



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA

Departamento de Ciencias Económicas

Nombre de la Carrera¹: Licenciatura en Comercio Internacional

Nombre de la Materia²: Introducción al Comercio Internacional

Código 2441

Ciclo Lectivo: **2024** Cuatrimestre³: Primero – Segundo - Tercero

Profesora a Cargo: Mg. Adriana H Narváez.

¹ Contador Público- Licenciatura en Administración- Licenciatura en Comercio Internacional

² Nombre de la Asignatura (En función de su uso habitual, el término “asignatura” se hace extensivo a otras formas de organización de actividades de enseñanza y aprendizaje, tales como cursos, seminarios, talleres, prácticas, pasantías, residencias) ³ (Primero-Segundo-Tercero)

1- PROGRAMA DE³ INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

Código: 2441

2- CONTENIDOS MÍNIMOS

Breve historia del Comercio Internacional. Políticas del Comercio Internacional. Cooperación vs. Integración. Marco Institucional: Sujetos intervinientes. Operadores básicos. Clasificación de Importaciones y Exportaciones. Etapas en la internalización de la empresa. El negocio internacional, su ambiente. Bases para la competitividad internacional, análisis estratégico. Zonas que componen el Territorio Aduanero y Zonas Francas. Destinaciones: de Importación y de Exportación. Clasificación Aduanera: sistema armonizado. Derechos, estímulos a las exportaciones. Sistema Informático María (SIM): descripción general. Documentación Internacional: Facturas, certificados, documentos de transporte, carta de porte, coberturas de seguro. Listas de precio: órdenes de compra, venta y listas de empaque. Agentes de transporte aduanero.

3- CARGA HORARIA:

- 3.1 Carga horaria total: 102 hs.
- 3.2 Carga horaria semanal: 6hs.
- 3.3 Carga horaria clases teóricas: 4hs.
- 3.4 Carga horaria clases prácticas: 2hs.

4- SÍNTESIS DEL MARCO REFERENCIAL DEL PROGRAMA

4.1 El propósito de la asignatura es introducir a los alumnos en las características del comercio internacional, a partir de la participación de las entidades públicas y privadas en las diversas modalidades que el mismo ofrece.

4.2 Los prerrequisitos de aprendizaje para el cursado de la materia se refieren a conocimientos de economía general, nociones del derecho y matemática básica.

4.3 La materia tiene una importancia fundamental para el resto de la carrera, pues, por sus contenidos programáticos, será utilizada como base para siguientes asignaturas, en particular de aquellas que desarrollen temas específicos de comercio internacional.

4.4 Por su condición de materia introductoria al comercio internacional, todos los temas tienen la profundidad que cada uno de ellos requiera para dicha instancia.

4.5 Todo el proyecto de trabajo está encaminado a que los alumnos conozcan e interpreten las complejidades que presenta el comercio exterior, a través del desarrollo operativo del mismo, ejercitando su propia capacidad de discernimiento ante cada caso en particular.

4.6 La metodología de las clases teóricas será la exposición por parte del docente a cargo del curso, con el apoyo, en ciertas ocasiones, de recursos técnicos que permitan una mejor comprensión de los temas desarrollados, con el consiguiente intercambio y apertura a generación de debate de los temas tratados cuando el manejo de la temática lo permita.

4.7 La metodología de las clases prácticas se basará en dos elementos: 1) Realización de trabajos de investigación de carácter individual y/o en conjunto y 2) Realización de trabajos prácticos individuales y/o grupales en clase, a través de la resolución de casos presentados por el docente a cargo del curso.

³ Nombre de la Asignatura.



5- OBJETIVO ESTRUCTURAL/FINAL DEL PROGRAMA

Que el alumno adquiera capacidad para:

- Entender la conformación del mundo comercial actual.
- Analizar las distintas secuencias de las operaciones de importación y exportación.
- Aplicar las disposiciones vigentes en el orden local e internacional.
- Desarrollar sus habilidades de investigador en las operaciones internacionales.
- Definir la conveniencia o no de la elección de mercados como así también la posterior confección del contrato de compraventa, de acuerdo a las características de cada operación en particular.
- Conocer la logística de la distribución física internacional.
- Tener aptitudes de crítica y evaluación de su gestión, demostrando responsabilidad y eficacia en las tareas.

