito Editorial Limusa, México 2003.

4.3.6. **INGLES TÉCNICO**

Objetivos

- Disponer de conocimientos del idioma ingles que permita al alumno:
- Analizar estrategias exitosas de compañías comerciales en su inserción al mercado internacional a través del estudio de casos prácticos.
- Formular planes de acción específicamente orientados a la elaboración de planes de negocios internacionales.
- Conocimiento del idioma de modo que permita Integrar las competencias personales y profesionales en la empresa y diseño de sistema de evaluación por competencias.

28

Contenidos

Unidad I: PEOPLE AND WORK

Communication skills Job description Performance appraisal Language Focus People and their jobs Vocabulary.

Unidad II: COMPETITION

Communication skills competing in a global market Interviews skills financial vocabulary: figures, percentages, decimals, fractions Making Business Decisions Business and Ethics: Negotiation strategies.

Unidad III: REPORTS

Types of reports. Assessment reports, Informative reports, Survey reports, Proposal reports. Main characteristics of reports.

Reports in scientific, technical & business writing. Main characteristics of scientific & technical reports. Writer's purpose. Awareness of audience.

Unidad IV: ARTICLES

Types of articles. Articles in scientific & technical writing. Main characteristics of scientific & technical articles. Writer's purpose. Awareness of audience.

Unidad V: HYPOTHESIZING, PREDICTING

Main purposes in scientific/technical writing: Hypothesizing about present, past or future events, phenomena or findings. Predicting outcomes of scientific experimentation or natural events. Drawing conclusions.

Unidad VI: EXPERIMENTING, CALCULATING, COMPARING

Main purposes in scientific/technical writing: Explaining experiments or methods, giving instructions; showing and explaining similarities and differences; calculating measurements. Functions: Experimenting, calculating. Contrast and comparison.

Unidad VII: PRODUCTS AND ADVERTISING

Communication skills Meeting: Designing a campaign to modernize a company's image.

29

Bibliografía

First Insights into Business - Robbins, Sue - First edition - 2000 - Pearson Education Limited – London.

Making Business Decisions-Reading - Boyd, Frances - First edition - 1994 - Addison-Wesley Publishing Company.

Business Roles; First edition. The Longman Dictionary of Contemporary English; Harlow; Longman; 1995.

Duckworth, Michael; Grammar & Practice; Oxford; Oxford University Press; 1995.

Dudley-Evans, T. and M.J. St John (1998). Developments in English for Specific Purposes.

Hollet, Vicky; Business Objectives; New edition; Oxford University Press; 1996.

How to prepare an annotated bibliography (1998). Cornell University Library. URL. Available at <http://www.library.cornell.edu/okuref/research/skill28.htm>.

Kerridge, David; International Business Role Plays; Second edition; London; Delta Publishing; 1997.

Short Reports. Engineering Communication Center. The University of Toronto
http://www.engineering.utoronto.ca/Directory/Student_Resources/Engineering_Communication_Program/Online_Handbook/Types_of_Documents/Memos.htm.

Tuck, Allene, Ed; Oxford Dictionary of Business English for Learners of English; Primera Edición; Oxford; Oxford University Press; 1994.

4.3.7. **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Objetivos

- Desarrollar habilidades metodológicas para diseñar y aplicar estrategias de investigación en el ejercicio de la profesión.
- Adaptar y aplicar las técnicas de investigación científica en el ámbito del mercado internacional.
- Conocer y comprender los conceptos y procedimientos básicos de la investigación científica.
- Conocer, diferenciar y evaluar distintos tipos de investigación en CC. SS.
- Ejercitar la expresión escrita de reportes de investigación.
- Perfeccionar la presentación oral de los informes de investigación.

30

Contenidos

Unidad I: Introducción a la investigación científica

El conocimiento científico. Términos epistémicos. Tipos de conocimiento. Características del conocimiento científico. La ciencia y la hipótesis. El método científico y las ciencias sociales. La investigación de mercados internacionales. Función de la investigación de mercados en la toma de decisiones. Proveedores y usuarios de la investigación de mercados.

Unidad II: Creación de un diseño de investigación

El problema de la investigación. Identificación, delimitación y formulación del problema. Diseño bibliográfico y de campo.

Revisión de antecedentes. Fuentes. Estrategias de búsqueda, selección y ordenamiento de la información. El uso de Internet y de las redes sociales en la búsqueda de información secundaria. Formulación de objetivos y de hipótesis. Tipos de objetivos. Redacción de los objetivos. Funciones, tipos y requisitos formales de una hipótesis. La lógica de la investigación. Investigación cuantitativa vs. investigación cualitativa. Tipos de investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional, explicativa; observacional, experimental; transversal, longitudinal, transaccional.

Unidad III: La adquisición de los datos

Las técnicas de investigación. Métodos y técnicas de recolección de información. La observación. La investigación por encuesta y la técnica de la entrevista. Diseño de cuestionarios. La investigación documental.

Universo y muestra. El muestreo. Tipos de muestras. Tamaño de la muestra y error muestral. Variables e indicadores. La medición y los instrumentos. Los índices.

Unidad IV: El análisis de los datos

Operaciones básicas con los datos. Información y dato. Concepto científico de 'dato'. Ordenamiento, codificación y tabulación.

Análisis de datos cuantitativos. Análisis univariado y bivariado. El uso de porcentajes y de procedimientos estadísticos.

Análisis de datos cualitativos. Pautas metodológicas.

Unidad V: La comunicación de la investigación

Redacción del anteproyecto de investigación. Organización del contenido.

Redacción del proyecto de investigación. Cronograma y cálculo de costos.

Redacción del reporte de la investigación. Presentación escrita de los resultados. El resumen ejecutivo. Uso de gráficos. Comunicación oral del reporte. Uso de programas de presentación (PowerPoint).

Bibliografía

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar: Metodología de la investigación (1998), Mac Graw Hill, México, 3ra. ed.

MCDANIEL, Carl y Gates, Roger: Investigación de mercados contemporánea (1999), International Thomson Editores, México, tr. María Teresa Aguilar.

