

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	1 de 10

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA: CONTADURIA PUBLICA

DEPARTAMENTO DE: CONTADURÍA

CURSO: **CÓDIGO:**

ÁREA:

REQUISITOS: **CORREQUISITO:**

CRÉDITOS: **TIPO DE CURSO:**

FECHA ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el tema de comercio internacional ha venido volviendo a ser de alta relevancia para entender las tendencias recientes de la globalización e integración en su aspecto comercial.

En particular, este replanteamiento se refiere a las políticas comerciales en cuanto a proporcionar instrumentos aptos de países pequeños en desarrollo para enfrentar el reto de una inserción proactiva en el mercado internacional bajo condiciones de ventajas competitivas construidas por estos mismos.

Lo anterior implica sobre todo un manejo de la política comercial que busque aplicar nuevos enfoques e instrumentos de una competitividad cuya característica se plantea hoy en día como sistémica. Uno de los tópicos de dicha competitividad sistémica es el enfoque novedoso de cadenas globales de mercancía que se ha desarrollado a partir de la propuesta inicial de cadena del valor amparada a la competitividad de naciones de Michael Porter.

El módulo introduce a los estudiantes en el análisis de los temas anteriormente esbozados para asimilar un conocimiento de los enfoques modernos de política comercial tanto en la teoría como en la práctica.

OBJETIVO GENERAL

- Conocer y asimilar, de manera reflexiva y aplicada, los fundamentos teórico-conceptuales e instrumentos de política del comercio internacional.
- Concientizar al estudiante y capacitarlo en el manejo de la variable del entorno económico para la toma de decisiones gerenciales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer e interpretar las principales teorías sobre comercio internacional y como se visualiza en los distintos enfoques la toma de decisiones gerenciales.

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	2 de 10

- Revisar en forma conceptual, los distintos instrumentos de la política comercial clásica.
- Fortalecer en los participantes los conocimientos administrativos y gerenciales pertinentes para implementar con éxito un proceso de internacionalización.
- Ampliar la visión profesional y la perspectiva empresarial a partir de la comprensión de las tendencias que en el contexto nacional e internacional se aplican en el comercio internacional.

COMPETENCIAS

- Las competencias o habilidades que se refieren a la capacidad de relacionar información específica, mediante la interpretación el análisis y síntesis, y hacer propuestas específicas que puedan comunicar y argumentar.
- **Interpretativa:** El estudiante estará en la capacidad de comprender las diferentes lecturas hace referencia a la acción de comprender el sentido de un texto, un problema, un programa o un gráfico. Exige tener conocimientos previos y manejar técnicas propias de la disciplina.
- El estudiante a través de ejercicios de sensibilización, textos escritos tendrá la capacidad de comprender el entorno socioeconómico global.
- El estudiante reconocerá las implicaciones de los planteamientos socioeconómicos de actualidad mediante observación, articulación y evaluación de cada uno de sus componentes, teniendo como herramienta la discusión a partir de los conocimientos adquiridos.
- Sobre el concepto de oportunidades comerciales restringidas, el estudiante tendrá la capacidad para observar los impactos del sistema económico, político y cultural en nuestra situación latinoamericana y la importancia de la implementación de planes de negocios eficientes.
- **Argumentativa:** Hace referencia a la capacidad de reconocer un planteamiento y la articulación de las razones que dan sustento a una idea, una propuesta, una tesis, a la solución de un caso específico, de un programa, etc.
- El estudiante tendrá la capacidad de analizar los mercados internacionales, así como la evaluación de la planeación estratégica de algunas empresas representativas de nuestro medio para poder lograr un posicionamiento a nivel global .
- **Propositiva, Proyectual:**
- Los estudiantes a través del ejercicio desarrollado a través del semestre, tendrán la infraestructura del marketing internacional óptima, que les permitirá realizar como ejercicio académico, un plan de negocio internacional, cumpliendo con los requerimientos establecidos que serán de cumplimiento obligatorio por parte de los participantes.
- **Personales:** Condiciones del educando que le permiten actuar adecuada y asertivamente en un espacio productivo aportando sus talentos y desarrollando sus potenciales en el marco de comportamiento social y universalmente aceptados como son inteligencia emocional, rigurosidad, iniciativa, ética y adaptación al

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	3 de 10

cambio.