6- UNIDADES DIDÁCTICAS

UNIDAD 1

Comercio Nacional e Internacional. Territorios y zonas aduaneras.

Objetivos:

- Analizar las diferencias entre comercio doméstico e internacional.
- Definir los conceptos referidos a los territorios aduaneros y a las zonas aduaneras comprendidas.
- Analizar el marco referencial de las operaciones de importación y exportación.
- Desarrollar los conceptos de mercaderías y su clasificación.
- Aplicar los requisitos para importar y exportar.
- Analizar las destinaciones de importación y exportación
- Comprender la utilización de la documentación internacional

Contenidos Temáticos:

- 1.1 Diferencias entre comercio doméstico e internacional: la implicancia de las distintas relaciones que se establecen entre los contratantes en ambos casos, con especial atención a los beneficios que proporciona el comercio exterior.
- 1.2 Definición legal de Territorio Aduanero: General y Especial.
- 1.3 Definición legal de las Zonas Aduaneras: Primaria, Secundaria, Marítima, Áreas Especiales.
- 1.4 Tratamiento especial a situaciones de excepción: enclaves y exclaves aduaneros.
- 1.5 Definición legal de importación y exportación.
- 1.6 Mercaderías: concepto y clasificación.
- 1.7 Requisitos para importar y exportar: marco legal.
- 1.8 Destinaciones: régimen aduanero aplicable a los destinos de las mercaderías que se importan y exportan.
- 1.9 Documentación utilizada en la gestión operativa internacional

Bibliografía:

PROGRAMA DE ASIGNATURA

FORMULARIO Nº 2

-
- CODIGO ADUANERO – Ley 22415
- CRUZ, Adriana; NARVAEZ, Adriana; GOMEZ, Daiana, IGNELZ, Silvina – “El comercio internacional y su plataforma. Algunos de sus actores importantes”, Ediciones Prometeo, 2013.
- LEDESMA, Carlos y otros – “NUEVOS PRINCIPIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL”- Ed. Macchi – Buenos aires – 2006
- MORENO, José María; Macchi Maximiliano. – “MANUAL DEL EXPORTADOR” –Ed. Macchi – Buenos Aires – 2013

UNIDAD 2

Políticas: Monetaria, Comercial y Promocional.

Objetivos:

- Analizar las distintas Subpolíticas Monetarias, Comerciales y Promocionales
- Desarrollar las restricciones al comercio exterior
- Establecer la importancia de los aranceles aduaneros, las tasas y los fondos específicos - Analizar los aspectos tributarios del comercio exterior argentino

Contenidos Temáticos:

- 2.1 Sub-Política Monetaria.
- 2.2 Sub-Política Comercial.
- 2.3 Sub-Política Promocional.
- 2.4 Restricciones al comercio exterior. Barreras arancelarias y no arancelarias.
- 2.5 Aranceles aduaneros, tasas y fondos específicos.
- 2.6 Aspectos tributarios del comercio exterior: tratamiento de los impuestos directos e indirectos y su incidencia en la importación y la exportación.

Bibliografía:

- CODIGO ADUANERO – Ley 22415
- CRUZ, Adriana; NARVAEZ, Adriana; GOMEZ, Daiana, IGNELZ, Silvina – “El comercio internacional y su plataforma. Algunos de sus actores importantes”, Ediciones Prometeo, 2013.
- LEDESMA, Carlos y otros – “NUEVOS PRINCIPIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL”- Ed. Macchi – Buenos aires – 2006
- MORENO, José María; MACCHI, Maximiliano. – “MANUAL DEL EXPORTADOR” –Ed. Macchi. Buenos Aires – 2009.
- STERNBERG, Alfredo R. – “LOS IMPUESTOS Y EL COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO”– Ed. Aplicación Tributaria – Buenos Aires - 2000.

UNIDAD 3

Teoría del Comercio Internacional. Integración Regional.