4.3.8. **NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL Y ESTRATEGIAS**

Objetivos

- Brindar a los alumnos los elementos claves utilizados en cualquier proceso de negociación de operaciones económicas internacionales.
- Reconocer las situaciones de negociación, analizarlas en cada caso y detectar la estructura estratégica.
- Incrementar el poder de negociación propio a partir de la identificación de los elementos más relevantes de una negociación.
- Conocer las técnicas y estrategias de una negociación, encontrando alternativas que hagan ganar conjuntamente.
- Desarrollar aptitudes a fin de lograr procedimientos de negociación integrador, eficaz y seguro.
- Desarrollar competencias para realizar diagnósticos de situación, identificar situaciones de conflictos y ofrecer cursos de acción para su resolución.
- Desarrollar habilidades de comunicación que permitan el desarrollo de negociaciones cooperativas y liderar estrategias de acuerdo en las negociaciones competitivas.

32

Contenidos

Unidad I: Gestión y resolución de conflictos

Gestión y resolución de conflictos; origen y desarrollo del conflicto; abordaje del conflicto en las organizaciones, sistemas de resolución de conflictos basados en los intereses; construcción de modelo de abordaje; resistencias y condicionantes; cambiar la cultura del conflicto; métodos beligerantes y métodos alternativos, el rol de los intereses y las posiciones irreductibles; despersonalizar el conflicto; los recursos de la creatividad; acuerdos y criterios objetivos. Aplicando las técnicas alternativas de resolución de conflictos, las organizaciones son más eficientes en su

administración y en sus resultados. La resolución de conflictos: Teorías y métodos. La negociación intuitiva, limitaciones e ineficiencias. Las ventajas de un método sistemático para construir acuerdos negociados. Conflictos; percepciones; intensidad y explicación de los mismos. Resolución ó Gestión de Conflictos? Conflictos y respuestas. Tipología de negociaciones; adversariales y cooperativas. Actores y contextos de la negociación. Las organizaciones; nuevas redes comunicacionales y los espacios de la negociación. Consideraciones sobre perspectivas alternativas de negociación. Resolución Alternativa de Conflictos; tipología de sistemas. Los sistemas basados en el derecho y en los Intereses. Mediación, conciliación y Arbitraje.

Unidad II: Condiciones y factores que inciden en la negociación

Las condiciones y factores que inciden en la negociación: Espacio, Tiempo, Información y Poder, las referencias permanentes de la negociación. Los actores de la negociación; bilaterales y multilaterales. Rombo de la Negociación, como se conjugan y realimentan todos los elementos. Reconocer la complejidad en los contextos relacionales. Como construir un círculo virtuoso que transforme el conflicto en cooperación. Ejercicios de rol-playing.

Unidad III: Identificación de intereses

Identificación de los intereses, jerarquía, escala de intereses; como generar nuevas ideas y alternativas de solución. Planificación y preparación de las negociaciones; agenda de la negociación, los principios de la negociación efectiva, comportamiento y objetivos. Los fundamentos del método de la negociación cooperativa-Programa de la Universidad de Harvard-. La negociación estratégica, creación del valor en los contextos de incertidumbre. La práctica de la negociación efectiva; planeamiento conjunto, manejo de las diferencias, las estrategias de la negociación efectiva. Como programar la negociación; diseño de estrategias y confección de planillas. Estrategias de tipo cuándo, cómo y dónde, alternativas creativas para un acuerdo mutuo. La teoría de las necesidades en la negociación; tres niveles de negociaciones; estimular la creatividad.

Unidad IV: Comunicación Influencia en la negociación

Comunicación e influencia en la negociación; integrar las emociones; generar confianza; utilizar la persuasión: aprovechar las fuerzas del oponente. Como reconocer e integrar las emociones en el proceso de negociación. Como desarrollar estrategias de motivación orientada a la gestión cooperativa de los conflictos. La Programación Neuro-lingüística (PNL) y sus aplicaciones a la

comunicación para generar valor en los procesos de negociación. Cómo diseñar sistemas de gestión de conflictos en las organizaciones. Ejercicio de diseño de un sistema aplicado a una negociación seleccionada.

Unidad V: La estrategia aplicada a la negociación

La estrategia aplicada a la negociación. La determinación de intereses en función de la finalidad que persigue la organización y la fijación de los objetivos operacionales. Cómo seleccionar escenarios de conflictos y/o de acuerdos. Adecuación de intereses, fines y medios para cumplir con el propósito de la organización. Métodos y Técnicas de resolución de problemas y toma de decisiones. Utilización de las preguntas, cómo formular preguntas; funciones de las preguntas: construcción del proceso interrogatorio. Ejercicios de confección de FODA aplicado a situaciones específicas de negociación desde la perspectiva de cada negociador.

Unidad VI: Negociación asistida

La mediación como proceso de negociación asistida; la intervención de un tercero. Definición de roles. El tercero, Facilitador, Mediador, Convocante. Estrategias de comunicación, formulación de estrategias. El proceso-contenido diseñado en conjunto. Fases del proceso, evaluación inicial, consulta con las partes, convocar al proceso, determinación de protocolos, logro de un acuerdo implementación. El Arbitraje, definición y conceptos, clases de arbitraje según elección y actuación de los árbitros, cláusulas de arbitraje y jurisdicción. El proceso arbitral, normas legales y reglamentaciones, cláusulas compromisorias. Arbitraje y MERCOSUR. Protocolo de Ouro Preto. Esquema de solución de controversias, entre los Estados; Arbitraje ad hoc (tres árbitros), procedimiento.

34

Bibliografía

APATOW, Robert; "El Arte del Diálogo - La comunicación para el crecimiento personal, las relaciones y la empresa", Editorial Edaf, Madrid, España, 1999.

CONSTANTINO, C. y Sickens Mercant, C. (1997). Diseño de Sistemas para enfrentar conflictos, Editorial Granica, España.

DE BONO, Edward; "Yo Tengo Razón; Tú Estás Equivocado", Editorial B, Barcelona, España, 1992.