- **Intelectuales:** Condiciones científicas del educando asociadas con atención, memoria, concentración, solución de problemas, toma de decisiones y creatividad.
- **Tecnológicas:** Capacidad para transformar e innovar elementos tangibles del entorno (procesos, procedimientos, métodos, aparatos), para encontrar soluciones prácticas y apropiar y transferir tecnologías.
- **Organizacionales:** Capacidad para gestionar recursos e información, orientación al servicio, aprendizaje a través de la referenciación de experiencias de otros.
- A partir del análisis de modelos teóricos, el estudiante estará en la capacidad para asumir una posición crítica referida a su desempeño profesional en un renglón de la economía, a través de la evaluación sistemática de las diferentes teorías y prácticas del comercio mundial.
- Mediante discusiones de grupo el estudiante socializará su posición crítica frente a los ejercicios planteados, asumiendo el compromiso de llegar a conclusiones veraces que se ajusten a un entorno real y que permitan el intercambio de ideas con profesionales de áreas afines. De esta manera el estudiante afianzará sus conocimientos y generará una visión objetiva de su futuro como profesional.

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Teoría y Política del Comercio Internacional Orden Económico Mundial Instituciones de comercio exterior y política comercial Instituciones transnacionales que afectan el comercio mundial Acuerdos Internacionales Colombia frente al contexto global	8	16

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
La elección de los canales de distribución y sus intermediarios El valor de los intermediarios Principales tipos de canales de distribución a utilizar en el comercio internacional Tipos de intermediarios Comercio internacional a partir de la	8	16

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	4 de 10

producción en el extranjero Canales de distribución en mercados en el extranjero		
---	--	--

UNIDAD 3. LA OFERTA INTERNACIONAL, FIJACIÓN DEL PRECIO Y FORMAS DE PAGO

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
La oferta internacional Fijación del precio internacional Medios de pago Financiación de operaciones de comercio exterior Modalidades de Crédito Monedas de Financiación Barreras a la exportación	12	24

UNIDAD 4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Consideraciones sobre las políticas de promoción internacional Instrumentos para la promoción de exportaciones Algunas organizaciones de promoción de comercio internacional	8	16

UNIDAD 5. PLAN DE EXPORTACIÓN

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Estudio de producto Estudio de mercado Análisis de competitividad Distribución logística Documentación y Bloques comerciales Incoterms	12	24

METODOLOGÍA (Debe evidenciarse el empleo de nuevas tecnologías de apoyo a la enseñanza y al aprendizaje)

- Clases magistrales de temas específicos
- Discusión de lecturas asignadas
- Análisis de casos
- Socialización de talleres y consultas propuestas
- Análisis de video
- Trabajo de Campo

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	5 de 10

SISTEMA DE EVALUACIÓN

De acuerdo a las disposiciones reglamentarias vigentes de la Universidad de Pamplona, la asignatura se evalúa de la siguiente manera:

- Examen escrito: 20%
- Quices y trabajos: 15%
- Examen escrito 20%
- Quices y trabajos: 15%
- Examen escrito 20%
- Prácticas presenciales: 10%

BIBLIOGRAFÍA DISPONIBLE EN UNIDAD DE RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS DE LA UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

- BENNETT, P.D. Marketing, International Student Edition, Editorial McGraw-Hill.
- CATEORA, Philip. Marketing Internacional. Editorial Mc Graw-Hill.
- CZINKOTA, Michael y RONKAINEN, Ilkka. Marketing Internacional. Editorial Thomson. Séptima Edición.
- CHACHOLIADES, Miltiades. Economía Internacional. Bogotá. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición.
- DIEZ DE CASTRO, Distribución Comercial, Editorial McGraw-Hill.
- GAEDEKE, R.M. Marketing Company, Minnesota.
- KHAMBATA, Dara y AJAMI, Riad. Negocios Internacionales. Teoría y Práctica. Mc Milan Publishing Co.
- KOTLER, P., and Armstrong Principles of Marketing. Editorial Prentice-Hall.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- KRUGMAN, Paul y Maurice OBSTFELD Economía Internacional: Teoría y Política. 4ª Edición. Editorial Mc Graw-Hill.
- LEDESMA, Carlos. Principios de Comercio Internacional. Buenos Aires. Ediciones Macchi. Tercera Edición.
- LERMA, K. Alejandro. Comercio Mercadotecnia Internacional, Editorial Thomson.
- Rushton, A. And Oxley, J. Handbook of Logistics and Distribution Management, Kogan.
- SALVATARORE, Dominick. Economía Internacional. Bogotá. Mc Graw Hill. Tercera edición.
- TORRES GAYTAN, Ricardo. Teoría del Comercio Internacional. México. Editorial Siglo XXI. Novena Edición.
- TUGORES QUES, Juan. Economía Internacional, Globalización e Integración Regional. Editorial Mc Graw Hill. Sexta Edición.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE APOYO AL CURSO

www.proexport.com.co
www.bancoldex.com
www.mincomercio.gov.co
www.analdex.org

NOTA: EN CADA UNA DE LAS UNIDADES EL DOCENTE DEBERA PROPONER MÍNIMO UNA LECTURA EN LENGUA INGLESA Y SU MECANISMO DE CONTROL