Objetivos:

- Explicar la Teoría del Comercio Internacional



PROGRAMA DE ASIGNATURA

FORMULARIO Nº 2

-
- Introducir al alumno en el conocimiento de los organismos y acuerdos de cooperación internacional e integración.
- Analizar las actividades de los organismos internacionales.
- Desarrollar el estudio de los acuerdos de integración regional, con especial énfasis en el MERCOSUR.
- Analizar la importancia del Sistema Generalizado de Preferencias
- Determinar en forma práctica la aplicación de las preferencias arancelarias

Contenidos Temáticos:

- 3.1 Teoría del Comercio Internacional: evolución y desarrollo de las teorías económicas
- 3.2 Cooperación Internacional. Análisis de los distintos acuerdos de tipo comercial y financiero y de los organismos internacionales correspondientes: GATT, OMC, Cámara de Comercio Internacional, FMI, Banco Mundial, CFI, BID, CEPAL.
- 3.3 Desarrollo de los principales acuerdos de integración en el Mundo: Unión Europea, Nafta, ASEAN, ASIA-PACIFICO, Comunidad Andina de Naciones, Mercado Común Centroamericano
- 3.5 Sistema Generalizado de Preferencias
- 3.6 Aplicación de preferencias arancelarias en la operatoria de comercio exterior. Ejercicios y casos de análisis.

Bibliografía:

- ARESE, Héctor – “MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL” – Ed. Norma – Buenos Aires – 2005.
- CRUZ, Adriana; NARVAEZ, Adriana; GOMEZ, Daiana, IGNEZ, Silvina – “El comercio internacional y su plataforma. Algunos de sus actores importantes”, Ediciones Prometeo, 2013.
- LEDESMA, Carlos y otros – “NUEVOS PRINCIPIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL”- Ed. Macchi – Buenos Aires – 2004
- NARVAEZ, Adriana. “Actualidad del comercio mundial. Integraciones regionales, marketing y sistema financiero internacional”, Buenos Aires, 2012, Ed. Prometeo – Unlam.
- NARVAEZ, Adriana. “Procesos de integración, marketing y sistema financiero internacional”, Buenos Aires, 2008, Ed Prometeo – Unlam.

UNIDAD 4

Contratos. Compraventa internacional de mercaderías.

Objetivos:

- Definir el concepto de Compraventa Internacional.
- Desarrollar la preparación de la negociación de los contratos para establecer las obligaciones y derechos de las partes.
- Analizar cada cláusula a los efectos de evitar errores e inconvenientes en el futuro cumplimiento.

Contenidos Temáticos:

- 4.1 El Contrato de Compraventa Internacional: definición y características.



PROGRAMA DE ASIGNATURA

FORMULARIO Nº 2

-
- 4.2 La negociación: preparación, discusión y confección.
- 4.3 Análisis de cada cláusula en particular: obligaciones y derechos con respecto a los distintos aspectos referidos a la mercadería objeto del contrato, las partes intervinientes, la entrega, el medio de transporte a utilizar, el seguro internacional, el precio, el medio de pago, las garantías y la solución de controversias.

Bibliografía:

- CRUZ, Adriana; NARVAEZ, Adriana; GOMEZ, Daiana, IGNEZ, Silvina – “El comercio internacional y su plataforma. Algunos de sus actores importantes”, Ediciones Prometeo, 2013.
- LEDESMA, Carlos y otros – “NUEVOS PRINCIPIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL”- Ed. Macchi – Buenos Aires – 2006

UNIDAD 5

Incoterms.

Objetivos:

- Analizar la cláusula referida al precio.

Contenidos Temáticos:

- 5.1 Los Incoterms 2020: concepto y utilización.
- 5.2 Análisis de cada cláusula en particular.
- 5.3 Relaciones con otras cláusulas: transporte, seguros, medios de pago.

Bibliografía:

- Cámara Internacional de Comercio– “INCOTERMS 2020”- Edición en idioma español.

UNIDAD 6

Logística Internacional.

Objetivos:

- Desarrollar el estudio de cada medio de transporte
- Analizar la importancia de su participación en el contexto de los precios y el cumplimiento de las entregas en el comercio internacional.