DE BONO, E. (1989). El Pensamiento Lateral. Manual de Creatividad. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

ECHEVERRÍA, R: Ontología del lenguaje, Ed. Granica, Buenos Aires, 2005.

FISHER, R, Ury, W Y Patton B (1996): "Sí, de Acuerdo, cómo negociar sin ceder". Edit. Norma. Buenos Aires.

SENGE, P: La Quinta Disciplina en la Práctica, Ed. Granica, España, 1995.

URY, W. y Fisher;(1998) "Si de acuerdo, en la práctica" Ed. Norma Colombia.

URY, William L., BRETT, Jeanne M. y GOLDBERG, Stephen B.; "Cómo Resolver las Disputas: Diseño de sistemas para reducir los costos del conflicto", Rubinzal - Culzoni Editores, Santa Fe, Argentina, 1.995.

4.3.9. **ADMINISTRACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL**

Objetivos

- Comprender los conceptos financieros e incorporar terminología básica indispensable para el desarrollo apropiado de la profesión.
- Conocer la evolución del mercado financiero local e internacional.
- Discernir los riesgos cambiarios y el riesgo país como coberturas disponibles para atenuar impactos negativos.
- Capacidades para el diagnóstico, planeación y estrategia de aspectos financieros y de proyectos para la internacionalización de la empresa.

35

Contenidos

Unidad I: La determinación de los tipos de cambio

La política cambiaria. Objetivos de la Política Cambiaria. Las intervenciones cambiarias. Los controles de cambio. Interrelación entre la política cambiaria y la monetaria. Tipos de cambio fijos y flexibles Paridades ajustables (Sistema de Bretton Woods).

Unidad II: El mercado de divisas: aspectos operativos

El mercado de divisas al contado. Agentes participantes y características del Mercado. Cotizaciones en el mercado de divisas al contado. Arbitraje en divisas. Tamaño y composición del mercado de divisas. El mercado de divisas a plazo. Funciones el mercado de divisas a plazos. Cobertura de riesgos. Interconexión entre los mercados monetarios y de divisas. Operaciones a plazo directo y swaps. Cotización a premio y a descuento; el precio de los swaps. La teoría de la paridad cubierta de los tipos de interés. Expectativas y Especulación en el mercado de divisas.

Unidad III: Mercados internacionales y euromercados

Origen del mercado en eurodivisas y localización geográfica. Los excedentes de los países exportadores de petróleo, empresas de seguro y regímenes de capitalización. Tipos de interés de los créditos y depósitos en eurodivisas. Los créditos sindicados. Mercado internacional de Bonos.

Unidad IV: Las crisis financieras internacionales

La crisis actual. Impacto macroeconómico de la globalización financiera. Las crisis financieras en los países emergentes El papel de los organismos internacionales en las crisis. Las políticas monetarias y fiscales para atenuar los impactos negativos.

Unidad V: Nuevos Instrumentos financieros y gestión de riesgos

Elementos del contrato de Futuros. El apalancamiento financiero. Liquidación de los contratos de Futuros. Formación de precios en el mercado de Futuros. Coberturas con Futuros. Comparación entre los contratos a plazo y los de futuros en divisas.

Derivados El mercado de futuros. Utilización de los instrumentos derivados más negociados (forward, futuros, opciones, warrant y swaps). Posibilidades de especulación, cobertura y extracción de liquidez Particularidades de su negociación, valoración y los riesgos y problemática que conllevan. Forwards y futuros financieros; Utilización de los instrumentos para la gestión de los riesgos empresariales: Riesgo de Tipos de interés; Utilización de instrumentos de cobertura de riesgos tipos de interés; Riesgo de Tipos de cambio e instrumentos de cobertura; Riesgo de precios de Materias primas e instrumentos de cobertura; Riesgo de inversión en cartera de acciones y cobertura.

Opciones. Concepto y clases de opciones. Relaciones de Paridad. Valoración de las opciones: factores explicativos. Riesgos de opciones. Cobertura y especulación con opciones. Otras estrategias y opciones singulares. SWAPS. Concepto y origen Swaps de tipos de interés. Swaps en divisas. Valoración. Participantes y funciones. Swaps singulares.

Unidad VI: Los instrumentos de cobro y pago en comercio internacional

Instrumentos de cobro y pago en transacciones comerciales: Responsabilidades. Viabilidad de las cartas de crédito Riesgos de cada documentación. Secuencias. Instrumentos financieros de apoyo a la exportación.

Unidad VII: Financiamiento de exportaciones e importaciones

Préstamos a productores para la financiación de insumos que se incorporarán en la elaboración de los productos para la exportación. Préstamos a exportadores para la financiación de bienes de capital. Préstamos a exportadores una vez efectuado el embarque de la mercadería a exportar.

Leasing. Factoring. Definición y concepto. Fuentes de información por Internet de entidades financieras, gobierno y organismos internacionales. Nuevas regulaciones de los bancos internacionales. Sociedades en el exterior. Cuentas en el exterior. Nueva normativa de regulación de las empresas off shore.

Financiación de la pre-exportación, exportación y post-exportación. Préstamos a productores para la financiación de insumos importados. Préstamos a productores para la financiación de bienes de capital.

37

Unidad VIII: El papel de la banca en la internacionalización de las pyme

El papel de la banca en el comercio exterior: La utilización de los servicios de banca on-line en el comercio exterior. ¿Cómo elegir el medio de pago más idóneo para cada transacción? Los aspectos más relevantes de cada uno de los medios de pago utilizados en las operaciones de comercio exterior. ¿Cómo gestionar las necesidades financieras de la empresa cuando aborda un proceso de internacionalización? Fórmulas y fuentes de financiación. Financiación de proyectos de inversión en el MERCOSUR, oportunidades y desafíos.

Unidad IX: seguro de cambio y de crédito

Seguro de crédito a la exportación internacional. Responsabilidades. Concepto y definición. Modalidades. Diferencia entre el costo del seguro de crédito y los demás instrumentos de pago o cobertura. Tipología de e-informes Riesgo País. Construcción de índices y análisis. Resultados. Riesgos empresariales. Identificación.