NOTA: EN CADA UNIDAD EL DOCENTE DEBE DILIGENCIAR LA ANTERIOR TABLA

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	6 de 10

UNIDAD N 1						
NOMBRE DE LA UNIDAD: INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR						
COMPETENCIAS A DESARROLLAR:						
<ul style="list-style-type: none"> Interpretativa, argumentativa, propositiva, personal, intelectual y tecnológica 						
CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
Teoría y Política del Comercio Internacional	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender.	2		Quiz
Orden Económico Mundial	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Taller en clase.
Instituciones de comercio exterior y política comercial	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Investigación, Exposiciones
Instituciones transnacionales que afectan el comercio mundial	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender.	2		Investigación, Exposiciones
Acuerdos Internacionales	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	2		Trabajo Investigativo
Colombia frente al contexto global	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	2		Evaluación escrita individual.

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	7 de 10

UNIDAD N 2
NOMBRE DE LA UNIDAD: DECISIONES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Interpretativa, argumentativa, propositiva, personal, intelectual y tecnológica

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
La elección de los canales de distribución y sus intermediarios	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender.	4		Taller en clase.
El valor de los intermediarios	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	2		Taller en clase.
Principales tipos de canales de distribución a utilizar en el comercio internacional	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Investigación, Exposiciones.
Tipos de intermediarios Comercio internacional a partir de la producción en el extranjero	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Trabajo Investigativo.
Canales de distribución en mercados en el extranjero	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	2		Taller práctico.

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	8 de 10

UNIDAD N 3						
NOMBRE DE LA UNIDAD: LA OFERTA INTERNACIONAL, FIJACIÓN DEL PRECIO Y FORMAS DE PAGO						
COMPETENCIAS A DESARROLLAR:						
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretativa, argumentativa, propositiva, personal, intelectual y tecnológica 						
CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
La oferta internacional	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender.	2		Análisis de caso.
Fijación del precio internacional	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Taller en clase.
Medios de pago	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Investigación, Exposiciones.
Financiación de operaciones de comercio exterior	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender.	4		Investigación, Exposiciones
Modalidades de Crédito	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Trabajo Investigativo
Monedas de Financiación	Clase magistral Lecturas.	1	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	2		Evaluación escrita individual.
Barreras a la exportación	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Evaluación escrita individual.

	Contenidos Programáticos Programas de Pregrado	Código	FGA-23 v.03
		Página	9 de 10

UNIDAD N 4						
NOMBRE DE LA UNIDAD: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL						
COMPETENCIAS A DESARROLLAR:						
<ul style="list-style-type: none"> Interpretativa, argumentativa, propositiva, personal, intelectual y tecnológica 						
CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
Consideraciones sobre las políticas de promoción internacional	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender.	4		Análisis de caso.
Instrumentos para la promoción de exportaciones	Clase magistral Lecturas.	3	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	6		Casos. Taller en clase.
Algunas organizaciones de promoción de comercio internacional	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	3	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	6		Investigación, Exposiciones.



Contenidos Programáticos Programas de Pregrado

Código

FGA-23 v.03

Página

10 de 10

UNIDAD N 5

NOMBRE DE LA UNIDAD: PLAN DE EXPORTACIÓN

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Interpretativa, argumentativa, propositiva, personal, intelectual y tecnológica

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUUY A LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
Estudio de producto	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender.	4		Análisis de casos.
Estudio de mercado	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Casos. Taller en clase.
Análisis de competitividad	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Investigación. Análisis de riesgo país.
Distribución logística	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Análisis de casos. Trabajo investigativo.
Documentación y Bloques comerciales	Clase magistral Lecturas. Revisión de trabajos.	2	Leer, Opinar, Entender, Investigar.	4		Investigación. Taller en clase.
Incoterms	Clase magistral Lecturas.	2	Leer, Opinar, Entender.	4		Quiz.