

Tecnicatura Universitaria en Comercio Internacional – Carrera 2 años y medio

Campo Laboral

El egresado se puede desempeñar en el área de Comercio Exterior de empresas, bancos, cámaras empresarias o estudios jurídicos dedicados a la especialidad, colaborando en el análisis del mercado exterior y doméstico, o implementando estrategias de marketing internacional.

La carrera forma técnicos capaces de realizar el análisis de nuevos mercados y contribuir a la organización de la operatoria de exportación e importación. Capacita para la interpretación de políticas y estrategias de negocios internacionales, la toma de decisiones en operatorias de mercados globalizados, específicamente el posicionamiento competitivo en el MERCOSUR, la organización del Departamento de Comercio Exterior de una empresa, la aplicación de técnicas de marketing en los negocios internacionales.

Síntesis de los Contenidos

AÑO	CUATRIMESTRE	ASIGNATURA
1°	1°	1. Entornos Virtuales de Aprendizaje 2. Introducción al Comercio Internacional 3. Importación 4. Exportación
	2°	5. Régimen Legal Aduanero 6. Marketing 7. Investigación de Mercados
2°	1°	8. Logística y Distribución Física Internacional 9. Clasificación Arancelaria 10. Valoración Aduanera
	2°	11. Régimen Económico y Financiero del Comercio Internacional 12. Integración y Cooperación Económica Internacional 13. Estrategias de Marketing Internacional

3°	1°	14. Estadística 15. Negocios Digitales Internacionales 16. Práctica Profesional en Comercio Internacional
----	----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Entornos Virtuales de Aprendizaje

Plantea el desafío que representa la aplicación de entornos virtuales de aprendizaje y lo altamente innovador que significa en el campo de la educación superior. Permite que el estudiante se familiarice con el Campus Virtual de la Facultad, utilizando las diversas herramientas puestas a disposición en la plataforma. Explica los procedimientos para contactarse con sus tutores, el acceso a la biblioteca digital, entre otros puntos.

Introducción al Comercio Internacional

El intercambio de productos y servicios entre compradores y vendedores de países diversos involucra aspectos estratégicos tales como el análisis de escenarios, de recursos y la determinación de metas; aspectos comerciales, como el análisis del mercado y la programación de un mix de marketing; logísticos, como la distribución física internacionales y operativos, centrados en la tramitación aduanera, bancaria, etc.

Importación

Abarca el estudio de la legislación aduanera y de comercio internacional, con una visión práctica que le permita al técnico en comercio internacional gestionar operaciones de importación ante el servicio aduanero.

Exportación

La formación técnica que brinda la asignatura abarca todos los conocimientos prácticos que requiere el ejercicio profesional de operaciones de exportación dentro del ámbito aduanero.

Régimen Legal Aduanero

Esta asignatura permite conocer normas y disposiciones legales vinculadas al comercio exterior. Posibilita al estudiante dominar las definiciones y conceptos aduaneros, comprender los alcances del Código Aduanero, identificar cuáles son las infracciones y los delitos aduaneros, etc.

Marketing

Desarrolla distintos conceptos del marketing y su vinculación con los mercados competitivos. Describe las dimensiones del producto: características, clasificación, ciclo de vida, marcas, etc. También analiza estrategias de precio, comunicación o promoción, viajes de negocios, misiones comerciales, ferias internacionales, plaza o distribución, entre otros temas.

Investigación de Mercados

Explica cómo se inserta el proceso de investigación de mercados en la organización. Describe las diferentes fuentes de información primaria y secundaria. Diferencia los tipos de investigaciones de acuerdo con su propósito y brinda las herramientas de recolección de datos necesarias para conocer el propio negocio.

Logística y Distribución Física Internacional

Esta asignatura trata temas tales como el sistema de transporte, ventajas, desventajas y costos de cada medio de transporte, etc. Permite analizar las distintas cadenas de distribución física internacional, conocer los documentos de transporte internacional, entre otras cosas.

Clasificación Arancelaria

Presenta la nomenclatura arancelaria, describe las reglas de clasificación de mercaderías, explica la importancia y los alcances del MERCOSUR, OMC y ALADI, entre otros temas.

Valoración Aduanera

Esta asignatura explica las normas de valoración aduanera, las funciones aduaneras, la determinación del precio FOB, los tributos, impuestos y tasas vigentes en nuestro país en materia de comercio exterior, entre otras temáticas.

Régimen Económico y Financiero del Comercio Internacional

Trata las operaciones de comercio internacional. Focaliza en los créditos documentarios, las normas y publicaciones internacionales en materia de medios e instrumentos de pago internacional, los procedimientos sobre cobranzas, etc.

Integración y Cooperación Económica Internacional

Plantea los alcances de la globalización y los nuevos escenarios internacionales. Presenta la teoría de la integración económica internacional, los principales organismos de cooperación internacional, etc. Permite analizar, asimismo, de qué manera está insertada la Argentina en el mundo y su relacionamiento.

Estrategias de Marketing Internacional

Explica los conceptos de táctica y estrategia. Desarrolla, asimismo, las estrategias en materia de producto, precio, promoción y plaza, los beneficios que brindan las ferias internacionales y participar en ellas, etc.

Estadística

Desarrolla temas tales como población y muestra, distribución de frecuencias, medidas de posición y de variabilidad, covariación e indicadores que permiten afrontar, en forma simple, los requerimientos de información cuantitativa de la empresa actual.

Negocios Digitales Internacionales

Esta asignatura permite conocer las ventajas y los requerimientos del comercio electrónico. Asimismo, posibilita al estudiante comprender las ventajas de una correcta segmentación del mercado digital así como la importancia de lograr posicionamiento en Internet, entre otras cosas.

Práctica Profesional en Comercio Internacional

Organizada sobre la base de casos prácticos de comercio internacional con la finalidad de que los alumnos puedan aplicar e integrar las herramientas conceptuales estudiadas a lo largo de la carrera.