Bibliografía

DURAN HERRERA, J.J. (2004). Apuntes de Finanzas de la Empresa Internacional. Universidad Autónoma de Madrid.

DURAN HERRERA, J.J. (1997), Mercado de Divisas y Riesgo de Cambio. Ed. Pirámide. Madrid.

EICHENGREEN, Barry. (2000), La Globalización del Capital. Historia del Sistema Monetario Internacional. Antoni Bosch. Barcelona.

ICEX, Cobertura de riesgos en las operaciones de exportación, 2005.

Frenkel Roberto: Globalización y crisis financieras en América Latina Revista CEPAL nro. 80. Agosto de 2003.

KRUGMAN, P.R. y OBSTFELD, M. (2001), Economía Internacional. Teoría y Política. Addison Wesley. Madrid.

LEVI, M.D. (2005): International finance. 4ª ed. Routledge. Lenders. En castellano 3ª edición en inglés: Finanzas internacionales. McGraw-Hill. México, 1997.

LÓPEZ DUMRAUF, G.: Finanzas Corporativas, Primera Edición, Grupo Guía, 2003.

MADURA JEFF (2000): Administración Financiera Internacional. International Thomson Learning 6ta edición. Méjico.

MADURA, JEFF (2002): Mercados e instituciones financieras. Thomson Learning.

MARTINEZ ESTÉVEZ, A. (2000), Mercados Financieros Internacionales. Civitas, Madrid.

RAHNEMA A.: Finanzas Internacionales, Primera Edición, Deusto, 2007.

ROSS, S., WESTERFIELD, R. y JORDAN, B.: Fundamentos de Finanzas Corporativas, McGraw-Hill, 2006.

38

4.3.10. **EVALUACIÓN DE PROYECTOS INTERNACIONALES**

Objetivos

- Proveer los fundamentos teóricos y desarrollos aplicados que deben utilizarse para analizar y evaluar proyectos de inversión desde una perspectiva económica y social.
- Incorporar las herramientas necesarias para formular, evaluar, sensibilizar e interpretar correctamente los resultados de un proyecto de inversión.

- Fomentar y desarrollar propuestas de inversión viables desde el punto de vista de mercado, técnico, económico y financiero que contengan efectos positivos desde la óptica económica y social.
- Desarrollar las capacidades para analizar y aplicar las técnicas de formulación y evaluación de proyectos de inversión con énfasis en lo internacional.

Contenidos

Unidad I: Conceptos sobre la naturaleza de los proyectos de inversión

Conceptos de proyecto de inversión. Clases de proyectos. Proyectos y planificación Importancia económica y social de los proyectos de inversión El perfil del proyecto. Estudios de prefactibilidad y factibilidad. Horizonte de planeamiento. Evaluación ex ante y ex post. Ciclo de proyectos Etapa de preinversión Etapa de inversión. Etapa de operaciones. Las diferentes etapas constitutivas de un proyecto de inversión: Estudio de mercado, Técnico, Administrativo, Legal, Económico y Financiero.

Unidad II: Estudios de mercado

Estudio de Mercado. Etapas del estudio de mercado Análisis del entorno Impacto social Impacto medio-ambiental impacto económico Investigación de Mercado Diseño de la investigación Elaboración y aplicación de los instrumentos de recolección de datos. Análisis de la Demanda. Características. Demanda elástica e inelástica. Proyecciones de la demanda. Análisis de los coeficientes elasticidad-ingresos Análisis de la oferta. Análisis de los precios Contraste entre la demanda y la oferta Matriz Insumo-Producto. Nociones sobre construcción y aplicación de modelos Estadística aplicada a la comercialización Métodos de proyección Modelos de series de tiempo.

Unidad III: Ingeniería del proyecto

El estudio técnico. Ingeniería del proyecto. Alcance del estudio de ingeniería. Proceso de producción. Elección y alternativas tecnológicas.

Unidad IV: Escala y localización

Escala y Localización. Análisis del tamaño de un proyecto. Economías de escala. Variables determinantes del tamaño Métodos para obtener el tamaño óptimo del proyecto Plan de producción y/o operaciones. Sistema de producción Maquinaria y equipo Recursos humanos necesarios. El

estudio de localización. Factores de localización. Macro y micro localización. Métodos utilizados para la determinación de la localización.

Unidad V: Organización de la empresa

La Organización de la empresa. Estudio administrativo El organigrama. Aspectos legales. Constitución de la empresa Descripción de cargos y/o funciones. Horizonte del proyecto Sistema de remuneraciones.

Unidad VI: Impacto ambiental del proyecto

Estudio de impacto ambiental Origen e importancia Marco legal Proyectos de infraestructura y el ambiente Normas ambientales del proyecto de inversión. Incidencia económica.

Unidad VII: Costos del proyecto

Costeo del proyecto. Estudio Técnico-Económico. Decisión de comprar o alquilar Consideración de la Inflación en la evaluación de proyectos Cuadro de inversiones. Componentes. Cronograma de inversiones. Cálculo económico de cada una de sus etapas. Componentes de la inversión: Activos fijos, nominales y circulantes. Activos nacionales e importados. Costos FOB, CIF, gastos de internalización. Incidencia de los impuestos en la inversión. Tratamiento fiscales diferenciales Su cálculo y recupero. Impuestos específicos a las exportaciones e importaciones. Incentivos fiscales. Costos y gastos. Costos variables, fijos y semifijos. Cálculo del punto de equilibrio.

40

Unidad VIII: Análisis económico financiero

Análisis económico y financiero. Cuadro de resultados y cuadro de resultados proyectados. Cuadro de fuentes y usos Flujo de fondos histórico y proyectado. Elementos constitutivos del flujo de fondos. Flujo de fondos económico y financiero. Análisis de los Estados de Resultados. Incorporación del Financiamiento en la evaluación de Proyectos. El proyecto y sus posibles fuentes de financiamiento. Constitución del capital de riesgo propio y de terceros. El costo de la deuda. Sistemas de amortización financieros aplicados por las Instituciones de Crédito: sistema alemán, francés, americano e irregular.