Contenidos Temáticos:



PROGRAMA DE ASIGNATURA

FORMULARIO Nº 2

- 6.1 Medio de Transporte Marítimo: ventajas e inconvenientes, vehículos de transporte, cálculo de fletes.
- 6.2 Medio de Transporte Aéreo: ventajas e inconvenientes, vehículos de transporte, cálculo de fletes.
- 6.3 Medio de Transporte Terrestre (Camión y Ferrocarril) ventajas e inconvenientes, vehículos de transporte, cálculo de fletes.
- 6.4 Unitarización de la carga: el contenedor y su importancia en el desarrollo del comercio exterior.

Bibliografía:

- HANDABAKA, Alberto R. – “GESTION LOGÍSTICA DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL”- Ed. Norma – Bogotá (Colombia) – 1997.
- LEDESMA, Carlos y otros – “NUEVOS PRINCIPIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL” – Ed. Macchi – Buenos aires – 2006

UNIDAD 7

Seguros.

Objetivos:

- Desarrollar el estudio de los distintos seguros utilizados en el comercio internacional.
- Analizar la importancia de su participación en la recuperación de los valores siniestrados, el cumplimiento de exigencias de la Dirección General de Aduanas y el aseguramiento del cobro de las ventas a plazo.

Contenidos Temáticos:

- 7.1 Seguro de Transporte de Cargas Internacionales: cláusulas de contratación de cobertura del seguro. Tomadores y beneficiarios. Obligaciones y derechos de las partes.
- 7.2 Seguro de Caución: Tomadores y beneficiarios. Exigencias del servicio aduanero con respecto al objeto del seguro.
- 7.3 Seguro de Crédito a la Exportación: Tomadores y beneficiarios. Análisis de la importancia de su implementación dentro de planes de promoción de exportaciones.

Bibliografía:

- ARESE, Héctor – “MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL” – Ed. Norma – Buenos Aires – 1998.
- LEDESMA, Carlos y otros – “NUEVOS PRINCIPIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL” – Ed. Macchi – Buenos Aires – 2006.
- HANDABAKA, Alberto – “GESTION LOGÍSTICA DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL” – Ed. Norma - Bogotá (Colombia) – 1997.



PROGRAMA DE ASIGNATURA

FORMULARIO Nº 2

-
- COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS DE CREDITO A LA EXPORTACIÓN – Folleto explicativo sobre los seguros –Bs.As. – 2010.

UNIDAD 8

Medios de pago internacionales.

Objetivos:

- Analizar los Medios de Pago utilizados en el comercio internacional.
- Desarrollar la importancia de su oportuna elección, conforme al relacionamiento existente entre las partes, para asegurar la recepción de las mercaderías contratadas y el consiguiente pago de las mismas

Contenidos Temáticos:

- 6.1 Medios de Pago: elección del medio y los instrumentos más convenientes en cada ocasión.
- 6.2 Cheque en Divisa: su utilización. Ventajas e inconvenientes.
- 6.3 Orden de Pago: su utilización. Clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- 6.4 Cobranzas: su utilización. Clasificación. Ventajas e inconvenientes.
- 6.5 Carta de Crédito Documentario: su utilización. Clasificación. Cláusulas especiales. Ventajas e inconvenientes.
- 6.6 Sistema financiero internacional. Conceptos básicos de criptomonedas y su implicancia en el comercio internacional.

Bibliografía:

- CRUZ, Adriana; NARVAEZ, Adriana; GOMEZ, Daiana, IGNEZ, Silvina – “El comercio internacional y su plataforma. Algunos de sus actores importantes”, Ediciones Prometeo, 2013.
- Narváez, Adriana. “Actualidad del comercio mundial. Integraciones regionales, marketing y sistema financiero internacional”, Buenos Aires, 2012, Ed. Prometeo – Unlam.
- Reglas Uniformes para Créditos Documentarios. BROCHURE 600 de la Cámara de Comercio Internacional.
- Reglas Uniformes para Cobranzas. BROCHURE 522 de la Cámara de Comercio Internacional.
- MORENA, Carlos y otro – ‘LA FINANCIACIÓN DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES’ – Ed. Steirensis – Buenos Aires – 1996.

