

# **PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL**

## **LICENCIATURA DE RELACIONES INTERNACIONALES**

Aprobado por el Consejo de la Facultad de Derecho en su sesión del día 19 de abril de 2001 (Boletín de Resoluciones N° 11/01, resolución n° 27)

### **1er. TEMA:**

#### **Nociones introductorias de comercialización internacional:**

- a) Definición de los negocios internacionales
- b) Significación económica de la comercialización internacional
- c) El marco institucional de la comercialización internacional.
  - El marco internacional
  - El marco nacional
  - El marco empresarial
- d) Cuantificación actual y perspectivas de la comercialización global.

### **2do. TEMA.**

#### **Aspectos particulares de la comercialización internacional:**

- a) El medio ambiente donde se desarrolla:
  - Medio ambiente internacional
  - Los medios ambientes nacionales
  - Los aspectos monetarios, financieros y comerciales de los diferentes ámbitos.
- b) Los mercados:
  - Definiciones
  - Tipología (materias primarias, manufacturas, servicios, etc.)
  - Los circuitos comerciales (definiciones teóricas y modelos prácticos).
  - El papel de la inversión en la comercialización internacional.

### **3er. TEMA:**

#### **Los negocios de exportación e importación:**

#### **Negocios de exportación:**

- a) Definiciones.
- Políticas y estrategias comerciales de exportación.
  - Tipología de la exportación.
  - Los productos de exportación (con énfasis particular en el control de calidad).
  - La organización de la empresa exportadora.
  - Los canales de exportación hacia los mercados extranjeros.
  - Promoción de exportaciones (nivel público y nivel privado).
  - Publicidad de las operaciones de venta internacional (definiciones de objetivos específicos, eficacia publicitaria, control de los rendimientos publicitarios, sus costos).
- b) Negocios de importación:
- Definiciones.
  - Políticas y estrategias de importación.
  - Los mercados de importación.
  - Los canales de compra en los mercados extranjeros.
  - La función de las Cámaras de Comercio.
- c) Transportes, seguros y empaque.
- La importancia del transporte de la comercialización internacional
  - Los diferentes medios técnicos y sus características (incluyendo ventaja por producto, por precio y por distancia): transporte marítimo, transporte aéreo y transporte terrestre.
  - Los diferentes agentes: transportistas, agentes, despachantes de aduana, corredores de cambio, brockers, etc.
  - Los seguros en la comercialización internacional.
  - Problemas e importancia de empaque.
  - Otros servicios anexos y conexos.
- d) El join venture.

#### **4to. TEMA:**

#### **Mercadotecnia Internacional.**

- a) Definiciones básicas e introductorias a la mercadotecnia.
- b) La investigación de mercados:
- Importancia.
  - Los tipos de investigación.
    - Análisis cualitativo.
    - Análisis cuantitativo
    - Análisis de distribución
    - Análisis de ventas
    - Análisis de publicidad

- Análisis de producto
  - Análisis de competencia
  - Análisis de tendencias de mercado.
  - La investigación de mercados aplicada al comercio exterior.
    - definición, alcance y límites
    - análisis básicos de investigación de mercados exteriores: salida del país exportador, la información general del mercado, el acceso al mercado, análisis de la demanda, análisis de la oferta, análisis de los precios.
- c) La estructura de la investigación de mercados:
- Colección de datos e informes.
  - Selección de fuentes de información.
  - Las empresas especializadas.
  - Estrategias, diseño y control de la investigación de mercados.
    - el sistema de información y mercadeo
    - la experimentación de mercados
    - la predicción y el pronóstico
    - prueba y simulación de mercados.

### **5to. TEMA:**

#### **Los precios y la financiación en la comercialización internacional:**

- a) Los precios.
- bases de cotización y análisis de los componentes del precio.
  - El precio en la estrategia de la comercialización.
  - Cotizaciones según cantidad, calidad y tiempo.
- b) La financiación:
- Las fuentes de financiamiento:
    - fuentes nacionales de fondos.
    - Fuentes internacionales de fondos.
    - Fuentes locales de fondos en el exterior.
    - Otras fuentes extranjeras de fondos.
  - Servicios bancarios internacionales de carácter comercial.
  - El crédito de exportación.
  - Cobranzas extranjeras.
  - Garantías de crédito.
  - Seguros de crédito a la exportación.
  - Uso de monedas extranjeras, controles de divisas, previsión determinación y defensa contra los riesgos de oscilaciones de cambios.