Alternativas vigentes de financiamiento Conceptos de ingeniería financiera. Diferentes instrumentos para la financiación de un proyecto. El Mercado de Dinero y el Mercado de Capitales Financiamiento de organismos internacionales, cofinanciamiento. Financiamiento de proveedores, banca comercial y de desarrollo. Estructura óptima de capital. El costo de las diversas clases de deuda. Sistemas

cambiaros y su tratamiento. Gestión del riesgo de tipos de cambio: identificación de la exposición al riesgo del tipo de cambio.

Unidad IX: Rentabilidad del proyecto

La rentabilidad de la inversión. Determinación del valor residual. Depreciación técnica y contable. Diferentes metodologías para la amortización de los bienes. Estimación según el Valor Actual Neto (VAN). Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) del capital propio y del proyecto. TIR modificada. El Van y la TIR en la ordenación de proyectos. La problemática de la tasa de reinversión. Indicadores de endeudamiento sobre la inversión proyectada. Tiempo de repago (Pay Back), tiempo de máxima exposición (Pay Out).

Unidad X: Análisis de riesgo y sensibilidad del proyecto

Análisis del riesgo. El riesgo de los proyectos. Métodos para tratar el riesgo. Método de ajuste de la tasa de descuento. Método de la equivalencia a certidumbre. Árbol de decisión. Método de Monte Carlo. Sensibilizaciones: unidimensionales y multidimensionales. Decisiones de inversión con incertidumbre.

41

Unidad XI: Evaluación de proyectos en marcha

Evaluación de proyectos de empresas en marcha. Características y documentación que componen los estados contables empresariales. Análisis marginal de un proyecto. Análisis de las ventajas y desventajas que aporta el incremental de producción. Determinación de la rentabilidad que aporta el proyecto. Construcción y utilización de ratios para su interpretación. Valorización de empresas. Crecimiento y creación de valor para el accionista. Su relación con la estrategia de crecimiento. Empresas rentables y con pérdidas. Nociones sobre el EVA (Economic Value Added).

Unidad XII: Preparación y evaluación social de proyectos.

Costos y beneficios sociales de proyectos. Incidencia de los factores indirectos, las externalidades e intangibles. La tasa social de descuento. La evaluación social.

Bibliografía

BACA URBINA Gabriel "Evaluación de proyectos, análisis y administración del riesgo". Editorial Mc. Graw Hill 4ta. Edición. 2002.

CONESA Vicente: "Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental" Mundi-Prensa Libros Madrid 4ta. Edición 2010.

FONTAINE, Ernesto. Evaluación Social de Proyectos. Universidad Católica de Chile 9º edición 1993.

SAPAG CHAIN, N.; Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa, Primera Edición, Prentice Hall (Pearson), Buenos Aires, 2003.

SAPAG CHAIN, N.; Proyectos de inversión: formulación y evaluación, Primera Edición, Prentice Hall (Pearson), 2006.

SOLANET M.A.; COZZETTI D.; RAPETTI. E.O. "Evaluación económica de proyectos de inversión". Ed. El Ateneo 1991.

SUÁREZ SUÁREZ Andrés. "Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa". 20 Edición Madrid Ediciones Pirámide 2003.

7.3.6. ESPACIO CURRICULAR DE PROFUNDIZACION

El alumno deberá cursar y aprobar una asignatura a su elección entre la oferta preparada anualmente por el IAP de Ciencias Sociales. La oferta contendrá, además de LOGÍSTICA y ASPECTOS BANCARIOS Y CAMBIARIOS, otras asignaturas que el Instituto desee incorporar a tenor de los avances científicos y tecnológicos habidos y procurando la constante actualización de la formación de sus alumnos.

42

LOGÍSTICA

Objetivos

- Brindar al alumno los conocimientos indispensables para el adecuado manejo y elección de envases y embalajes para los productos de exportación e importación.

- Identificar los diferentes elementos y medios adecuados para una correcta elección de envases y embalajes para el tipo de mercadería a exportar e importar.
- Analizar los costos y tiempos de las distintas alternativas logísticas.
- Adecuar los contenidos a la realidad del Comercio Internacional.
- Brindar al alumno herramientas para llevar a cabo una correcta planificación y elección de envases y embalajes.
- Proporcionar criterios y conocimientos técnicos para el análisis y elección del tipo de envases y embalajes de acuerdo a la mercadería a transportar, y medio de transporte a elegir, considerando los aspectos técnicos, económicos, legales y regulativos.
- Conocer las distintas operaciones logísticas que existen para saber qué tipo de envases y embalajes utilizar.
- Conocer los operadores logísticos, la documentación necesaria en el proceso de distribución física internacional.

43

Contenidos

Unidad I: La logística internacional

Transporte. Embalaje. Documentación básica. Seguros. Aspectos principales de la logística internacional. Procesamiento de pedidos: Interacción entre la gestión del pedido (área logística o de expedición) y el área de inventarios. Desarrollo y configuración de métodos informáticos para el procesamiento de los pedidos. Almacenamiento y/o depósitos (responsabilidad del área de expedición): Determinación del número, tamaño y localización de los depósitos en relación al servicio a prestar a los clientes y del inventario a mantener. Diseño del depósito y de los muelles de carga y descarga. Ubicación de los productos en el almacén. Actividades de carga y descarga. Manejo de las mercaderías en el depósito: Determinar el nivel de equipamiento necesario. Fijar la política de renovación de equipos. Procesar y seleccionar las órdenes (picking). Procedimientos de preparación de los pedidos. Ubicación del envase y el embalaje en la temática del comercio internacional.