UNIDAD 9

Promoción de Mercados Exteriores

Objetivos:

- Analizar en forma detallada las operaciones para exportar las mercaderías.
- Desarrollar las actividades de los sujetos intervinientes en la operativa.
- Desarrollar los destinos de los productos exportados

Contenidos Temático:



PROGRAMA DE ASIGNATURA

FORMULARIO Nº 2

- 9.1 La formulación del plan empresario: la decisión de exportar, factibilidad de las exportaciones, conveniencias.
- 9.2 La sección de exportación: misión de la sección dentro de la empresa, fijación de objetivos, presupuesto y control.
- 9.3 Investigación detallada de mercados: análisis de prefactibilidad y selección de países. 9.4 Elección del mercado: preparación de la venta, 9.5 Ferias comerciales: elección y participación.
- 9.6 Giras de ventas y misiones comerciales.
- 9.7 Envases y embalajes; funciones, requisitos, diferentes características, marcado y etiquetado.
- 9.8 Intermediarios: asesores, comisionistas, agentes en el exterior.
- 9.9 Estímulos impositivos a las exportaciones: Reintegro, Draw Back, la devolución del IVA a los exportadores. Su tramitación y cobro
- 9.10 Otros estímulos: aduaneros y organizativos. Reembolsos adicionales

Bibliografía:

- CODIGO ADUANERO – Ley 22415
- MORENO, José María - “MANUAL DEL EXPORTADOR” – Ed. Macchi – Buenos aires – 2013.
- COLAIACOVO, José L. y otro – “PROYECTOS DE EXPORTACIÓN”- CICOM (OEA) – 2002.
COLAIACOVO, José L.- “COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIONES INTERNACIONALES”- CICOM (OEA)- 2002
- FRATALOCCHI, Aldo – “COMO EXPORTAR E IMPORTAR”- Errepar – Buenos Aires – 2007.
- NARVAEZ, Adriana. “Actualidad del comercio mundial. Integraciones regionales, marketing y sistema financiero internacional”, Buenos Aires, 2012, Ed. Prometeo – Unlam
- STERNBERG, Alfredo R. – “Manual de tributación para importaciones y exportaciones” – Ed. IARAS – Buenos Aires - 2013.

UNIDAD 10

Financiación del Comercio Internacional.

Objetivos:

- Desarrollar los regímenes vigentes de los créditos a los exportadores. - Desarrollar los regímenes vigentes de los créditos a los importadores

Contenidos Temáticos:

- 10.1 La Prefinanciación de Exportaciones / Crédito de Pre-Embarque: análisis del régimen vigente. Requisitos para su obtención en los bancos. Tasa de interés.
- 10.2 La Financiación de las Exportaciones: análisis del régimen vigente. Requisitos para su obtención en los bancos. Líneas especiales. Tasa de interés.
- 10.3 La Financiación de Importaciones: Regímenes y requisitos aplicables
- 10.4 Líneas especiales: el “Crédito Comprador”. Su importancia en la actualización tecnológica

Bibliografía

- BANCO DE INVERSIÓN Y COMERCIO EXTERIOR (BICE) – Reglamentaciones Normativas.
- BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA – Reglamentaciones normativas.
- MORENA, Carlos y otro. – “LA FINANCIACION DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES”- Ed. Steirensis – Buenos Aires – 1996

UNIDAD 11

Secuencias de Exportación e Importación.

Objetivos:

- Desarrollar la secuencia de las operaciones de exportación.
- Desarrollar la secuencia de las operaciones de importación.

Contenidos Temáticos:

11.1 Secuencia de operaciones de Exportación: la investigación de mercado, la promoción, la oferta, contrato de compraventa, servicios a la exportación, entrega de la mercadería, cobro y análisis del presupuesto.

11.2 Secuencia de operaciones de Importación: evaluación de la oferta recibida, emisión del pedido, recepción de la mercadería, cancelación del pago y análisis del presupuesto.

