

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