Unidad II: Almacenamiento y/o depósitos

Responsabilidad del área de expedición. Determinación del número, tamaño y localización de los depósitos en relación al servicio a prestar a los clientes y del inventario a mantener. Diseño del depósito y de los muelles de carga y descarga. Ubicación de los productos en el almacén. Actividades de carga y descarga. Manejo de las mercaderías en el depósito: Determinar el nivel de equipamiento necesario. Fijar la política de renovación de equipos. Procesar y seleccionar las órdenes (picking). Procedimientos de preparación de los pedidos. Establecer niveles de protección de las mercaderías ya preparadas contra pérdidas por roturas durante el transporte. Evitar vencimientos (primero entrado, primero salido). Transporte y tráfico (área logística o área compras): Selección del modo y medio de transporte. Establecimiento de rutas para la distribución. Consolidación de envíos. Planificación de los vehículos de transporte. Tercerización de la distribución versus propia. Resolver los problemas de seguridad en el transporte y de la carga.

Unidad III: Factores políticos, sociológicos y económicos para elegir el medio de transporte adecuado para la carga.

Factores políticos, Sistema dual (DSD) Factores sociológicos, Tendencias del consumidor europeo Factores económicos. Definición conceptual de envases y embalajes envase. Contener y proteger Facilita el uso del producto y permite el manipuleo Identifica el producto, Vende el producto Embalaje Aspectos diferenciales.

44

Unidad IV: La comunicación al consumidor final

Aspectos psicológicos y sociológicos Información necesaria en el diseño gráfico-visual Recursos de comunicación y significación Diseño Total Etapas del diseño. Análisis del valor Diseño asistido por computadora, Código de barras- Calidad. Concepto. Especificaciones El envase, el embalaje y la calidad., Calidad total según serie de normas ISO 9000 Ventajas fundamentales de la calidad total (TQ) Objetivos de las normas serie ISO 9000 Normas serie ISO 9000 Proceso de certificación Especificaciones. La calidad y el proveedor de envases y embalajes Diseño. Línea de envasado. Calidad.

Unidad V: Normas, normalización, organizaciones normalizadoras. Patentes y marcas

La Comunidad Económica Europea (CEE) Organizaciones normalizadoras Patentes y marcas Organismos normalizadores e instituciones relacionadas internacionales. Federaciones y

organizaciones internacionales del envase y el embalaje Sistemas De Embalaje. Cargas Unitarias. Módulos Factores previos a tener en cuenta Cercanía de materiales peligrosos contaminantes. Contaminantes comunes de sabores y aromas Riesgos por hurto, robo, vandalismo, siniestros y acciones bélicas Exigencias legales particulares de normalización y reglamentación internacional Cargas unitarias. Composición. Objetivos. Paletización Módulos. Conceptos y normas: Normas sobre módulos Campo de aplicación y finalidad Norma DIN 30798. Módulos Materiales usados en los sistemas de embalaje Materiales naturales Cartón corrugado Materiales sintéticos.

Unidad VI: Logística Internacional y el Medio Ambiente

Materiales para envases y embalajes. Tendencias. Consideraciones generales Tendencias en el uso de los materiales Papel y cartón. Materiales celulósicos Vidrio.

Plásticos Metales Metalización Los envases "que hablan" Aspectos convenientes a exigir en los materiales para envases y embalajes.

Bibliografía

RUIBAL HANDABAKA, Alberto. 1994. "Gestión Logística de la Distribución Física Internacional".
DI GIOIA Miguel Angel (1995) Editorial MACCHI – ENVASES Y EMBALAJES. (ARGENTINA).
COLAIACOVO, Juan Luis 1990. "Canales de Comercialización". Editorial Macchi Buenos Aires.
GAMBINO, Alfonso Antonio. 2001 "Logística Empresarial – Guía de Estudio" Ediciones IUA.

45

ASPECTOS BANCARIOS Y CAMBIARIOS

Objetivo

- Aplicar conocimientos derivados del funcionamiento del Sistema Financiero Internacional.
- Reconocer las Normas y Técnicas Bancarias y Cambiarias Locales.
- Adquirir destreza en el manejo de los distintos Instrumentos de Pago Internacionales.

Contenidos

Unidad I: La Banca y el Sistema Financiero Internacional

Funcionamiento del Sistema Financiero Internacional. Rol de las Entidades Financieras (EFIs). Estándares de Regulación. Normas de Basilea para la Supervisión Bancaria.

Unidad II: Estructura Bancaria de la Republica Argentina

Ley de Entidades Financieras (Ley N° 21.526). Carta Orgánica del BCRA (Ley 25.780/03). Superintendencia de Entidades Financieras. Normativa Reguladora del BCRA. El Sistema Bancario Argentino.

Unidad III: Oferta de Servicios Bancarios

El costo del Dinero (Oferta y Demanda). Las Entidades frente al Comercio Exterior. La estructura de un Dpto. de comercio Exterior y Cambios.

Unidad IV: Mercado de Cambios

Tipos de Mercados de Cambio. Paridad Fija, Flotante y Múltiple. Operaciones de Cambio. Canje y Arbitraje de Divisas. Operaciones de Contado y a Término. Pases y/o Swaps. Control de Cambios en la Rep. Argentina. Régimen Informativo de Ingreso y Egreso de Divisas. Régimen Penal Cambiario.

Unidad V: Rol de las Entidades Bancarias en el Comercio Internacional

Condición de Agentes o Avalistas. Riesgos Operativos y Riesgos Comerciales emergentes. Relaciones de Corresponsalía Internacional. Calificación Bancaria Internacional. Regulaciones de la Cámara de Comercio Internacional. Sistemas de Comunicaciones Interbancarias. Sistemas de Reembolso Bancarios. Sistema de Reembolso Genuino. Sistema de Reembolso ALADI.

46

Unidad VI: Financiamiento Bancario del Comercio Internacional

Servicios Bancarios y Financieros del Comercio Exterior. Líneas Domésticas e Internacionales. Pre y Post Financiación de Exportaciones. Pre y Post Financiación de Importaciones. Forfaiting internacional. Factoring Internacional.

Bibliografía

"Finanzas Internacionales" - Zbigniew Kosicowski Zarska, - s/d - 2000 - Mc Graw - Hill - BS AS.

"El Sistema Bancario Argentino", - Rodríguez- Capece - s/d - 2001 - Macchi - BS AS.