Bibliografía

- FRATALOCCHI, Aldo – “COMO EXPORTAR E IMPORTAR”- Errepar – Buenos Aires – 2007.
- LEDESMA, Carlos y otros – “NUEVOS PRINCIPIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL”- Ed. Macchi – Buenos Aires – 2006

UNIDAD 12

Costos de Exportación e Importación

Objetivos:

- Desarrollar los costos y gastos necesarios para exportar.
- Desarrollar los costos y gastos necesarios hasta colocar el producto en los depósitos del importador.

Contenidos Temáticos:

12.1 Costo de Exportación: análisis detallado de todos los costos y gastos necesarios para exportar un producto.



PROGRAMA DE ASIGNATURA

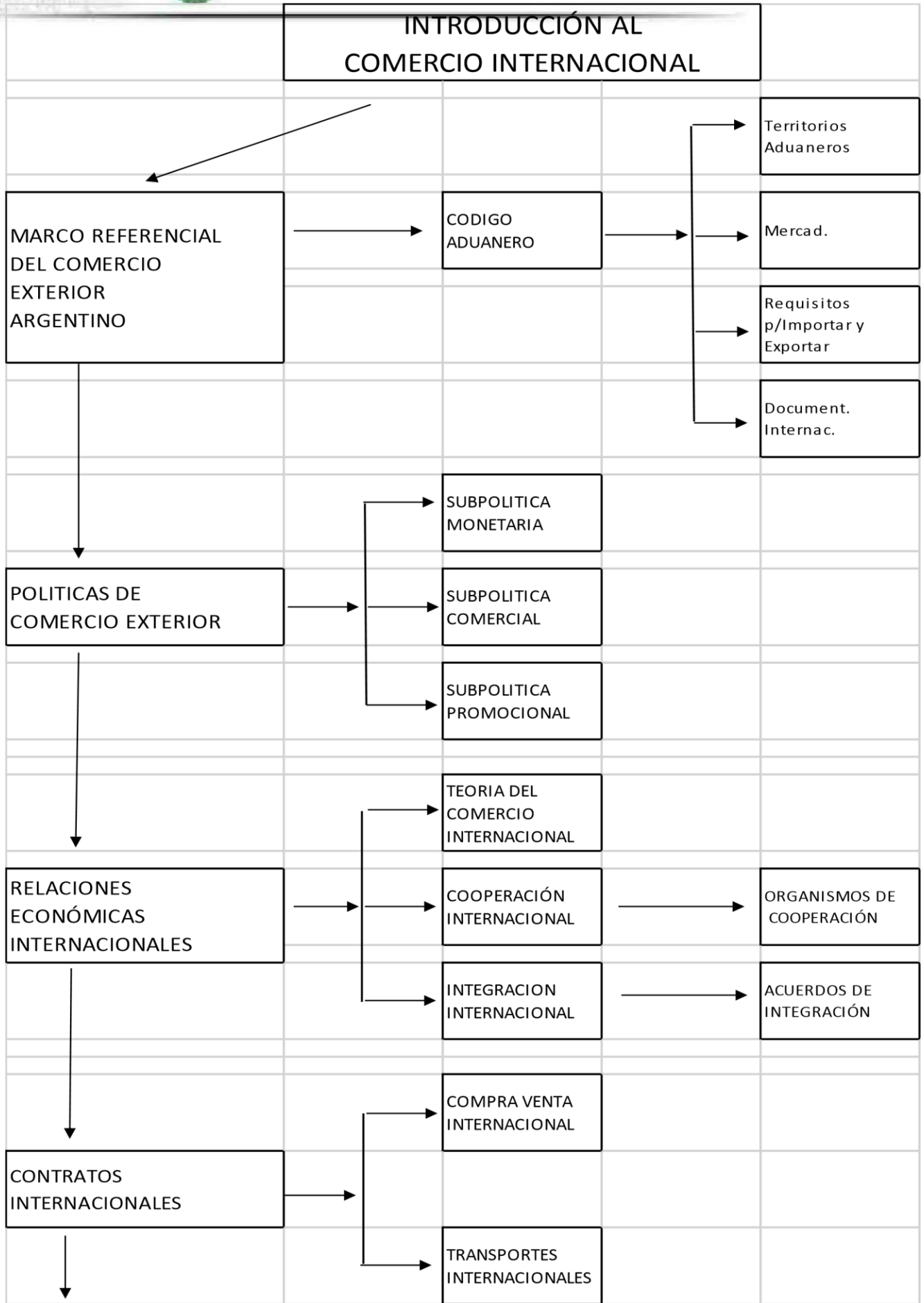
FORMULARIO Nº 2

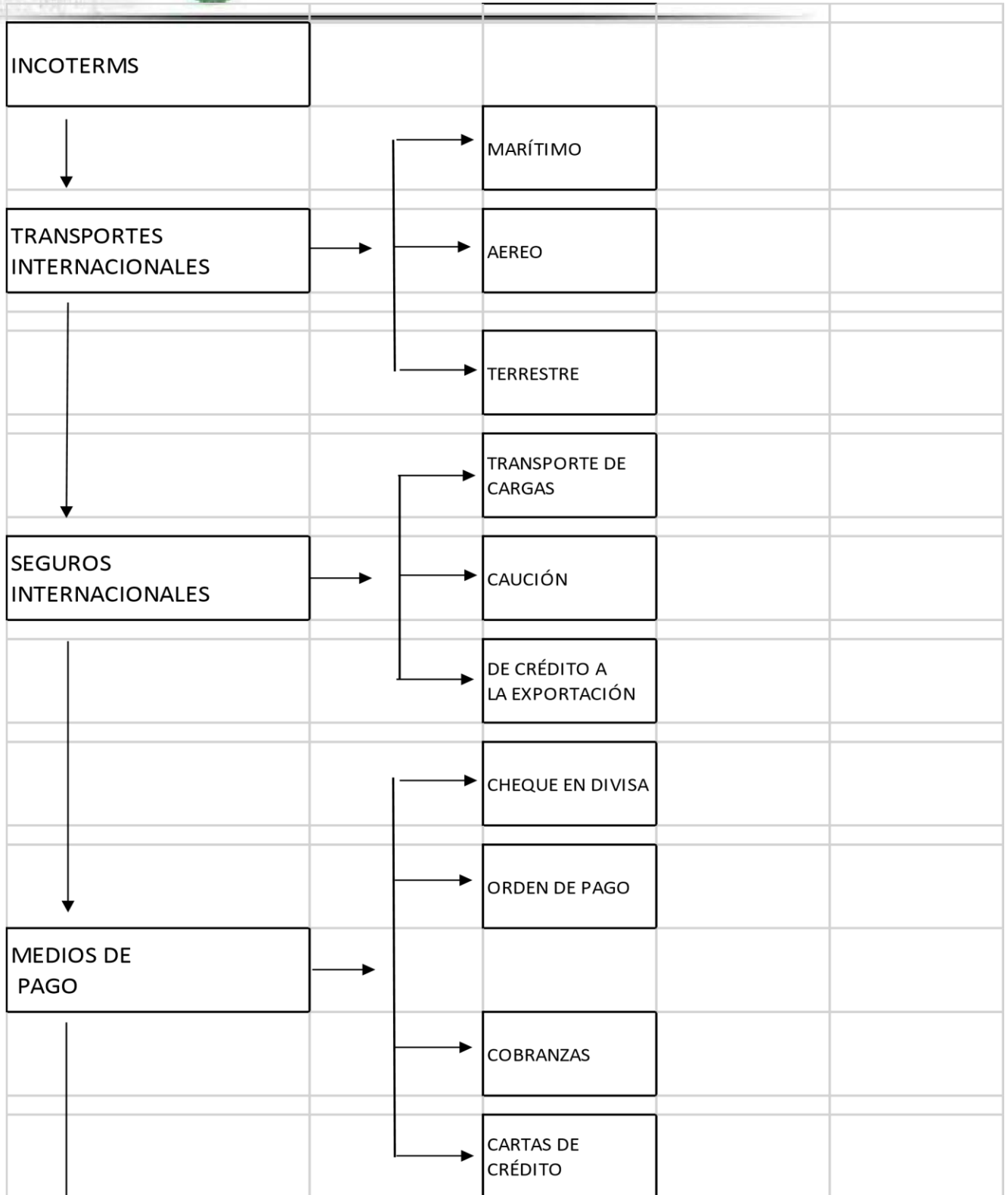
12.2 Costo de Importación: análisis detallado de todos los costos y gastos necesarios para colocar un producto en los depósitos del importador.

Bibliografía:

- FRATALOCCHI, Aldo - ‘COMO EXPORTAR E IMPORTAR’ – Errepar – Buenos aires – 2007.
- STERNBERG, Alfredo R. – “Manual de tributación para importaciones y exportaciones”, Ediciones IARAS, 2013.

7- ESQUEMA DE LA ASIGNATURA







RECUPERATORIO DE PARCIALES																			X
Se incorpora la carga horaria equivalente a una semana de clase con el propósito de profundizar en actividades que , siendo propias de esta asignatura, se corresponden con la práctica profesional.																			

9- EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN

Dos Parciales Escritos

Un Recuperatorio (Escrito u Oral)

El Recuperatorio puede ser reemplazado, a juicio de la Cátedra, por un Trabajo de Investigación o una Monografía de carácter individual. El Examen Final, para aquellos alumnos que rindan en calidad de “Libres” será escrito y oral. Para los alumnos que no hayan aprobado la cursada será escrito u oral, a juicio de la cátedra.

10- BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- FRATALOCCHI, Aldo - “COMO EXPORTAR E IMPORTAR” – Ed. Cangallo - Buenos Aires - 1996
- HANDABAKA, Alberto R. – “GESTION LOGÍSTICA DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL”- Ed. Norma – Bogotá (Colombia) – 1997
- ARESE, Héctor – “MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL”- Ed. Norma – Buenos Aires – 1998
- COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS DE CREDITO A LA EXPORTACIÓN – Folleto explicativo sobre los seguros de crédito – Buenos aires – 2000
- Reglas Uniformes para Créditos Documentarios. BROCHURE 600 de la Cámara de Comercio Internacional.
- Reglas Uniformes para Cobranzas. BROCHURE 522 de la Cámara de Comercio Internacional.
- COLAIACOVO, José L. Otro – “PROYECTOS DE EXPORTACIÓN” CICOM (OEA) – 1992
- COLAIACOVO, José L. –“COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIONES INTERNACIONALES”- CICOM (OEA) 1992
- BANCO DE INVERSIÓN Y COMERCIO EXTERIOR (BICE) – Reglamentaciones normativas sobre financiamiento.
- BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA – Reglamentaciones normativas sobre financiamiento.
- STERNBERG, Alfredo R. “LOS IMPUESTOS Y EL COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO”- Ed. Aplicación Tributaria – Buenos aires – 2000.
- Cámara Internacional de Comercio– “INCOTERMS 2020”- Edición en idioma español.
- Guía de Lecturas y Trabajos Práctico de la Cátedra del año en curso.

11- EVALUACIÓN DE LOS DOCENTES DE LA CÁTEDRA.

Reuniones establecidas:



- Una reunión antes de comenzar el curso para programar actividades.
- Una reunión durante el curso para analizar el desarrollo del dictado de clases.
- Una reunión al finalizar el curso para evaluar el resultado obtenido y compararlo con los lineamientos establecidos.

Reuniones complementarias a realizarse durante el desarrollo del curso, a los efectos de incorporar novedades producidas en el ámbito del comercio internacional y/o solucionar situaciones no previstas.

El docente es evaluado durante todo el transcurso del dictado de clases, a través de observaciones del curso efectuadas por el titular de la cátedra, así como también consultas de opinión a directivos de la Universidad y alumnos.

INTRODUCCION AL COMERCIO INTERNACIONAL

CODIGO 2441

Nota Final:

-Se solicita que el Programa de la Asignatura se presente al Coordinador de la Carrera correspondiente del Departamento de Ciencias Económicas de la UNLM.