4.3.11. **POLÍTICA INTERNACIONAL E INTEGRACIÓN REGIONAL**

Objetivos

- Brindar a los estudiantes los elementos claves de los procesos de integración desde una visión político/ económica y experiencias de alianzas concretas.
- Reconocer las experiencias de la integración, su análisis y apreciar su valor estratégico en un mundo complejo y con tendencias de poder centralizadas.
- Formar a los alumnos en el estudio de las alianzas latinoamericanas en el contexto de sus relaciones internacionales mundiales, desde un enfoque aplicado y multidimensional.
- Apreciar y analizar los factores mundiales y locales del desarrollo mancomunado y sus implicancias en un mundo actual.
- Formar alumnos con actitud crítica. Comprensiva interpretación de la diversidad y capaz de analizar la integración política en el marco de las uniones regionales de países.

47

Contenidos

Unidad I: Escenario Internacional

El escenario internacional y sus principales cambios a partir de 1850; características de las principales etapas; flujos y estructuras del comercio internacional. El comercio Norte/ Norte; SUR/ SUR. El comercio internacional: visión teórica e histórica de su dinámica y estructura. El pasaje del GATT a la OMC. Principios y excepciones en el sistema multilateral de comercio. Globalización y la empresa como actor transnacional en la interdependencia compleja. Principales actores internacionales. Argentina y su inserción comercial internacional; Principales mercados y oportunidades. La Provincia de Córdoba y el comercio exterior.

Unidad II: El proceso de interdependencia

El proceso de interdependencia en lo social, político y económico. Los sectores ganaderos, perdedores y la proyección del futuro inmediato. Principales características: Globalización de la economía y el intercambio y su impacto en la Región Latinoamericana. Cooperación Internacional. Aparición de bloques comerciales, sus características y áreas de influencia. Cambios en las ventajas

comparativas y competitivas; globalización financiera, flujos poblacionales. El regionalismo. Los "nuevos" temas de la agenda internacional: propiedad intelectual, inversiones y comercio de los recursos naturales. La evolución del regionalismo en América Latina y su contexto global. Lecciones de la apertura indiscriminada, debilidad institucional y su impacto socio/ político.

Unidad III: Vinculación Latinoamericana y los nuevos escenarios

Los países en desarrollo en el comercio internacional del Siglo XXI. La inserción en base a la estrategia del Regionalismo Abierto: Asociación e integración regional como respuesta ante el mundo. Globalización y regionalismo. Principales líneas de acción para insertarse con justicia distributiva. Cooperación y concertación latinoamericana: nuevos y viejos procesos de integración. EL MERCOSUR como estrategia de inserción internacional: Enfoque sectorial y espacial. Las relaciones externas de América Latina. Identificación de oportunidades en los mercados externos: Nafta, Europa, nuevos Escenarios y mercados emergentes. China y la India como actores comerciales, económicos y políticos mundiales y su vinculación con Latinoamérica: EL BRIC y su importancia mundial. Relaciones de América Latina con Asia Pacífico. EL ALCA ha terminado? El rol del Estado en los procesos de integración.

48

Unidad IV: Los procesos de integración en Latino América y sus vinculaciones

El relacionamiento externo del MERCOSUR: MERCOSUR-Chile; MERCOSUR-Comunidad Andina: su importancia estratégica. EL ALBA y su proyección. Las áreas de mercado bioceánicas. Los requisitos para negociar con mercados desarrollados: NAFTA y Unión Europea. Las claves de la cooperación internacional. Estado actual del MERCOSUR: La agenda pendiente del MERCOSUR y el futuro como compromiso con el espacio latinoamericano. La toma de decisiones y superación de conflictos. China e India como actores comerciales, económicos y políticos mundiales y su vinculación con Latino América.

Unidad V: Evolución de las formas de integración

La regionalización como respuesta a la inserción internacional: La superación de la dimensión territorial. El federalismo político y el federalismo económico. La Región Centro: Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos. Estrategia integracionista mirando el 2020. Promoción del intercambio comercial a nivel regional: Estrategias conjuntas de la Promoción del intercambio comercial a nivel regional:

Estrategias conjuntas de la Región. UNASUR: bases de integración comunitaria. Sus ejes estratégicos: a) cooperación política; b) integración comercial y complementación productiva; c) integración energética; d) infraestructura, competitividad y desarrollo. Con exclusión, no hay integración.

Bibliografía

Banco Mundial: "El Mundo del Trabajo en una Economía Integrada". Editorial BID/ Banco Mundial 1995.

Consejo Federal de inversiones- Región Centro: Plan Estratégico Región Centro. 2007.

Cnazzo, L; Ledesma, C; Ochoa R. Peña, G y otros: "La Gestión de los Negocios Internacionales". Pearson Printice may. 2007.

Gullo, Marcelo: Argentina y Brasil – La Gran Oportunidad". Editorial Biblos. 2005.

Kesman, Carlos Vido: "Globalización Argentina y sus Regiones en las Próximas Décadas ". Editorial Consultora SRL. Córdoba. Argentina. 1999.

Kesman, Carlos Vido: "Justicia Distributiva para América Latina". Librería Editorial Osmar Buyatti. Buenos Aires. 2004.

Ferrer, Aldo: "La Argentina y el Orden Mundial". Fondo de Cultura Económica. 2003.

FLACSO: "Argentina y África en el espejo de Brasil". Colección Sur-Sur. 2006.

Luna Manuel: La Problemática de la Coordinación de Políticas en la integración: Caso MERCOSUR" Universidad Nacional de Villa María y Universidad Rey Juan Carlos 2007.

Ministerio de Relaciones Exteriores. Comercio Internacional y Culto (MRECI y C) "Tratado de Asunción" Buenos Aires. 1991.

MRECI Y C "Acuerdo MERCOSUR- Chile 1997.

MRECI Y C: "Acuerdo MERCOSUR Comunidad Andina de Naciones" 2004.

Naciones Unidad- CEPAL: "Globalización y Desarrollo" Brasilia 2002.

Naciones Unidad- CEPAL "Equidad y Transformación Productiva: Un Enfoque Integrado". Santiago de Chile. 1994.

Naciones Unidad- CEPAL "Políticas para mejorar la inserción en la economía Mundial "Santiago de Chile. 1994.

Región Centro: "Estrategia 2020" Rosario Febrero de 2007.

PNUD: "Informe sobre Desarrollo Humano 2003" (Los objetivos del desarrollo del milenio: Un pacto entre las naciones para eliminar la pobreza). Ediciones Mundi- Prensa. Nueva York. 2003.

Paz Bañez, Manuel A. "Economía Mundial" (Tránsito hacia el nuevo milenio) Ediciones pirámide. Madrid 1998.

Peña Felix: "Momentos y Perspectivas: La Argentina en el Mundo y en América Latina". EDUNTREF. Buenos Aires. 2003.

Pontificio Consejo de Justicia y Paz: "Compendio de Doctrina Social de la Iglesia". Conferencia Episcopal Argentina. Buenos Aires. 2005.

Comercio y Marketing Internacional- Héctor Aresse – Ed. Norma 1999.

Exporta para crecer- Martín Redrado- Edit. Planeta 2003.

Tussie, Diana (1988) Los países menos desarrollados y el sistema de comercio internacional, Fondo de Cultura Económica, cap. 3.

Rpffe, Pedro y Santa Cruz, Maximiliano (2006), Los derechos de propiedad intelectual en los acuerdos de libre comercio celebrados por países de América Latina con países desarrollados, CEPAL, CEPAL – SERIE Comercio internacional Nº 70, Santiago, disponible en Internet.

Mario Rapoport, Historia Económica, Política y Social de la Argentina (1880- 2003) – Ed. 2010.

Naciones Unidad- CEPAL "El Regionalismo Abierto en América Latina y el Caribe" (La Integración Económica al Servicio de la Transformación Productiva con Equidad) ", Santiago de Chile. 1994.

50

Virtual

Instituciones y organismos en Argentina

www.exportar.org.ar -corresponde a la Fundación Exportar-.

www.argentinatradenet.gov.ar -corresponde a la Cancillería Argentina-.

www.proargentina.gov.ar -corresponde a Secretaria PYME-.

www.mecon.gob.ar -corresponde al Ministerio de Economía- Estadísticas Nacionales-.

Organizaciones internacionales

www.wto.or -corresponde a la Organización Mundial de Comercio-.

www.oecd.org. -corresponde a la organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-.

www.iadb.org. -corresponde al Banco interamericano de Desarrollo-.

www.apec.org. -corresponde Cooperación Económica Asia Pacífico-.

www.eurunion.org -corresponde a Unión Europea-.

www.mercosur.org.uy -corresponde al MERCOSUR-.

4.3.12. TALLER DE APOYO AL TRABAJO FINAL DE GRADO

Objetivo

- Brindar un espacio de orientación respecto a los alcances del Trabajo Final de Grado y la metodología a emplear para su elaboración.
- Lograr que el alumno elabore el anteproyecto de Trabajo Final de Grado en temas inherentes al comercio internacional, ya sea en el ámbito microeconómico, en el macroeconómico nacional, o en el de la cooperación e integración económica internacional, aplicando de manera integral los conocimientos e instrumentos adquiridos en el proceso de formación.
- Brindar un espacio de seguimiento y evaluación del anteproyecto de Trabajo Final de Grado.
- Brindar un espacio de orientación, seguimiento y evaluación que beneficie al alumno en el proceso de elaboración del Trabajo Final de Grado.

51

7.3.7. TRABAJO FINAL DE GRADO

El Trabajo Final de Grado constituye una instancia de integración de los conocimientos teóricos que se han desarrollado a lo largo de la carrera. Consiste en la culminación del proceso iniciado en el Taller de Apoyo al Trabajo Final de Grado, que se concreta en el diseño e implementación de un estudio relacionado a temáticas vinculadas al ámbito del Comercio Internacional.

5. PROPUESTA DE SEGUIMIENTO CURRICULAR

La evaluación se plantea como un proceso dinámico, continuo, participativo y comprometido, con el propósito de monitorear la implementación del nuevo plan, en concordancia con la propuesta en las normativas de la UNVM (PI y Estatuto General). Dicho proceso será responsabilidad del Instituto A.P. de Ciencias Sociales y de la carrera Licenciatura en Comercio

Internacional-Ciclo de Licenciatura, con asesoramiento técnico de la Secretaría Académica del Rectorado.

Los objetivos de la evaluación son reflexionar sobre las debilidades, potenciar las fortalezas y proponer líneas de acción para promover el desarrollo e impacto social de la profesión.

Dicho proceso tomará en cuenta la calidad de las funciones sustantivas de la Universidad: docencia, investigación y extensión, transversalizadas por las dimensiones siguientes: gestión, recursos humanos, infraestructura edilicia y equipamiento, servicio de biblioteca y servicios informáticos.

Para la validación y confiabilidad del proceso se utilizará la triangulación metodológica y de datos; se recurrirá a distintas técnicas (observación, encuesta, entrevista) para la recolección de la información.

La periodicidad será bianual, considerando la posibilidad de revisión o modificación acorde al proceso.

Entre los indicadores a evaluar para la función *docencia* encontramos: alcance y cumplimiento de los objetivos de la carrera; régimen de cursado; organización curricular; relación duración teórica/duración real de la carrera; número de espacios curriculares; carga horaria total; régimen de cursado; relación formación teórica/formación práctica; cuerpo docente; alumnos y egresados; programas de espacios curriculares; instrumentos de evaluación de aprendizajes; bibliografía; utilización de recursos multimediales en la enseñanza; entre otros.

52

Para la función *investigación*, existencia de políticas; existencia de líneas investigativas y sus características; pertinencia e impacto social; participación de docentes, alumnos y egresados; participación en proyectos de incentivos o subsidios; publicación y difusión.

En extensión, presencia de políticas; características de las actividades; pertinencia e impacto social; participación de docentes, alumnos y egresados; difusión e integración con la comunidad (convenios con universidades, instituciones de otros sectores, entre otros).



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARIA