



Universidad Nacional

de

EXP-UNC: 1564/2008.-

Córdoba

República Argentina

VISTO las presentes actuaciones, en las que el H. Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas a través de su Ordenanza N° 458/2008 aprueba el Proyecto de modificación del Plan de Estudios de la Maestría en Comercio Internacional; atento lo informado por la Subcomisión del Consejo Asesor de Posgrado a fojas 80 y por la Subsecretaría de Posgrado de la Secretaría de Asuntos Académicos a fojas 81; teniendo en cuenta lo aconsejado por las Comisiones de Vigilancia y Reglamento y de Enseñanza,

**EL H. CONSEJO SUPERIOR DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA**

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1 .-** Hacer lugar a lo solicitado por el H. Consejo Directivo de la Facultad de Filosofía y Humanidades a través de su Ordenanza N° 458/08 y, en consecuencia, aprobar la modificación del Plan de Estudios de la Maestría en Comercio Internacional, obrante a fojas 54/77 vta., que forma parte integrante de la presente Resolución.

**ARTÍCULO 2 .-** Comuníquese y pase para su conocimiento y efectos a la Facultad de origen.

**DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL H. CONSEJO SUPERIOR A LOS VEINTINUEVE DÍAS DEL MES DE JULIO DE DOS MIL OCHO.**

gc  
gc  
gc

**Mgter. JHON BORETTO**  
SECRETARIO GENERAL  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

**Dra. SILVIA CAROLINA SCOTTO**  
RECTORA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

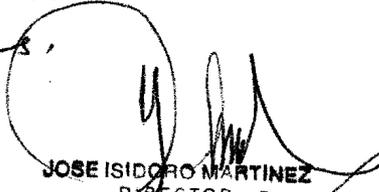
**RESOLUCIÓN N°:**

**342**

**COR 11**

11 DOBA, 28. X. 2008. -

Por R.H.C.S nro 498/2008  
se modifica la redacción del art.  
1 de la presente, donde se le H.  
Consejo Directivo de la Fac. de Filo-  
sofía y Humanidades, se le añe-  
ce H. Consejo Directivo de la Fac.  
de las Económicas.

  
JOSE ISIDORO MARTINEZ  
DIRECTOR  
MESA GRAL. DE ENTRADAS Y SALIDAS  
RECTORADO  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA



3° Ord.  
Expte. N° 11-08-54562

Facultad de Ciencias Económicas  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



**ORDENANZA N° 458/2008**

**VISTO:**

El proyecto de modificación de la Maestría en Comercio Internacional, presentado por la Junta Directiva de la Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba;

**Y CONSIDERANDO:**

Que se han analizado los antecedentes y las recomendaciones efectuadas en ocasión del proceso de acreditación provisoria del año 2006 y las pautas y criterios generales dispuestos a tales efectos para las carreras de Posgrado por CONEAU del Ministerio de Cultura y Educación de la Nación;

Que la propuesta ha sido evaluada por la Comisión de Enseñanza de este H. Cuerpo, estimado que procede su aprobación; por ello,

**EL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ORDENA:**

**Art 1°.-** Aprobar el Proyecto de modificación del Plan de Estudios de la Maestría en Comercio Internacional, cuyo texto como Anexos se adjuntan a la presente.

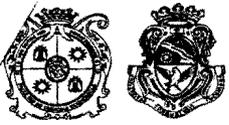
**Art. 2°.-** Elevar la presente para su validación al H. Consejo Superior.

**Art. 3°.-** Comuníquese y archívese.

**DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA, A TREINTA Y UN DÍAS DEL MES DE MARZO DEL AÑO DOS MIL OCHO.**

  
Cr. MARCELO A. SANCHEZ  
SECRETARIO TECNICO  
Facultad de Ciencias Económicas

  
Mter. ANA KARL DE VEGA  
DECANA  
Facultad de Ciencias Económicas



**ANEXOS A LA ORDENANZA N° 458/2008**

**I- FUNDAMENTOS DE CREACIÓN Y TRAYECTORIA**

---

La internacionalización de la economía es uno de los retos inmediatos que las empresas deben afrontar. Este desafío implica la necesidad de entender y resolver múltiples problemas relacionados con: el funcionamiento de la Economía Internacional, la búsqueda de información para la investigación de mercados exteriores, el diseño de estrategias de penetración de dichos mercados, la aplicación de técnicas actuales de marketing, y la selección, entre numerosas alternativas, de la financiación más adecuada para cada caso.

Así, este nuevo contexto demanda imperiosamente la formación de profesionales competentes en el campo del comercio, la economía y las finanzas internacionales.

En las carreras de grado que se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC, los alumnos se introducen al estudio de la temática a través de materias como: Comercio Exterior, Bolsas y Mercados de Valores, Administración Financiera y Comercialización. Estas asignaturas, de manera directa o indirecta, proporcionan herramientas básicas y primarias para el desempeño en empresas y organismos pertenecientes al sector privado y público vinculados a los tópicos de esta disciplina.

No obstante, considerando el actual escenario global, el profesional necesita de una instancia de profundización y perfeccionamiento en este campo del conocimiento.

Por ello, resulta importante y prioritario formar a expertos capaces de gestionar recursos y orientarlos creativamente hacia la generación de nuevas y dinámicas estrategias para enfrentar las condiciones actuales de producción e intercambio de bienes y servicios, forjando y potenciando el crecimiento y desarrollo social y económico en el ámbito local, nacional y regional. Desarrollo que se manifiesta de vital importancia en la región.

**II- OBJETIVOS ACADÉMICO**

---

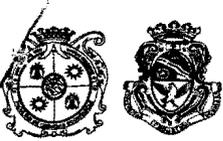
Esta Maestría tiene como objetivos: a) desarrollar a nivel profesional las capacidades necesarias para actuar y asesorar en la Gestión de Negocios de la empresa en los mercados internacionales. b) promover en el ámbito local, nacional y regional la generación de nuevos emprendimientos y negocios internacionales. c) propiciar acuerdos entre empresas, organismos públicos y privados vinculados al comercio internacional que promuevan del desarrollo económico y social de la región, a través del incremento del flujo de productos, servicios y personas desde y hacia mercados internacionales. d) generar o detectar las cadenas de valor en las cuales el país puede participar potenciando su competitividad global. e) promover y/o atraer flujos de capitales productivos internacionales que consoliden el desarrollo y el crecimiento de la economía regional. f) potenciar, mediante el conocimiento y la investigación aplicados, el desarrollo de nuevas tecnologías que orienten la formulación de políticas comerciales hacia los actuales y futuros escenarios que plantea la globalización.

**III- PERFIL DEL EGRESADO**

---

Al finalizar la carrera el egresado tendrá:

1. Una visión integral del Comercio Internacional, las Negociaciones Internacionales y la Investigación de Mercados Internacionales.
2. Un conocimiento cabal de cómo establecer un Plan de Negocios para la Internacionalización de la empresa.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

3. Los conocimientos necesarios para la Dirección, Gerenciamiento y Asesoramiento en Comercio Internacional a Organismos especializados y empresas, tanto públicos como de capitales privados, ya sean nacionales o extranjeros.
4. El manejo de instrumentos económico-financieros, procedimientos teórico-prácticos operativos y técnicos aduaneros.
5. Una visión aduanera-tributaria-financiera del impacto sobre la rentabilidad de las decisiones en Comercio Internacional.
6. Capacidad para actuar: a) en el sector privado: como asesor, consultor, ejecutivo o directivo, en empresas nacionales e internacionales. b) en el sector público: como consultor, asesor o funcionario capacitado para desarrollar las políticas públicas de la especialidad, tanto en el marco nacional como en el regional y el internacional. c) en el ámbito académico: como investigador y/o docente de la especialidad que la integración de nuestro país al ámbito del Comercio Internacional requieren.

### **IV- MODALIDAD DE DICTADO**

El dictado se efectuará en dos clases por semana de cuatro horas, con una carga horaria semanal total de ocho horas. Además, se prevén dos semanas de clases intensivas cada año, con clases de lunes a viernes de 18 a 22 horas.

#### **Total de horas presenciales asignadas a materias:**

<b>Horas presenciales obligatorias:</b>	<b>540</b>	<b>horas</b>
<b>Horas de actividades de apoyo metodológico, talleres:</b>	<b>40</b>	<b>horas</b>
<b>Horas de investigación:</b>	<b>120</b>	<b>horas</b>
<b>Tesis:</b>	<b>120</b>	<b>horas</b>

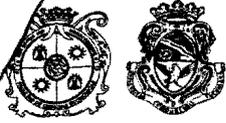
### **V- METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN**

Cada módulo será evaluado a través de pruebas de suficiencias escritas, de carácter individual, que pueden consistir en cuestionarios abiertos a desarrollar o evaluaciones objetivas de tipo opciones múltiples. También se propiciarán las evaluaciones mediante la realización de trabajos prácticos a desarrollarse grupalmente a fin de promover las habilidades de trabajo en equipo.

Al finalizar la Maestría se deberá presentar una Tesis de acuerdo a los estándares establecidos por CONEAU, en su Resolución 1168 y a los lineamientos específicos de las comisiones asesoras de las disciplinas Administración y Ciencias Sociales. La Tesis deberá ser un trabajo u obra de carácter individual e inédita en la cual el candidato a magister demuestre destreza en el manejo conceptual y metodológico de la temática seleccionada, que dé cuenta del estado actual del conocimiento del Comercio y la Economía Internacional. Tendrá que realizarse bajo la dirección de un Director que demuestre capacidad profesional y cuya función específica sea la de acompañar y guiar al alumno en su desarrollo.

El trabajo culminará con la evaluación por parte de un tribunal integrado por tres profesores de reconocido prestigio académico y conocimiento de la temática del trabajo. Uno de ellos al menos deberá ser externo a la Institución. El Director de la Tesis no podrá formar parte de dicho tribunal

La presentación de la Tesis deberá hacerse dentro de los 18 meses desde la finalización del cursado de la última materia, para resguardar la actualidad de los contenidos apprehendidos.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

### **VI- REQUISITOS DE ADMISIÓN**

---

Para ingresar a la Maestría el aspirante deberá: i) Poseer título de grado universitario de carreras afines a los ejes temáticos de la carrera, expedido por una Universidad del país (nacional, provincial o privada reconocida por autoridad competente); ii) Poseer título de carreras afines, equivalente a nivel de grado de la UNC, expedido por una Universidad extranjera de indiscutible jerarquía académica. La admisión del candidato no implica la reválida del título de grado. La documentación presentada deberá ser traducida por traductor público nacional de acuerdo a la normativa vigente; iii) Ser egresado de nivel superior no universitario y cumplir con lo establecido en la Resolución del H.C.S. 279/04 y contar con la aceptación del H.C.D. previo aval del Comité de Admisiones; iv) Cumplidos uno de los requisitos de los apartados anteriores, resultar admitido por el procedimiento que se fija más adelante.

Entrevista de admisión previa presentación de antecedentes (currículum vitae, certificación analítica de estudios –incluyendo aplazos y escala de calificaciones cuando se trate de otra institución distinta de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC- y solicitud de admisión).

A los graduados provenientes de carreras diferentes de Ciencias Económicas se les exigirá el cumplimiento de actividades de nivelación, si el Consejo Asesor lo considera conveniente luego de evaluar sus antecedentes y condiciones.

### **VII- ESTRUCTURA DE LA CARRERA**

---

Para el logro de los objetivos, la carrera se divide en dos ÁREAS:

**1er. ÁREA: ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**2da. ÁREA: PRÁCTICA PROFESIONAL**

Las áreas están integradas por módulos con contenidos cuidadosamente seleccionados a los fines de cubrir toda la temática del Comercio Internacional. La carrera finaliza con un módulo de Práctica Profesional, donde se reafirma el aprendizaje integral de los conocimientos impartidos.

Además, el Plan de Estudios incluye, la realización de dos Talleres: un **Taller de Redacción y Confección de Trabajos Científicos** y un **Taller de Formación en Inglés Técnico aplicado a los Negocios Internacionales**.

### **VIII- PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA**

---

#### **ÁREA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ECONOMÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL

MARKETING GLOBAL

LOGÍSTICA, TRANSPORTE Y SEGUROS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECCIÓN Y GERENCIA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

#### **ÁREA DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

COMERCIO INTERNACIONAL I

COMERCIO INTERNACIONAL II

MARCO JURIDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

FISCALIDAD INTERNACIONAL

LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

#### **TALLERES**

TALLER DE REDACCIÓN Y CONFECCIÓN DE TRABAJOS CIENTÍFICOS



Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

TALLER DE FORMACIÓN EN INGLÉS TÉCNICO APLICADO A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

**TRABAJO FINAL DE TESIS**

---

**IX- ORGANIZACIÓN**

---

**Primer Semestre**

ECONOMÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL  
COMERCIO INTERNACIONAL I

**Segundo Semestre**

MARKETING GLOBAL  
LOGÍSTICA, TRANSPORTE Y SEGUROS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL  
COMERCIO INTERNACIONAL II

**Tercer Semestre**

DIRECCIÓN Y GERENCIA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA  
FISCALIDAD INTERNACIONAL  
TALLER DE REDACCIÓN Y CONFECCIÓN DE TRABAJOS CIENTÍFICOS

**Cuarto Semestre**

ADMINISTRACION FINANCIERA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA  
MARCO JURIDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL  
LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES Y EL COMERCIO INTERNACIONAL  
TALLER DE FORMACIÓN EN INGLÉS TÉCNICO APLICADO A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

**TRABAJO FINAL DE TESIS**

---

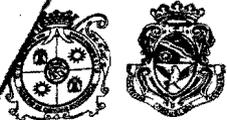
**X- ORGANIZACIÓN- OBJETIVOS**

---

**• PRIMER SEMESTRE**

El objetivo del primer semestre es proporcionar al profesional una visión profunda del escenario económico internacional a través del módulo **Economía y Comercio Internacional**. Este módulo estará destinado a proporcionar una base teórica e instrumental que permita comprender los fundamentos de las relaciones económicas entre Argentina y el resto del mundo. Además, como cuestiones relevantes, se verán: la integración económica, los procesos de globalización y también la componente medioambiental en los negocios internacionales.

Simultáneamente, en el módulo **Comercio Internacional I**, se abordarán los aspectos introductorios y generales del funcionamiento de los operadores del Comercio Internacional: los sujetos, sus responsabilidades y obligaciones, los tributos regidos por la legislación aduanera y las prohibiciones. Luego, se brindará un tratamiento de conceptos legales, técnicos y operativos vinculados a los diferentes regímenes de importación y exportación, pero con una visión



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

eminentemente práctica y empírica, dirigida al adecuado manejo de la información calificada para la toma de decisiones -en términos de ventajas comparativas geográficas o sectoriales- por parte de los operadores de los diferentes regímenes y sub-regímenes vigentes a nivel nacional e internacional. Se analizará, en tanto, su impacto en términos de mejoramiento de la dinámica de comercialización a nivel regional.

En este marco, también se realizarán talleres con la participación de diferentes expertos internacionales, quienes debatirán con los alumnos sobre cómo sus propias economías se posicionan estratégicamente frente al Comercio Internacional. Además, se expondrán casos prácticos de solución de controversias en la OMC, orientados a dotar de una visión integral que promueva una activa y adecuada aplicación de los acuerdos internacionales a los cuales han adherido la mayoría de los países de la región. Esta visión sólo puede surgir del estudio profundo, así como de nuevas alternativas de interpretación e implementación de herramientas como el artículo VII del GATT (*derechos antidumpings*). De esta manera, se pretende quebrar la visión de que estas herramientas sólo son de aplicación en defensa del productor local, sino también del exportador en sus mercados de destino.

### • SEGUNDO SEMESTRE

Esta etapa se iniciará con el dictado de **Marketing Global**, en donde se aprenderá a analizar el perfil de empresas que pueden exportar y los recursos necesarios para introducirlos a los mercados internacionales. Se procura que los maestrands adquieran y desarrollen conocimientos que les permitan "*pensar globalmente, actuar localmente*" en estrategias de internacionalización. Comprender la importancia del marketing mix internacional y los estudios de mercados en las estrategias de internacionalización, así como el posicionamiento de marcas, productos o servicios en el espacio internacional.

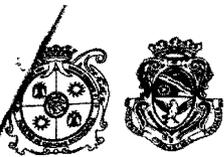
También, por cuestiones didácticas y prácticas, integra este bloque una asignatura estrechamente asociada con los procesos de gestión del Comercio Internacional y de extrema relevancia en las operaciones, como la **Logística, Transporte y Seguros en el Comercio Internacional**.

En **Comercio Internacional II**, en tanto, no sólo se impartirán los conocimientos específicos que permitan realizar una correcta determinación de la base imponible correspondiente a la obligación tributaria. También, a los efectos de brindar a los directivos, información calificada que le permita diseñar su propia estrategia exportadora o importadora, consistente con las singularidades del entorno complejo en el cual debe actuar. Esta misma visión se aplicará a casos prácticos reales que surgen del Comité Técnico de Valoración de Aduana creado por el GATT-OMC.

### TERCER SEMESTRE

A partir del módulo principal que es **Dirección y Gerencia para la Internacionalización de la Empresa**, en esta instancia, se pretende que el alumno sea capaz de llevar a cabo procesos de desarrollo y puesta en marcha de proyectos de negocios internacionales, mediante un entrenamiento en habilidades para conducir organizaciones y grupos de trabajo. Así, se tratará que el maestrando desarrolle aptitudes en lo referente a las decisiones y gestión de negocios de comercio internacional.

Los conocimientos en materia técnico/operativa adquiridos en el semestre anterior permitirán la intervención certera en el campo financiero al manejar los conceptos que deben ser tenidos en cuenta en el momento de tomar decisiones de inversión y localización. El objetivo es brindar información sobre la rentabilidad sin prescindir de los elementos que, además, serán tratados



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

paralelamente y con mayor detalle en **Fiscalidad Internacional** como: la doble imposición, el tax planning, los precios de transferencia y la competencia fiscal.

Las nociones sobre Fiscalidad se entienden de modo amplio. Esto significa que si el objetivo es "*vender en el exterior los productos que satisfacen determinadas demandas y al mejor precio que los potenciales clientes estén dispuestos a pagar*", no es sostenible una estrecha visión del sistema tributario nacional. Los alumnos deberán ser también, capaces de analizar el sistema tributario del país de destino a fin de evaluar comparativamente la incidencia en la estructura de precios relativos, entre origen y destino de las mercancías o servicios que se pretenden intercambiar.

### • CUARTO SEMESTRE

En el módulo **Marco Jurídico del Comercio Internacional** se brindarán conocimientos legales específicos que intervienen en el Comercio Internacional, dotando de la necesaria seguridad jurídica a las operaciones de intercambio de bienes físicos, servicios, operaciones financieras relacionadas a los mismos, transporte y seguros. Se tratarán modelos tipo de contratos con el objetivo de zanjar las dificultades que éstos pueden significar para la concreción de operaciones comerciales de índole internacional.

El semestre contiene como eje central un módulo destinado al análisis de aspectos fundamentales de la **Administración Financiera para la Internacionalización de la Empresa** marcando una clara visión de los objetivos centrales de la carrera. Todo esto se complementa con un módulo especial en el que se desarrollan **Las Tecnologías de Información y Comunicaciones y el Comercio Internacional**.

Para la culminación de la carrera, a fin de completar los requerimientos para la graduación del postulante y el otorgamiento del título correspondiente, la Maestría en Comercio Internacional exige la elaboración y presentación de una **Tesis**.

La preparación y presentación de la Tesis es a título individual. El trabajo y su presentación por escrito deberán ser inéditos. El cuerpo o contenido principal de la investigación y el análisis de la información reunida no pueden haberse originado en trabajos previos, publicados o conocidos, del autor y/o que hubieren perseguido un fin distinto al de la elaboración de la Tesis.

---

## XI- FUNCIONAMIENTO DE LA CARRERA Y CUERPO DOCENTE

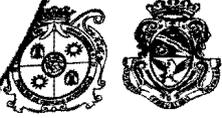
---

### Órganos de Dirección y Conducción de la Carrera. Funcionamiento de la Carrera

#### Consejo Asesor

Requisitos exigidos para su integración: Ser profesores de la carrera, con título universitario de cuarto nivel, el que se podrá reemplazar excepcionalmente y en un número no mayor de 2 miembros, por reconocida trayectoria académica y/o en investigación. Ser designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad a propuesta del Decano/a de la Facultad.

Tendrá por funciones: Asistir y asesorar al Director en cuestiones relacionadas con los programas y contenidos de la carrera y las referidas a la metodología de enseñanza y evaluación. Proponer actividades de investigación o transferencia al Director, elaborar reglamentaciones, colaborar con el Director en la admisión de alumnos, asignar profesores



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

responsables de materias, designar profesores orientadores, designar directores de Tesis, designar a los integrantes de tribunales evaluadores de Tesis. Evaluación de los docentes de la carrera y de metodologías de enseñanza y evaluación.

Nómina de los profesores que se proponen para conformar el Consejo:

Dra. Susana Gordillo (España)  
Magíster Víctor Fabián CHEBEL (Argentina)  
Lic. Especialista Hernán NARBONA VELIZ (Chile)  
Magíster José Barroso Tostes Neto (Brasil)

### Director

Deberá desempeñar o haber desempeñado el cargo de profesor titular de la Facultad u otras Universidades de igual prestigio y jerarquía, deberá poseer preferentemente título universitario de cuarto nivel, excepcionalmente se podrá reemplazar por reconocida trayectoria académica y en investigación. Será designado el H. Consejo Directivo de la Facultad a propuesta del Decano/a de la Facultad.

Su mandato durará cuatro años, pudiendo renovarse su designación. Serán sus funciones: conducir la carrera de Maestría, supervisar su desarrollo en todas las etapas, remitir a la Junta Directiva de la Escuela de Graduados su proyecto de actividades anuales relacionadas con la carrera, cumplir con la planificación elaborada, logrando un normal desarrollo del programa, comunicar al Director de la Escuela de Graduados su decisión fundada sobre la apertura de inscripción de la carrera a su cargo para el año lectivo, mantener comunicación con el Consejo Asesor a los fines de la evaluación de los docentes de la Maestría, asesorar según sea requerido por las demás autoridades de la carrera o directivos de la Escuela de Graduados, de la FCE o de la Universidad.

Se propone como Director a:

Doctor Norberto GARCÍA

### Coordinador Académico

Deberá desempeñar o haber desempeñado el cargo de profesor titular de la Facultad u otras Universidades de igual prestigio y jerarquía, deberá poseer preferentemente título universitario de cuarto nivel, excepcionalmente se podrá reemplazar por reconocida trayectoria académica y en investigación. Será designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad a propuesta del Decano/a de la Facultad. Serán sus funciones: Realizar la planificación del calendario, la programación de todas las actividades curriculares, colaborar con el director en todo aquello que este solicite, llevar a cabo las tareas operativas de seguimiento de los alumnos y el funcionamiento adecuado de todas las actividades académicas previstas por la carrera. Sus mandatos serán por igual término que el Director pudiendo ser renovado con el acuerdo y la aprobación de la Junta Directiva de la Escuela de Graduados.

Las funciones del Coordinador Académico serán las de planificar y efectuar el seguimiento y control del calendario de la carrera. Coordinación intra y extra-módulos de los docentes, evolución de los temas y el desarrollo de los casos prácticos integrales. Proponer al Consejo Asesor y las autoridades de la Escuela de Graduados la admisión de docentes invitados y conferenciantes. Proponer y coordinar juntamente con los docentes las actividades prácticas en la Escuela de Graduados y en especial las desarrolladas fuera del establecimiento.



Deberá asegurar la provisión del material didáctico en tiempo y forma para cada actividad. Además, deberá aceptar de manera conjunta con el Director y, cuando se estime necesario con docentes, los temas a desarrollar en la Tesis propuesta por los alumnos.

Coordinador Académico Propuesto:

Magíster Víctor Fabián CHEBEL

### **OTRA INFORMACIÓN**

#### **• ACUERDO DE DOBLE TITULACION CON LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA**

La Universidad de Barcelona, España, institución vinculada de manera directa con nuestra Universidad a través de Convenios Marcos, ha suscripto un Convenio por el cual el alumno que alcance los objetivos podrá acceder a una doble titulación. Es decir, además del título otorgado por la UNC los alumnos obtendrán el título de Magíster en Comercio Internacional de la Universidad de Barcelona.

Esto implicará una certificación de calidad de las actividades desarrolladas localmente, que completan las evaluaciones de los organismos a nivel nacional. La colaboración directa de dicha institución en el diseño de programas, la supervisión de contenidos y la participación de profesores de Barcelona en el dictado efectivo de algunas materias son –en rigor de verdad– los indicadores más transparentes de la efectividad de este convenio. Sus resultados concretos, deberán verificarse por el logro de los alumnos, número de intercambios de profesores y de estudiantes, acciones concretas de cooperación y/o investigaciones conjuntas entre profesores, etc.

#### **• OTROS ACUERDOS**

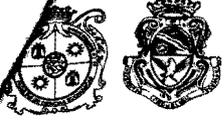
- AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos), institución de la cual depende la Aduana
- ESAF (Brasil)
- PROCORDOBA, Agencia Provincial de Promoción a las Exportaciones
- Cámara de Comercio Exterior
- Agencia Córdoba Ambiente

Entre otras, estas instituciones, son garantes de la diversidad de actividades de entrenamiento, prácticas y eventos que promueven la interculturalidad. Todos estos organismos han participado activamente de las actividades desarrolladas en la carrera, muchas de las cuales significaron un espacio en el cual el feedback entre representantes de las mismas, alumnos y docentes (de España, Chile, Brasil y México) permitió un aprendizaje de elevado contenido y valor agregado.

Cabe destacar que con cada una de estas instituciones se establecieron diferentes formas de interacción y se encuentran en trámite Convenios de Cooperación específicos para consolidar los vínculos establecidos.

### **X- PROGRAMA ANALÍTICO: Caracterización y Contenidos Mínimos**

#### **• PRIMER SEMESTRE**



**Módulo: ECONOMÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**CARACTERIZACIÓN**

Este módulo estará destinado a proporcionar una base teórica e instrumental que permita comprender los fundamentos de las relaciones económicas entre Argentina y el resto del mundo. El estudio de la geografía económica tiene por objetivo brindarle al participante un panorama actualizado del ritmo de la economía global, las causas que han determinado el progreso o deterioro de las distintas regiones del planeta y los factores de poder que han influido o influyen en el curso de los acontecimientos mundiales.

La integración económica se presenta como un instrumento apto para que los países en general y los en desarrollo en particular se organicen para enfrentar el proceso de la globalización exitosamente. Así, en este módulo, se prevé impartir el marco teórico de los procesos de integración regional y sus diferentes grados, para luego, en las materias del Área de Práctica Profesional avanzar sobre la realidad de diferentes procesos de integración existentes en el mundo, a través de casos prácticos.

Un tema de especial interés y en el que se ha puesto gran énfasis considerando el escenario que ya existe en la Unión Europea (donde se presentan gran cantidad de formas comunitarias vigentes y son una barrera de ingreso como mercado destino, escenario se prevé extender en gran parte del continente incluida Latinoamérica en los próximos años en virtud de tratados internacionales suscriptos), y resulta necesario incorporar conceptualmente y es el tratamiento del componente medioambiental. Luego se profundizará también la temática medioambiental desde el punto de vista del Marketing.

**CONTENIDOS MÍNIMOS**

- 1- **ECONOMÍA INTERNACIONAL Y COMERCIO. INTRODUCCIÓN.** Concepto e importancia de la Economía Internacional. El Comercio Internacional. Estructura y composición. Su distribución por países y bloques regionales. El Comercio Internacional de bienes y de servicios. El Balance de Pagos. El comercio exterior argentino. Principales características y evolución reciente. Teorías sobre el Comercio Internacional (Teoría de las Ventajas Absolutas, de las Ventajas Comparativas, la Teoría Estándar, las Nuevas Teorías del Comercio Internacional, Modelos del Ciclo del Producto y de la Brecha Tecnológica, etc.). La construcción de ventajas competitivas a nivel de las empresas. El Comercio Internacional y el desarrollo de las naciones. Libre comercio, empleo e incertidumbre laboral. El fenómeno de la globalización. Causas y efectos sobre el comercio internacional.
- 2- **ORGANISMOS INTERNACIONALES Y NORMATIVA INTERNACIONAL.** La regulación del Comercio Internacional. Antecedentes: El GATT. La Ronda Uruguay. La OMC. Funciones. Protección contra la competencia desleal. Solución de controversias. Principales cuestiones de conflicto entre países en el seno de la OMC. que obstaculizan una mayor liberalización comercial. El comercio de Productos Agrícolas y de Servicios. Restricciones ambientales y regulaciones laborales. Importancia y efectos de estas cuestiones sobre Argentina y otros países en desarrollo. Las Conferencias de Cancún y Doha. La Convención de Viena y el contrato de compraventa internacional. Economía y Comercio Exterior de AL, USA, ASIA, UE. Estadísticas, análisis, OMC. Inversiones y negocios en Brasil, UE, China y USA.
- 3- **INTEGRACIÓN ECONÓMICA.** Concepto de integración. La cooperación internacional. Distintos tipos de integración. Áreas de Libre Comercio, Uniones Aduaneras y Mercados Comunes.

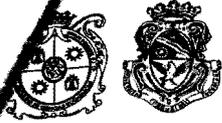


- 4- **COMERCIO INTERNACIONAL Y EL MEDIOAMBIENTE.** Evaluación del impacto ambiental. Cambio climático. Convención marco de Naciones Unidas sobre el cambio climático. Protocolo de Kyoto. Contexto de la Unión Europea. Comercio de emisiones. Normativa relacionada con cambio climático. Contaminantes atmosféricos. Efectos sobre el medio ambiente y la salud humana. Problemáticas globales: Lluvias ácidas, reducción de la capa de ozono, cambio climático y efecto invernadero. Mecanismos y química de los procesos involucrados (smog, emisiones de los vehículos, emisión de óxidos de nitrógeno en la industria, lluvia ácida). El mandato de Doha sobre comercio y medio ambiente. Acceso a los mercados y prescripciones ambientales. Efectos de la liberalización del comercio en el medio ambiente. El medio ambiente en la Unión Europea. La política de medio ambiente y conservación de la naturaleza de la Unión Europea. Protección de la naturaleza y la biodiversidad. Aguas. Medio ambiente urbano. Las empresas y el medio ambiente: el sistema EMAS. Convención de Aarhus. Desarrollo sostenible en la unión europea. La agencia europea y la comisión del medio ambiente. Derecho medioambiental de la UE. La política de productos integrada. Agencia europea de medio ambiente. Etiqueta ecológica. Inspecciones medioambientales.
- 5- **EL PAPEL DE LA SOCIEDAD CIVIL EN LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA.** La cogestión del medio. Convenios de gestión y custodia del territorio. Las fundaciones. Mecenazgo empresarial. Red natura 2000. ONG's ambientales. Unión mundial para la naturaleza. Centro de cooperación del mediterráneo. Word Wildlife Fund. Greenpace. Otras ONG's y herramientas de conservación. Biodiversidad. Convenios internacionales. Convención sobre la conservación de las especies migratorias de vida silvestre (Convenio de Bonn). Convenio relativo a la conservación de la vida silvestre y del medio natural en Europa. Convenio sobre el Comercio Internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestres (Convenio CITES). Convenio sobre la diversidad biológica. Convenio relativo a humedales (Convenio Ramsar). Convenio de Barcelona.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Principal**

- BOUZAS, Roberto (2005), "El Nuevo Regionalismo y el Área de Libre Comercio de las Américas: un enfoque menos indulgente", *Revista de la Cepal*, Vol. 85, Abril.
- CASTILLO, J. A.(1995), "Del GATT a la OMC", *Boletín Económico del ICE (BICE)*, Número extraordinario, Madrid.
- CEPAL (2002), *Globalización y desarrollo*, Santiago de Chile; <http://www.eclac.org>
- CORONA GUZMÁN, Roberto (2004), "La Reunión de Cancún y el futuro de la Ronda de Doha", *Comercio Exterior*, Vol. 54, Diciembre.
- DARÍN, Susana y DURÁN SÁENZ, S. (2005), *Negocios Globales. Nuevos Escenarios para la Comercialización*, Ed. Darín S y Durán Sáenz, S, Buenos Aires.
- GARCIA, Norberto, (1984), *El Balance de Pagos*, Ed. Macchi, Buenos Aires.
- INDEC (1996), *Mercosur: sinopsis estadística*, Buenos Aires.
- MOORI KOENIG, Virginia; MILESI, Darío y YOGUEL, Gabriel (Coord.) (2001), *Las Pymes exportadoras exitosas: hacia la construcción de ventajas competitivas*, Miño y Dávila, Buenos Aires.
- MUÑOZ GUARASA, Marta (2005), "La internacionalización de los servicios en los países desarrollados", *Comercio Exterior*, Vol. 55, Agosto.
- OMC, *Informes Anuales*, Varios años.
- SALVATORE, Dominick (1999), *Economía Internacional*, Prentice Hall, México
- STUHLREHER, Amalia (2004), "El Mercosur como actor en el plano internacional", *Comercio Exterior*, Vol. 54, Mayo.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

URQUIDI, Víctor (2005), "El intercambio comercial y el desarrollo sustentable", *Comercio Exterior*, Vol. 55, Agosto.

YOGUEL, Gabriel (1996), "Comercio internacional, competitividad y estrategias empresariales. El sendero evolutivo de la teoría", Serie de *Documentos de Trabajo N° 4*, Instituto de Industria, U.N. de General Sarmiento.

### Secundaria

ADDA, J. (1999), *Globalización de la Economía*, Ediciones Sequitur, Madrid.

ÁVILA, G. (1995), "El comercio de servicios", *BICE*, Número extraordinario, Madrid

BEKERMANN, Marta (2004), "Argentina: la política comercial como parte de una estrategia global de desarrollo", *Comercio Exterior*, Vol. 54, Octubre.

CELAYA FIGUEROA, Roberto (2004), "Asia Pacífico: los flujos económicos intrarregionales y los prospectos de integración", *Comercio Exterior*, Vol. 54, Febrero.

CEPAL (1994), *La Ronda Uruguay de negociaciones comerciales: una evaluación para América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile.

DI FILIPPO, A. (1998), "Integración regional latinoamericana, globalización y comercio Sur-Sur", Cepal, LC/R. 1820.

KESMAN, Carlos (1997), "Los cambios en la economía mundial: los efectos sobre Argentina y las provincias", Consejo Federal de Inversiones, Buenos Aires.

KIM, Chong (2004), "Comercio entre Corea y el Mercosur: tendencias y perspectivas", *Comercio Exterior*, Vol. 54, Agosto.

KRUGMAN, Paul y OBSFELD, M. (2001), *Economía Internacional. Teoría y Política*, El McGraw Hill, Madrid.

LERMAN ALPERSTEIN, Aída (2004), "El área de Libre Comercio de las Américas: antecedentes y perspectivas", *Comercio Exterior*, Vol. 54, Septiembre.

ROSAS, María (2004), "El terrorismo: nueva barrera al comercio", *Comercio Exterior*, Vol. 54, Julio.

TUSSIE, Diana (1997), "La política comercial en el marco de la Organización Mundial de Comercio", *Revista de la Cepal*, Vol. 62, Abril.

### **EVALUACIÓN:**

Debido al carácter teórico de este módulo la evaluación se realizará de la siguiente forma:

- Los alumnos serán invitados a buscar en prensa escrita y por Internet noticias y comentarios relacionados con el temario. Se dedicarán 15 minutos de cada sesión para que los alumnos comenten las noticias encontradas. Representará el 15% de la nota final se obtendrá de esta participación.
- Los alumnos elegirán un tema para investigar por su cuenta y elaborar un artículo corto (máx 2 páginas) escrito con indicación bibliográfica. Representará el 25 % de la nota final del módulo.
- Examen final de módulo comentando y relacionando un texto provisto por el profesor. 60% de la nota final del módulo corresponderá al examen.

### **Módulo: COMERCIO INTERNACIONAL I**

#### **CARACTERIZACIÓN**

El Comercio Internacional, para el común de las personas, es visualizado como el flujo de mercaderías en los aeropuertos, en fronteras terrestres o en los contenedores que viajan en grandes embarcaciones. Esta visión acotada se agudiza aún más en el interior de países con





grandes extensiones territoriales –cuando debería de ser a la inversa- , donde sólo se la identifica con la operatoria de control en el aeropuerto.

El propósito de este módulo es introducir de forma adecuada al profesional en los conceptos indispensables para comprender las operaciones de Comercio Internacional. Desde la definición de mercaderías, de importación y exportación, el ámbito espacial, zonas primarias, francas y especiales, hasta los sujetos, despachantes de aduanas, transportistas, tributos y prohibiciones regidos por la legislación aduanera.

**Resulta imperativa la comprensión de los conceptos enunciados, incorporando terminología básica al lenguaje del alumno, ya que es indispensable para la participación de grupos de trabajo multidisciplinario y desarrollo apropiado del resto de las asignaturas que componen la carrera.**

Los docentes pondrán especial énfasis/en cada punto del programa, en el tratamiento comparado de los aspectos generales y particulares comprendidos en la legislación de los países del MERCOSUR, Chile, Bolivia, Perú, Ecuador, países de América Central, UE, Estados Unidos y países asiáticos, de manera tal de brindar un panorama general a nivel mundial de la operatoria.-

Al terminar el módulo el alumno tendrá capacidades para la Planeación y promoción estratégica de importaciones y exportaciones, la gestión del tráfico aduanal y los sistemas arancelarios y propietario de una visión de futuro que anticipe la marcha del escenario del Comercio Internacional conforme la evolución de los acuerdos internacionales vigentes.

#### **CONTENIDOS MÍNIMOS**

1. **POLÍTICA COMERCIAL INTERNACIONAL.** Restricciones Comerciales: aranceles. Estructura arancelaria. Barreras comerciales no arancelarias y el nuevo proteccionismo. Comercio y ambiente. Movimiento internacional de factores. Las corporaciones multinacionales y el comercio intra-empresa. La Política de Comercio Exterior Argentina. Evolución histórica y situación actual.
2. **PROCESOS DE INTEGRACIÓN EN EL MUNDO.** Mercosur, Unión Europea, NAFTA, ALCA, Comunidad Andina, CARICOM, ASEAN, APEC. MERCOSUR: Características e importancia. Instituciones, ordenamiento jurídico comunitario.
3. **ASPECTOS GENERALES DE LA LEGISLACIÓN ADUANERA ARGENTINA.** Ámbito espacial. Importaciones y Exportaciones. Mercadería. Sujetos. Servicio Aduanero: organización, funciones y facultades. ESTRUCTURA DE LAS ÁREAS CENTRALES DE AFIP Y DE LA DGA. Misiones y funciones. Competencias. Jurisdicciones. Pasos Fronterizos. Puertos. Aduanas secas. Aeropuertos Internacionales. Auxiliares del Comercio y del Servicio Aduanero. Apoderados generales y dependientes de los auxiliares del comercio y del servicio aduanero. Despachantes de aduana. Agentes de transporte aduanero. Importadores y Exportadores. Otros sujetos. Control del territorio aduanero general. Control de zona primaria aduanera. Control de zona secundaria aduanera. Control en el mar territorial argentino y en la zona marítima aduanera. Control en el mar suprayacente al lecho y subsuelo submarinos nacionales. Áreas que no integran el territorio aduanero general. Área franca. Área aduanera especial o territorio aduanera especial.
4. **ADUANA DOMICILIARIA. ADUANA FACTORÍA. DEPÓSITOS FISCALES. REGIMEN DE OPERADORES EN PLANTA. RÉGIMEN DE OPERADORES CONFIABLES.** Habilitación. Garantías. Funcionamiento. Operaciones Autorizadas. Controles Aduaneros. Zonas Francas. Concepto. Principales Zonas Francas mundiales, latinoamericanas y



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

argentinas. Marco Legal de creación y funcionamiento Ley 24331. Competencias Provinciales. Operaciones. Ingreso, traspaso Interno, Salida. Impacto financiero y tributario. Depósitos Fiscales. Normativa de habilitación. Tipos. Generales y Particulares. De importación, de exportación. Solicitud. Funcionamiento. Ingreso, permanencia y salida de las mercaderías. Casos Prácticos. Visitas a lugares operativos.

5. **INTRODUCCIÓN A LOS TRIBUTOS REGIDOS POR LA LEGISLACIÓN ADUANERA.** Derechos de importación. Impuesto de equiparación de precios. Derechos antidumping. Derechos compensatorios. Derechos de exportación. Tributos con afectación especial. Tasa de estadística. Tasa de comprobación. Tasa de servicios extraordinarios. Tasa de Almacenaje. Casos prácticos
6. **PROHIBICIONES A LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES.** Clases. Ámbito de aplicación. Modalidades de las prohibiciones relativas. Facultades para establecer y suprimir prohibiciones. El cambio de Aduanas tributarias a extra-tributarias. Evolución mundial después del 11-S.
7. **REGÍMENES ADUANEROS ESPECIALES.** Régimen de los medios de transportes. De los contenedores. Equipaje. De franquicias diplomáticas. De envíos postales. Muestras. Muestras comerciales y sin valor comercial. Franquicias. Reimportación de mercadería exportada para consumo. Importación o de exportación para compensar envíos de mercadería con deficiencias. Tráfico fronterizo. Otros. Casos prácticos
8. **REGÍMENES ADUANEROS DE EXPORTACIÓN.** Definitiva de exportación para consumo. Destinación suspensiva de exportación temporaria. Destinación suspensiva de tránsito de exportación. Destinación suspensiva de removido. Casos prácticos. Simulación de operaciones.
9. **IMPORTACIÓN.** Regímenes Aduaneros de Importación. Destinación definitiva de importación para consumo. Destinación suspensiva de importación temporaria. Despacho directo a plaza. Destinación suspensiva de depósito de almacenamiento. Destinación suspensiva de tránsito de importación. Despacho de Oficio-Remates, Rezagos, Secuestros, Destrucciones, Donaciones Ley 25.603. Hecho Imponible. Liquidación Tributaria. Intereses y multas. Casos Prácticos. Simulación de operaciones.

### BIBLIOGRAFÍA

#### Principal

LEY 22415 – CÓDIGO ADUANERO –ULTIMA VERSIÓN INCLUYE MODIFICACIÓN DE LEY 25986 Y DECRETO 1214/05.-

FRATALOCCHI, Aldo "Cómo Exportar e Importar" Ed. Macchi.

RES. GRAL. A.F.I.P. No. 970/95 y sus sucesivas modificatorias. Sistema Informático María SIM. [www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar) (funcionalidades que se ofrece para operaciones aduaneras)

RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1401/02 – Operaciones de exportación y asimilables. Solicitudes de acreditación, devolución o transferencia. Programa aplicativo. R.G. 1313 y sus modificatorias

RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1639/04 – Cumplimiento de Obligaciones Tributarias. Requisitos del exportador

RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1746/04 – Impuesto al Valor Agregado. Operaciones de exportación y asimilables. Solicitud de acreditación, devolución o transferencia. R.G. 1351, su modificatoria y complementarias. Su modificación.

RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1773/04 – Cancelación de deudas aduaneras a través de los estímulos a la exportación





## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1617/03 – Procedimiento para pagar y/o garantizar destinaciones de Exportación  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1256/02 – Declaración Jurada de Venta al Exterior (Exportación). Apruébese el trámite de registro  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1282/02 – Solicitudes de acreditación, devolución o transferencia. Requisitos formalidades y condiciones  
LEY 22415 – CÓDIGO ADUANERO –ULTIMA VERSIÓN-  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1935/05  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1924/05  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1796/04 – Régimen de Importación Temporal  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1204/02 – Identificación (Importación).  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1259/02 – Impuestos Internos (Importación). Nueva versión  
D.T.O. P.E.N. No. 909/00 – Compre Nacional

Durante el desarrollo de la materia se indicarán periódicos, revistas y sitios WEB de gran actualidad sobre estudios, publicaciones, etc.

### Secundaria

FRATALOCCHI ALDO, "Comercio Exterior: Temas Fundamentales del Comercio Internacional de Mercaderías", Ed. Ediciones Jurídicas Cuyo, Mendoza - Argentina, 2005.  
ESTADÍSTICAS TRIBUTARIAS AÑO 2004 AFIP.  
CUADERNOS ESTADÍSTICOS NRO. 30 CEPAL AÑO 2004  
LEDESMA, Carlos Alberto : "Principios del Comercio Internacional"- Ed. Macchi  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 898/00 – Tránsitos y trasbordos (Exportación-Importación). Procedimiento Informático de Cancelación (Modificada por Res. Gral. AFIP No. 1367/02)  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1336/02 – Reg de Tráfico Vecinal Fronterizo de Exportación-Reglamentación y alcance  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 628/99 – Destinación Suspensiva de Tránsito de Importación  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1811/05 – Régimen de Importación y Exportación por Prestadores de Servicios Postales PSP/Couriers. Régimen Simplificado-Plazos y demás condiciones  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1553/03 – Aduana en Factoría. Impuesto al Valor Agregado. Dto. No. 688/02 y su modificatorio. Importaciones definitivas. Cancelaciones no bancarias. Requisitos y Condiciones  
RES. GRAL. A.F.I.P. No. 1513/03 – Declaración Simplificada de Tránsito Terrestre de Importación  
STERNBERG, Alfredo Ricardo: "Los Impuestos y el Comercio Exterior Argentino"  
FERNANDEZ, Tiuna B.: "Fuentes y Prácticas del Derecho Aduanero Internacional"(Ed. Alin S.A. – Honduras)

### EVALUACIÓN

La evaluación del módulo se realizará mediante un examen escrito final, de carácter objetivo. Podrá y se propiciará la realización de trabajos prácticos parciales grupales, como requisito previo a la evaluación final de la asignatura.

#### • **SEGUNDO SEMESTRE**

#### Módulo: MARKETING GLOBAL

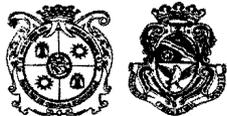
#### CARACTERIZACIÓN



Se aprenderá a analizar el perfil de empresas que pueden exportar y los recursos necesarios para la exportación. Se entenderán las implicaciones de la frase "Pensar globalmente, actuar localmente" en las estrategias de internacionalización y se verá la importancia del marketing mix internacional y los estudios de mercados. Se analizará un estudio de mercado y la relevancia de la adaptación del producto a los diferentes mercados y culturas. Se explicará cómo diseñar estrategias de producto para los mercados internacionales y cómo agregar valor al producto tradicional con servicios de valor añadido digitales. Los alumnos sabrán calcular precios de exportación para diferentes mercados y diseñar las estrategias de promoción internacional más adecuada a cada mercado. Entenderán la importancia de la marca "imagen país" y sabrán cómo usarla. Entenderán también la importancia de las ferias internacionales en las estrategias de promoción internacional y sabrán planificar correctamente los viajes comerciales internacionales. Entenderán las diferentes estrategias de distribución internacional. Sabrán seleccionar la estrategia de distribución más adecuada para cada mercado. Entenderán la importancia de una correcta gestión de la red de distribución internacional. Conocerán los cambios y tendencias en la distribución internacional. Entenderán la importancia de la segmentación internacional en las estrategias de marketing e internacionalización. Tendrán criterios para aplicar una estrategia de marca global o adaptada a los mercados, así como gestionar la marca en los mercados internacionales. Sabrán qué criterios hay que aplicar para posicionar una marca en los mercados internacionales y aplicar las leyes del marketing al comercio exterior.

#### CONTENIDOS MÍNIMOS

1. **MARKETING INTERNACIONAL.** Introducción al Marketing Internacional. El plan de marketing internacional. Los negocios internacionales. Competitividad internacional. Teorías de Porter. Marketing internacional aplicado a los negocios internacionales. El plan de marketing internacional. e-marketing One to one 1/1.
2. **ESTUDIOS DE MERCADOS INTERNACIONALES.** Los estudios de mercados internacionales. ¿Qué exportar?, ¿Dónde exportar?, ¿Cómo exportar?. Métodos realización. Análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico). Análisis de un estudio de mercado.
3. **ESTRATEGIAS DE PRODUCTO EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.** Estrategias de producto internacionales. El producto en los mercados internacionales. Modificaciones y adaptaciones del producto. Estrategias de producto. La política del producto y el e-business. Agregación de valor digital.
4. **POLÍTICAS DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN.** La política de precios internacional. Cálculo de precios de exportación. Estrategias de precios internacionales. Estrategias de precios y e-business.
5. **POLÍTICAS DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL** Políticas de promoción internacional. Advertising & publicity. Relaciones públicas. Catálogos. Ferias internacionales. Viajes de promoción internacionales. La estrategia de internacionalización y la marca país. La imagen país de Argentina. Los viajes comerciales internacionales. Organización del viaje. La venta internacional. Actividades post-viaje. Ferias internacionales. La importancia de las ferias en los procesos de internacionalización. Objetivos de la participación. Preparación y organización de ferias internacionales. Ferias en el mundo.
6. **E-PROMOCIÓN.** Técnicas para promocionarse en los buscadores. Banners. Promoción por email. Generar Interactividad y tráfico en nuestro site. Programas de co-branding y



de afiliación. Análisis de la información básica del site: visitas, usuarios, etc. Medición de audiencias.

7. **ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL.** La distribución en los mercados exteriores. Exportación indirecta. Exportación asociada. Consorcios de exportación. Las Trading Co. Distribución directa. Importador / Distribuidor. Representante internacional. Personal propio de la empresa. Joint ventures. Internacionalización mediante licencias. Franquicias. Otras formas de internacionalización. Gestión de la red de distribución. Criterios de selección del representante / distribuidor. Perfil del representante. El contrato de distribución. Métodos de búsqueda de representantes / distribuidores. Control del representante. e-Business y distribución. La distribución tradicional y el e-business. Agregación de valor a la red de distribución. Los nuevos e-intermediarios.
8. **SEGMENTACIÓN, MARCA Y POSICIONAMIENTO EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.** La segmentación en los mercados internacionales. Criterios de segmentación de mercados. Etapas de un proceso de segmentación internacional. La importancia de la Marca en la estrategia de internacionalización. Estrategias de marca en los mercados exteriores. El posicionamiento en los mercados internacionales. Estrategias de posicionamiento.
9. **MARKETING ECOLÓGICO.** Desarrollo de una política de marketing ecológico. Análisis del ciclo de vida. El ecodiseño. Las compras verdes públicas. La política integrada de productos. ECOLABEL. Las etiquetas ecológicas. El caso de la Unión Europea. Evaluación del impacto ambiental. Evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente. Evaluación del impacto ambiental. Métodos y técnicas de evaluación. Legislación europea. La agricultura ecológica. La producción integrada. La agricultura ecológica en el mundo. Las oportunidades para Argentina.

## BIBLIOGRAFÍA

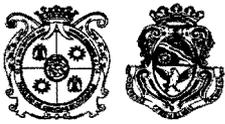
### Principal

- CATEORA, P.-GRAHAM, J. "Marketing Internacional", Editorial Mc Graw Hill, México DF, Décima Edición, 2000.
- COLAIACOVO "Proyectos de Exportación y Estrategias de Marketing"
- COLAIACOVO "Comercio Exterior y Negociaciones Internacionales"
- CZINKOTA, M.- RONKAINEN, I., "Marketing Internacional", Ed. Thomson, México DF, Séptima Edición, 2004.
- FRATALOCCHI ALDO, "Comercio Exterior: Temas Fundamentales del Comercio Internacional de Mercaderías", Ed. Ediciones Jurídicas Cuyo, Mendoza - Argentina, 2005.
- Hair, Bush, Ortinau: "Investigación de Mercados. En un ambiente de información cambiante". 2da. Edición. Mc Graw Hill, México, 2004.
- LAMB, HAIR, Mc DANIELS, "Marketing", 6ta. Ed. Thomson, 2002.
- NARBONA VELIZ, HERNAN "Comercio Internacional - Secretos del Negocio", Centro de Negociaciones Internacionales – Editores, Valparaíso – Chile, 2000.

### Secundaria

- ARESE HÉCTOR, "Comercio y Marketing Internacional", Editorial Norma, Bs. As. 2002
- DIGIER, Agustín, "Cómo Exportar e Importar", Ed. Valletta Ediciones SRL, Bs. AS. - Argentina, 1997.





## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

KIRCHNER ALEJANDRO, "Comercio Internacional: Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial", Ed. ECAFSA, México DF, 3ª Edición, 2000.

LEDESMA CARLOS – ZAPATA CRISTINA, "Negocios y Comercialización Internacional", Editorial Macchi, Buenos Aires 1993.

REDRADO, Martín, "Exportar Para Crecer", Ed. Planeta, Bs. As. - Argentina, 2003.

### EVALUACIÓN

- a) Los alumnos se distribuirán por grupos y cada grupo dispondrá de 3 estudios de Mercado. Cada grupo deberá realizar una visión crítica de los mismos identificando sus puntos fuertes y débiles. Realizarán una exposición oral de las conclusiones. Representará el 20% del total de la nota del módulo.
- b) Se realizará un ejercicio práctico de determinación de precios de exportación para un producto seleccionado. Representará el 20% del total de la nota del módulo.
- c) Se propondrá un *paper* corto de realización individual acerca de la marca país argentina con referencias bibliográficas (max 5 páginas). Representará el 20% del total de la nota del módulo.
- d) Examen final escrito y razonado. Representará el 40 % del total de la nota del módulo.

### Módulo: LOGÍSTICA, TRANSPORTE y SEGUROS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

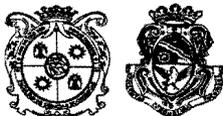
#### CARACTERIZACIÓN

La importancia de la Logística se manifiesta en toda la cadena de valor de las transacciones comerciales, donde los transportes y seguros son dos elementos muy relevantes. Sin embargo, a medida que la globalización va avanzando, los elementos intangibles, como las TICs, resultan determinantes para la competitividad de un país. De allí que además de la necesaria vinculación con otras materias del programa, en ésta se hayan señalado los aspectos básicos de la logística de export-import. El estudio detallado de todos los aspectos relativos a las diversas opciones que una mercancía tiene para transitar de un país al otro, tal como se ha organizado en esta asignatura, permitirá la toma de decisiones en las operaciones de comercio exterior. Para ello se profundizará en la naturaleza y particulares características de los riesgos involucrados en el transporte y en la caracterización de las diversas formas de minimizarlos a través de seguros y delimitación de responsabilidades. Se incluye en esta materia, por afinidad temática, las condiciones de entrega de mercancías o INCOTERMS.

Se estudiarán con detalle los casos y regulación a nivel de bloques regionales, señalando, cuando lo hubiere, la especificidad argentina o del MERCOSUR.

#### CONTENIDOS MÍNIMOS

1. **DEL TRANSPORTE A LA LOGÍSTICA:** diferencias conceptuales y estratégicas. Infraestructuras portuarias y logística en América Latina. Componentes de la logística en la empresa. Operaciones físicas de Logística (transporte, almacenaje y complementarias). Operaciones de gestión logística. Logística para el e-commerce. Externalización de las operaciones logísticas (3PL y 4PL): el papel del operador logístico. La cadena de valor en logística de comercio exterior. Las TICs y su influencia en la logística. La partición de la cadena de valor, deslocalizaciones y TICs. Puntos débiles en la cadena de valor de logística exterior de las empresas locales. Historia y concepto de los Incoterms. La Cámara de Comercio Internacional (CCI). Función de los Incoterms.
2. **ELEMENTOS REALES DEL TRANSPORTE:** Mercancías (commodities) y fletes. Mercancías contaneurizadas. Clasificación. Protección física de las mercancías. Tipos de daños que afectan a las mercancías durante el transporte. Envase y embalaje. Tipos,



## Facultad de Ciencias Económicas

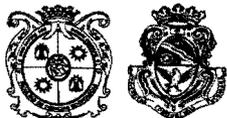
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

factores y riesgos que resuelven. El Palet o pallet. Tipos y manipulación. El contenedor. Diferentes tipos, tamaños y destinos de carga. Normalizaciones internacionales y regionales de contenedores. Aspectos a tener en cuenta al revisar un contenedor antes de su carga. Abreviaturas internacionales habituales relativas a los contenedores.

- 3. TRANSPORTE INTERNACIONAL** Características más destacadas. Marco jurídico internacional y nacional del transporte por carretera. Ámbito de aplicación del contrato entre países contratantes. Responsabilidades de los transportistas. La Carta de Porte y datos para su cumplimentación. Reclamaciones y acciones. Responsabilidades de los transportistas frente a las Administraciones Aduaneras con las garantías correspondientes. Marco jurídico europeo (Acuerdos de Ginebra y convenios TIR). Marco jurídico en los bloques regionales mundiales. Especificidades del marco jurídico del MERCOSUR. Convenio de hidrovía. **Elementos físicos, personales y jurídicos en el transporte por carretera.** Vehículos. Clasificación. Tipologías. Reglamentaciones internacionales. **Transporte ferroviario internacional.** Características diferenciales. Países con servicios más eficientes. Marco jurídico del transporte ferroviario. Elementos físicos. Diversos tipos de vagones y servicios. **Transporte marítimo internacional. Evolución del sector marítimo.** Las banderas de los buques (Bandera Panamax, postpanamax, conveniencia etc.). Rutas marítimas principales. Régimen de libre matrícula. Tipos de buques utilizados en los principales puertos del mundo. Características diferenciales de los puertos. Hinterland y Gateway de los principales puertos del mundo. **Transporte aéreo internacional.** Ventajas y desventajas frente a otras modalidades de transporte. Marco jurídico del transporte aéreo. Elementos físicos del transporte aéreo. Tipos de aviones, formas y capacidad de carga. Modelos más utilizados en el transporte internacional de mercancías. Aeropuerto/terminal de carga (ULD). Circuitos en aeropuertos internacionales (servicios courier, etc.). Servicios aéreos. Conferencias IATA según grandes áreas de Tráfico. Compañías no IATA.
- 4. EL SEGURO DE LAS MERCANCÍAS.** Diferentes pólizas y coberturas. Condiciones generales y específicas. El Institute Cargo Clauses (ICC). Equivalencias internacionales del ICC. Indemnizaciones. Seguro de los buques. Análisis de casos con coberturas incorrectas. Seguros de las Compañías Aéreas. Límites de valor. Seguros en transporte por carretera. Límites de responsabilidad y plazos para reclamar. Seguros de los Transportistas por Ferrocarril. Los límites de responsabilidad fijados internacionalmente.

### BIBLIOGRAFÍA

- Amago, F.: "Logística y Marketing Geográfico", ICG Marge, S.L., 2000
- Baena, Josep "Manual de Transporte Internacional de Mercancías", preparado para el Master en Comercio y Finanzas Internacionales, Universidad de Barcelona, 1996.
- Castán Farrero, J.M., Pisa Cabañero, C y Nuñez Carballosa, A., "La logística en la empresa. Fundamentos y tecnologías de la información y de la comunicación", Ediciones Pirámide 2003, Madrid.
- Enriquez de Dios, Juan Jose, "Transporte Internacional de Mercancías", Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y ESIC Editorial, Madrid, 1997.
- Fleming, D.K. and Hayuth, Y. (1994) "Spatial Characteristics of Transportation Hubs: centrality and intermediacy", Journal of Transport Geography 2, pp.4-5
- Fralalocchi, Aldo. "Comercio Exterior: Temas fundamentales del comercio internacional de mercaderías", Ed. Ediciones Jurídicas Cuyo. Argentina, 2005
- Hoffman, J. (1999). "Concentración en los servicios de líneas regulares: Causa del proceso y sus efectos sobre el funcionamiento de los puertos y de los servicios de transporte marítimo de las regiones en desarrollo". Naciones Unidas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

- Gardeta Oliveros, J.G.: "Manual de logística portuaria", Universidad Politécnica de Madrid. Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, 1999.
- Instituto Internacional de Comercio Exterior (ICEX), "Transporte Internacional de Mercancías", Madrid, 2004.
- Instituto Internacional de Comercio Exterior (ICEX), Comercio Exterior –Curso de Especialistas, Madrid, 1996.
- Instituto Internacional de Comercio Exterior "Camino Guiado a la Exportación", publicación online, disponible en: <http://www.icex.es>
- Carbona Véliz, Hernán. "Comercio Internacional- Secretos del Negocio", Centro de Negociaciones Internacionales. Editores Valparaíso. Chile, 2000.
- Red Iberoamericana de Logística y Comercio, "Incoterms", publicación online, disponible en: <http://www.rilco.org/es/mapa.asp#>
- Sánchez, Ricardo J. "Puertos y transporte marítimo en América Latina y el Caribe: un análisis de su desempeño reciente", CEPAL, 2004
- Sánchez, Ricardo J y Wilmsmeier Gordon, "Provisión de infraestructura de transporte en América Latina. Experiencia reciente y problemas observados", CEPAL, 2005
- Schmidt, Gabriela y Gutiérrez, Ricardo R., "La globalización y la agenda argentina de comercio exterior: evolución y desafíos", EdiUNS, 2005
- Soret, I.: "Logística y marketing para la distribución comercial", Esic. Editorial, 1999.

### **Páginas web de interés:**

#### *Incoterms*

International Chamber of Commerce  
<http://www.icc.org>

Red Iberoamericana de Logística  
<http://www.rilco.org/es/mapa.asp>

#### *Protección física de la mercancía*

Asociación Española de Codificación Comercial  
<http://www.aecoc.es>

Bureau International des Conteneurs  
<http://www.bic-code.org>

#### *Transporte por carretera*

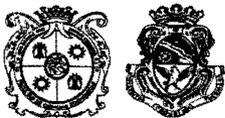
United Nations Economic Commission for Europe: Handbook TIR  
<http://www.unece.org/trans/bcf/tir/tir-hb.html>

Confederación Española de Transporte de mercancías-CETM  
<http://www.cetm.es>

Internacional Road Transport Union  
<http://www.iru.org>

#### *Transporte ferroviario*

Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles RENFE  
<http://www.renfe.es>



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



Unión Internacional des Chemins de Fer  
<http://www.uic.asso.fr>

Transportes Ferroviarios Especiales  
<http://www.transfesa.com>

### *Transporte marítimo*

International Maritime Organization  
<http://www.imo.org>

United Nation Conference on Trade and Development  
<http://www.unctd.org>

### *Puertos:*

Buenos Aires  
<http://www.puertobuenosaires.gov.ar>

Santos  
<http://www.portodesantos.com>

Barcelona  
<http://www.apb.es>

Rotterdam  
<http://www.portoofrotterdam.nl>

### *Transporte aéreo*

International Air Transport Association IATA  
<http://www.iata.org>

### *Aeropuertos:*

Schiphol  
<http://www.schiphol.nl>

Aeropuertos españoles  
<http://www.aena.es>

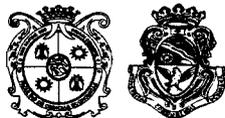
### *Seguro de las mercancías*

Unión Española de Aseguradores  
<http://www.unespa.es>

Internacional Underwriting Association of London  
<http://www.iua.co.uk>

Fondo Monetario Internacional  
<http://www.imf.org>

### *Mercancías peligrosas*



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Guía sobre el acuerdo europeo sobre transporte internacional de mercancías peligrosas por carretera (ADR)

[http://www.euskadi.net/adr/indice\\_2003\\_c.htm](http://www.euskadi.net/adr/indice_2003_c.htm)

Asociación Española de Consejeros de Seguridad para el transporte de mercancías peligrosas por carretera, ferrocarril o vía navegable.

<http://www.aecos.org>

### *Documentación internacional*

Camino Guiado a la Exportación

<http://www.icex.es>

Guía Documentos Export Import. Cámaras de Comercio, industria y navegación de España

<http://www.plancameral.org>

### **EVALUACIÓN**

- a) Se propondrán tres casos para trabajar en grupo donde se deberá determinar cuál es el INCOTERM más adecuado. 20% de la nota final.
- b) Se resolverán 5 ejercicios correspondientes cada uno a los puntos 5, 7, 9, 10 y 11 del programa que se irán resolviendo junto al dictado del módulo. Los resultados de los mismos se comentarán en clase para que la evaluación resulte continua. 30% de la nota final.
- c) Examen final escrito. 50% de la nota final.

### **Módulo: COMERCIO INTERNACIONAL II**

#### **CARACTERIZACIÓN**

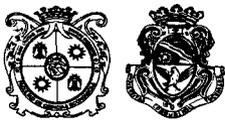
En esta etapa de la carrera, el alumno ha adquirido conocimientos necesarios para desempeñarse a un nivel operativo – aduanero y estará capacitado para participar en aspectos decisivos en materia de comercio exterior.

El objetivo del módulo es brindar los conocimientos técnicos indispensables que permitan evaluar y asesorar sobre el tratamiento arancelario de las mercaderías con las que opera la empresa, dentro del universo de mercaderías comprendidas en el llamado Nomenclador Arancelario.

Este asesoramiento es de una importancia radical. Una mercadería puede parecer idéntica o similar a otra, pero variar en su composición y recibir un tratamiento arancelario -derechos, derechos antidumping, específicos, reintegros, reembolsos, impuestos internos, entre otros- totalmente diferente. Esto adquiere mayor relevancia en el caso de nuestra legislación frente a otras economías más estables, donde generalmente la variación en el universo arancelario es de unos pocos puntos porcentuales, salvo excepciones.

El valor declarado de las mercaderías ante la Aduana también es importante ya que la mayoría de los tributos son *ad-valorem*. Se dará tratamiento a los diferentes conceptos que deben ser incluidos o deducidos de la base imponible a los efectos tributarios.

En tal sentido, las actividades propuestas proporcionarán al alumno las capacidades adecuadas para el manejo de las variables que componen el escenario de una planificación financiera sustentable.



## CONTENIDOS MÍNIMOS

- 1. IMPORTACIÓN.** Impacto Tributario (IVA, Ganancias y otros) y Financiero. Destinación definitiva de importación para consumo. Destinación suspensiva de importación temporaria. Despacho directo a plaza. Destinación suspensiva de depósito de almacenamiento. Destinación suspensiva de tránsito de importación.
- 2. EXPORTACION.** Hecho Imponible. Liquidación Tributaria. Anticipo de derechos. Compromiso de Pago Posterior. Estímulos a las Exportaciones. Drawback. Reintegros y Reembolsos. Otros estímulos a las exportaciones. Acciones del fisco para repetir importes pagados indebidamente en concepto de estímulo a las exportaciones. Commodities. Precios Oficiales. Consorcios Exportadores. Impacto Tributario (IVA, Ganancias y otros) y Financiero
- 3. VALORACIÓN.** Principios Generales. La definición del Valor de Bruselas y el Acuerdo sobre Valoración del GATT. Acuerdo relativo a la aplicación del artículo VII del GATT "Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio". Ley 24425 - Aprobación del acta final en que se incorporan los resultados de la Ronda Uruguay del GATT y el acuerdo Marrakech. Normas de Valoración – Importaciones. Exportaciones Métodos para la Valoración. Recurso contra las decisiones de la aduana. La publicidad de las disposiciones. Retiro de la mercadería con garantía. Explicaciones al importador. Intangibilidad de las facultades aduaneras. Valores Referenciales. Antecedentes de su aplicación. Formación por parte de la Aduana. Intervención de agentes externos. Tablas vigentes. Utilización. Impacto tributario y financiero.
- 4. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA - NOMENCLADOR ARANCELARIO ADUANERO.** La Nomenclatura Arancelaria. Importancia de la Clasificación arancelaria. Efectos. Nomenclatura del MERCOSUR. Reglas Generales para la Interpretación del Sistema Armonizado. Análisis del Nomenclador Arancelario Aduanero. Casos prácticos. Consideraciones Importantes. Unidades normalizadas. Mercaderías que deben presentar licencia previa de importación. Participación de entidades en la verificación de mercaderías. Sufijos de valor y de estadística -su importancia en la declaración comprometida aduanera-. Normas de origen. Acuerdos internacionales suscriptos por Argentina. Intervenciones previas de otros organismos además de la aduana. Normas de origen. ALADI. MERCOSUR. Certificados de origen.

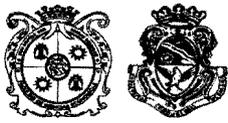
## BIBLIOGRAFÍA

### Principal

Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VII del GATT 1994  
BUENO, Miguel. El Valor En Aduana De Las Mercaderías ED. IARA S.A.  
Decreto No. 1026/87  
Dto. Reglamentario No. 1001/82  
Ley 22415 Código Aduanero  
Ley No. 24425

### Secundaria

Directiva No. 3 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Circulación de mercaderías originarias.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Directiva No. 4 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Acumulación Total de Origen Intra-Mercosur.

Directiva No. 5 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Procedimiento para la tramitación de solicitudes para el establecimiento o modificación de Requisitos de Origen MERCOSUR.

Directiva CCM No. 4/01 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR.

Directiva CCM No. 17/00 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Mecanismo de consultas en la comisión de comercio del MERCOSUR.

Directiva CCM No. 17/99 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Mecanismo de consultas en la comisión de comercio del MERCOSUR.

Directiva CCM No. 11/98 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Requisitos específicos de origen en el MERCOSUR.

Directiva CCM No. 12/97 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Instructivo relativo a los Certificados de Origen MERCOSUR.

Directiva CCM No. 20/97 de la Comisión de Comercio del MERCOSUR – Certificados de origen MERCOSUR – modifica plazos para ferias y exposiciones.

Doctrina y Jurisprudencia que se indicará oportunamente.

HERRERA, Yanez Rafael. "Valoración en aduanas de las mercaderías". Editorial

LAZCANO, Julio "El valor en aduana". Editorial

ZOLEZZI, Daniel "El valor en aduana, Código Universal de la OMC". Editorial

### **EVALUACIÓN**

Se realizará un examen final de carácter objetivo (opciones múltiples o similar). Se propiciará la realización de trabajos prácticos parciales.

### **• TERCER SEMESTRE**

#### **Módulo: DIRECCIÓN y GERENCIA para la INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

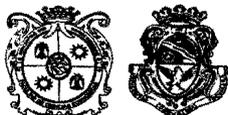
#### **CARACTERIZACIÓN**

La empresa internacional debe considerar para la toma de decisiones el análisis de múltiples variables, ya que sus operaciones están situadas en un escenario ampliado. Al tomar la decisión estratégica de ir al mercado mundial, no sólo deben considerarse dichas variables sino además debe sustentarse en la continua aplicación de técnicas y herramientas que promoverán el éxito de la decisión. De allí que la persona o personas que guiarán la empresa hacia su internacionalización requieren habilidades y capacidades específicas para realizar las tareas y funciones adecuadas. En Argentina existe un tejido muy importante de PYMES y en la organización de los contenidos se ha tenido en cuenta esta estructura productiva. Por eso, en este módulo se abordan tanto los aspectos más destacables del proceso de internacionalización, como las funciones a desempeñar por las personas que lo dirigen.

Así podemos hablar de diferentes grados de internacionalización y del proceso de internacionalización en el marco del citado plan estratégico de manera tal que la misma sea duradera y estable.

En algún momento en la vida de toda empresa se hace difícil seguir creciendo en el mercado nacional. Ante esta situación, las empresas suelen diversificarse en otros sectores o bien ampliar su mercado a otros lugares geográficos, lo que le posibilitará, además de crecer, reforzar su posición competitiva local al incrementar su volumen o diversificarse pero dentro del mismo sector.

#### **CONTENIDOS MÍNIMOS**

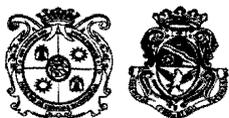


- 1. INTRODUCCIÓN.** Antecedentes. La internacionalización de las empresas. Definiciones de Internacionalización. Costos y Riesgos asociados a la internacionalización. ¿Cómo inician la internacionalización las PYMES europeas? Lecciones para nuestras PYMES. Formas de Entrada en los Mercados Exteriores. Barreras internas y externas a la internacionalización de empresas argentinas. Intermediarios independientes. Compañías de *Trading*. Venta directa. Agentes y distribuidores. Subsidiarias de ventas. Exportación Concertada.
- 2. CONTRATO DE FABRICACIÓN CON EMPRESAS EXTRANJERAS.** Licencia de fabricación con empresas extranjeras. Establecimiento de centros de producción propia. "*Joint-Ventures*". Cooperación y Alianzas Estratégicas. Factores que influyen en la elección de los diferentes modos de entrada. Factores internos de la empresa. Objetivos de la empresa. Tipos de productos/ servicios. Recursos disponibles. Grado de internacionalización. Factores externos a la empresa. Competencia internacional. Barreras /incentivos legales. Características del mercado. Riesgos del mercado.
- 3. RAZONES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN.** Acceso a la tecnología. Fuentes de tecnología. Costos de producción elevados en el mercado nacional. Acceso a nuevos mercados / ampliación de mercado / economías de escala. Capacidad de producción instalada y complementaria en el exterior. Acceso al capital. Acceso a mano de obra.
- 4. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.** La globalización y la regionalización. El mercado de trabajo en el contexto internacional. Sindicatos y empresas multinacionales. Alianzas estratégicas y cooperación internacional. La cooperación empresarial. Definición clara de la estrategia de cooperación. Definición de los objetivos de la cooperación. Objetivos de corto, mediano y largo plazo. Cuantificables y estratégicos. Clasificación de las alianzas y formas de cooperar. Consorcios de Exportación. "*Joint-Ventures*". A.E.I.E. Franquicias. Alianzas Estratégicas. Producción en los Mercados Exteriores (IDE). Organismos nacionales e internacionales que apoyan y asisten a la internacionalización de la empresa.
- 5. DIRECCIÓN Y GERENCIA.** Habilidades básicas (personales, capacitación, liderazgo) de la función directiva y gerencial. La función directiva y el ejercicio estratégico. Las habilidades gerenciales necesarias en el proceso de internacionalización de una empresa. Las habilidades gerenciales en las PYMES. Diversas formas de involucrar a todo el personal de la empresa en el proceso de internacionalización. Procesos de comunicación, inducción, delegación y administración de equipos. El Director como armonizador de diversidad de intereses. Recursos para la internacionalización (humanos, materiales, intangibles). Evaluación de la necesidad de creación de un Departamento específico (El Dpto de exportación). Áreas de trabajo funcional y administrativo en el Dpto de exportación. Evaluación de habilidades en el equipo. Apoyo a la formación y capacitación. Cómo presentar el plan de internacionalización al Consejo/Dirección. Cómo negociar plazos y financiación para desarrollar el Plan de internacionalización.

### **BIBLIOGRAFÍA**

#### **Principal**

- ALIBER, R. Z. (1971): «The Multinational Enterprises in a Multiple Currency World», en J. H. BERTRAN VALL, Josep, Marketing en un mundo global. Claves y estrategias para competir en el Mercado internacional, Mc Graw Hill, 2005, México.
- CANALS, J. (1994): La internacionalización de la empresa, Madrid: McGraw-Hill.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

- CANALS, J. (1994): *Entrepreise and competitive Org.* Oxford.
- CASSON, M. C. (1993): "Cultural Determinants of Economics Performance", *Journal of International Comparative Economics*, 17, pp. 418-442.
- CASSON, M. C. (1991): *Competitividad Internacional y Estrategia* Barcelona Ed. Ariel
- CENTINEO ALESSI, Carmen: *Guia para la Internacionalización de PyMES industriales de alta tecnología*, Argentina: 2002
- DIAZ GUTIERREZ, Antonio: *Plan de Internacionalización de una empresa Mexicana*, Barcelona: 2003.
- DUCKER, Meter, *La Gerencia, Tareas, responsabilidades, prácticas.* Ateneo, 2005, Buenos Aires.
- DUNNING (ed.): *The multinational enterprises*, Londres: Allen & Unwin.
- KOFMAN, Fredy, *Metamanagement*, Granica, Buenos Aires, 2001.
- KOTLER, Philip: *El marketing según Kotler como crear, ganar y dominar mercados*, Argentina: 1999.
- OHMAE, K. (1989): "Managing in a Borderless World", *Harvard Business Review*, mayo-junio, pp. 152-161.
- OHMAE, K. (1983) *La Mente del Estratega.* Mc Graw Hill
- PORTER, M.E. (1990): "The Competitive Advantage of Nations" Nueva York: Free Press

### Secundaria

- CANALS, J. (1994): *La Internacionalización de la Empresa: Cómo evaluar la penetración en mercados exteriores.* Mc Graw Hill. Madrid
- DURAN, J.J. (1992): *Economía de la Empresa.* Pirámide. Madrid
- DURAN, J.J. (2001): *Estrategia y Economía de la Empresa Multinacional.* Pirámide. Madrid
- GIRÁLDEZ, E. (2002): *La Internacionalización de la empresa española en América Latina.* C.E.S. Madrid.

### Módulo: FISCALIDAD INTERNACIONAL

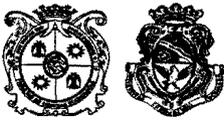
#### CARACTERIZACIÓN

El asesoramiento fiscal de las empresas debe estar a la altura de los acontecimientos a nivel mundial para conseguir un correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias y una adecuada planificación fiscal. La complejidad de las operaciones de comercio exterior y el dinamismo de los sistemas tributarios exigen un alto grado de especialización en la materia a quienes, de forma interna o externa, se les encomienda la responsabilidad de determinar los costos fiscales dentro de la evaluación financiera.

Hoy, la asesoría fiscal requiere una visión global del Comercio Internacional y el funcionamiento de los sistemas tributarios, nacional e internacional.

#### CONTENIDOS MÍNIMOS

1. **IMPUESTO A LAS GANANCIAS.** Transparencia fiscal internacional (CFC). Concepto. Imputación de rentas. Ingresos y Gastos Comunes. Inventarios. Dividendos. Plusvalías por operaciones de compraventa de empresas. El problema de la valoración. Gastos de Apoyo (*management fees*) Rentas de fuente extranjera. Análisis actual de la vigencia de los Criterios de territorialidad y de la fuente.
2. **CONCEPTO DE ESTABLECIMIENTO PERMANENTE.** La ley de renta de no residentes. Los Convenios de doble imposición. Precios de transferencia. Características. Manifestaciones. El informe de la Comisión Carter. El informe de la Comisión de la UE. Informe del Comité de Asuntos Fiscales de la OCDE sobre precios de transferencia y empresas multinacionales. Principio de mercado y plena



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



competencia. Métodos de determinación-valoración de precios de transferencias. De precio comparable. De precios de reventa. De costo incrementado. Otros métodos. Métodos no aceptados por la OCDE. Condiciones para considerar vínculos entre empresas. Deslocalización de capitales por motivos fiscales. Experiencia Internacional sobre precios de transferencia. EEUU: Reforma art. 482 del Código de Renta Interna. Actuación del IRS. Directivas de la UE. Régimen fiscal en países representativos. Acuerdos previos de valoración. Régimen legal en Argentina. Resoluciones de la AFIP. Aplicativos de la AFIP para la determinación y declaración de precios de transferencia.

3. **SUBCAPITALIZACIÓN.** Intereses. Reglas. Topes. Operaciones entre empresas vinculadas. Los precios de transferencia. La doble imposición internacional. Los convenios para evitar la doble imposición. El modelo de Convenio de la OCDE. Ámbito. Impuestos comprendidos. Definiciones. Residente, establecimiento permanente. Rentas Inmobiliarias. Beneficios Empresariales. Empresas asociadas. Dividendos. Intereses, Cánones. Ganancias del Capital. Trabajos Independientes. Trabajos dependientes. Patrimonio. Métodos para evitar la doble imposición. De exención. De imputación. Principio de la no discriminación. Informe de la OCDE sobre subcapitalización.
4. **GANANCIAS OBTENIDAS SIN MEDIACIÓN DE ESTABLECIMIENTO PERMANENTE.** El representante. El domicilio fiscal. Base imponible. Tipo de gravamen. Tipos de gravamen específicos en los Convenios de Doble Imposición. La obligación de retener. Obligados a retener. Rentas sometidas a retención. Tipo de retención. La obligación de declarar. Las obligaciones formales. Supuestos de responsabilidad solidaria.
5. **PARAÍSO FISCALES.** Operaciones. Regulaciones Internacionales. Requisitos para su Fiscalización. Procedimientos de Control de la AFIP. Intercambio de información y documentación. Auditorías simultáneas.
6. **LA TEORÍA DEL IMPACTO TRIBUTARIO GLOBAL.**

### BIBLIOGRAFÍA

#### Principal

Comisión CCE Dictamen Orientaciones en materia de fiscalidad empresas. (92/C49/11)  
FORMULARIOS Y APLICATIVOS DE AFIP.  
HERRERO MALLOL, Carlos. Precios de Transferencia Internacionales. Ediciones Aranzadi. España 2000.  
ARESPACOHAGA, Joaquín de. Planificación Fiscal Internacional. Madrid Ed. Marcial Pons 2000.  
R.G. AFIP N° 1122/2001  
RG AFIP N° 1227/2002  
RG AFIP N° 1339/2002  
RG AFIP N° 1590/2003  
RG AFIP N° 1987/2005

#### Secundaria

COOPERS Y LYBRAND INTERNATIONAL CORPORATE. Transfers Pricing (Oxfordshire (England)  
ERNST Y YOUNG INTERNATIONAL. Transfers Pricing. Ed. Business International Corporation.  
April, 1991.  
OCDE Modelo De Doble Imposición. 1978



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

OCDE Reporte Del Comité De Asuntos Fiscales Sobre Precios De Transferencia Y Empresas Multinacionales. 1979

OCDE Informe Sobre Recomendaciones Sobre Precios De Transferencia Para Administraciones Tributarias Y Grandes Empresas. 1995

US Income Tax Transfer Pricing Rules for Intangibles as Approximation of Arms Length Pricing.

HALPERIN Roberto y Bin Srinidhi. Journal of American Accounting Association, January 1996.

### EVALUACIÓN

Examen final escrito, de carácter objetivo (opciones múltiples o similar). Se propiciará, además, la realización de trabajos prácticos grupales de carácter parcial, a fin de consolidar grupos de trabajo y estudio.

### TALLER DE REDACCIÓN Y CONFECCIÓN DE TRABAJOS CIENTÍFICOS

#### CARACTERIZACIÓN

Tendrá por objeto aportar al participante herramientas que le permitan reflexionar acerca de su propia escritura, con una actitud crítica y analítica a la vez, ser lectores activos y reflexivos de la escritura.

Conocer y aplicar los caracteres básicos, revisar algunas nociones de lengua castellana (aquellas que son de aplicación práctica inmediata en la redacción de los trabajos finales), conocer y aplicar las pautas formales para la presentación de trabajos escritos y adquirir un entrenamiento en la capacidad de producir textos científicos.

Se buscará unir entonces tanto en lo teórico como en lo práctico cuestiones lingüísticas, gramaticales y normativas con los requisitos necesarios para una presentación formal de escritos científicos, desde su organización global hasta los detalles de formas.

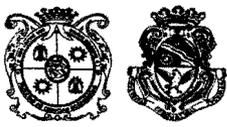
#### CONTENIDOS MÍNIMOS

1. Organización del texto: Noción general de "texto". Estudio de la superestructura del texto científico. Las macroestructuras que conformen el contenido. El tema. Las posibilidades de organización textual. Las reglas de reducción de la información. La progresión temática. Los rasgos de coherencia textual. Las marcas de subjetividad e impersonalidad en el lenguaje.
2. Aspectos normativos (acentuación y puntuación), sintácticos (relaciones entre oraciones), morfológicos (uso correcto, concordancia) y semánticos.
3. Presentación formal: la idea o plan general. Formas de citas, bibliografía o sugerencias prácticas para la corrección final.
4. Objetivos:
  - 4.1 Desarrollar la capacidad de planificar y llevar adelante un proceso de investigación aplicada.
  - 4.2 Adquirir la capacidad de planificar, redactar y corregir la propia escritura en función de las propuestas temáticas y la coherencia lógica del proceso.
  - 4.3 Redactar partes o capítulos del trabajo final de la carrera.

#### • CUARTO SEMESTRE

#### Módulo: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

#### CARACTERIZACIÓN



Se propone, durante el dictado del módulo, un análisis evolutivo de la actualidad financiera mundial a la luz de la nueva realidad política, social y económica internacional, y de su influencia sobre la operatoria bancaria y financiera, sus instrumentos de pago y cobro, la normativa aplicable, la variación en los costos empresariales. Todo esto con el fin de que el profesional se encuentre capacitado para intervenir de manera determinante en la toma de decisiones en pro de maximizar la rentabilidad de la empresa y/o de los grupos económicos.

Asimismo, se pretende capacitar a los maestrandos en el manejo de las herramientas necesarias para formular, evaluar, sensibilizar e interpretar correctamente los resultados de un proyecto de inversión que contemple un avance simultáneo en el desarrollo de los conceptos teóricos, procedimientos técnicos y herramientas metodológicas de las que el participante deberá poseer dominio conceptual y su aplicación concreta.

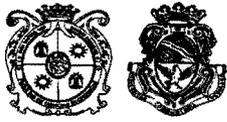
## CONTENIDOS MÍNIMOS

### I- FINANZAS INTERNACIONALES

1. **ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS FINANCIEROS.** Los activos financieros: definición y tipos. Los mercados financieros: definición y funciones. Tipología de los mercados financieros. La globalización de los mercados financieros. Funcionamiento y operativa de los mercados financieros. El mercado monetario: interbancario, treasury bills, repos y pagares. El mercado de capitales: deuda pública, renta fija privada y renta variable. Los euromercados.
2. **EL PAPEL DE LA BANCA EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYME.** El papel de la banca en el comercio exterior: ¿Bancos globales o bancos multilocales? La utilización de los servicios de banca on-line en el comercio exterior. ¿Cómo elegir el medio de pago más idóneo para cada transacción? Los aspectos más relevantes de cada uno de los medios de pago utilizados en las operaciones de comercio exterior. ¿Cómo gestionar las necesidades financieras de la empresa cuando aborda un proceso de internacionalización? Fórmulas y fuentes de financiación. Financiación de proyectos de inversión en el MERCOSUR, oportunidades y desafíos.

### II- INSTRUMENTOS FINANCIEROS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. **INTRODUCCIÓN A LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS EN COMERCIO INTERNACIONAL.** Instrumentos de cobro y pago en transacciones comerciales: carta de crédito, letra de cambio, orden de pago, cobranza documentaria. Responsabilidades. Riesgos de cada documentación. Secuencias. Instrumentos financieros de apoyo a la exportación
2. **FINANCIAMIENTO DE EXPORTACIONES.** Préstamos a productores para la financiación de insumos que se incorporarán en la elaboración de los productos para la exportación. Préstamos a exportadores para la financiación de bienes de capital. Préstamos a exportadores una vez efectuado el embarque de la mercadería a exportar. (Financiación de la pre-exportación, exportación y post-exportación).
3. **FINANCIACIÓN DE IMPORTACIONES:** Préstamos a productores para la financiación de insumos que se incorporarán en la elaboración de productos para el mercado interno. Préstamos a productores para la financiación de bienes de capital. Préstamo para la adquisición de productos terminados para consumo del mercado interno. Calificación de la empresa para la obtención de financiamiento.



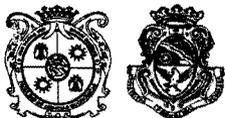
4. **ALTERNATIVAS DE GESTIÓN DE LAS NUEVAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS.** Leasing. Factoring. Definición y concepto. Fuentes de información por Internet de entidades financieras, gobierno y organismos internacionales. Nuevas regulaciones de los bancos internacionales después del 11-S.- Sociedades en el exterior. Cuentas en el exterior. Nueva normativa de regulación de las empresas off shore.
5. **SEGURO DE CAMBIO Y DE CRÉDITO.** Seguro de crédito a la exportación internacional. Responsabilidades. Concepto y definición. Modalidades. Diferencia entre el costo del seguro de crédito y los demás instrumentos de pago. Concepto de *Rating*. Tipología de e-informes Riesgo País. Construcción de índices y análisis. Resultados. Riesgos empresariales. Identificación. Instrumentos financieros de gestión de riesgos: Forwards y futuros financieros; Opciones financieras; floors, caps y collars. Swaps y swaptions. Utilización de los instrumentos para la gestión de los riesgos empresariales: Riesgo de Tipos de interés; Utilización de instrumentos de cobertura de riesgos tipos de interés; Riesgo de Tipos de cambio e instrumentos de cobertura; Riesgo de precios de Materias primas e instrumentos de cobertura; Riesgo de inversión en cartera de acciones y cobertura.

### **III- EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN**

1. **EVALUACIÓN DE PROYECTOS:** tipología de proyectos. Estudios de viabilidad. El proceso de estudio de proyecto. Fuentes de información. Rentabilidad del proyecto, del inversionista y capacidad de pago a la fuente de financiamiento. Información económica que provee el estudio de mercado, técnicas de predicción para análisis económico. Uso de facilitadores del Excel. Estrategia comercial, métodos de proyección, estimación de costos. Cálculo del valor remanente de la inversión. Análisis costo-volumen-utilidad. Antecedentes económicos del estudio técnico. Determinación del alcance de un proyecto. Factibilidad y viabilidad. Decisiones de localización. Efectos económicos de los aspectos organizacionales. Antecedentes económicos del estudio legal. Beneficios del proyecto. Flujos de caja proyectado y tasa de descuento. Criterios de evaluación. Análisis de riesgo. Análisis de sensibilidad. Evaluación de inversiones ante incertidumbre. Análisis optimizante del proyecto. Outsourcing, reemplazo, ampliación, abandono e internalización. Estudio de casos.
2. **EVALUACIÓN DE PROYECTOS ESPECÍFICOS:** de una firma importadora comercial (con diferentes grados de profundidad, representante, distribuidor, asistencia o servicio técnico, agencia o filial de ventas en el país); de una firma importadora de insumos fabricante de productos comercializados en el país; de una firma importadora de insumos, con agregado de producción nacional e integrante de la cadena de insumos de la industria automotriz; de firma exportadora de productos primarios (minerales y cereales, esta última mercadería excluyente), con filiales, representantes, agente, o simplemente, clientes, en el exterior. Supuestos de internacionalización; de firma exportadora de productos manufacturados que incluyen insumos importador con carácter definitivo y temporarios; de proyectos grupo, donde cada país aporta sus ventajas comparativas; de proyectos holdings - modelo nórdico de gestión financiera de grupos holdings-.

### **BIBLIOGRAFÍA**





**Principal**

- BREALEY, R y MYERS, S.: "Fundamentos de Financiación Empresarial", Cuarta Edición, McGraw-Hill, 1998.
- FERNÁNDEZ BLANCO, M.: "Dirección Financiera de la Empresa" Pirámide S.A., Madrid, 1991.
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, Boletín del,
- GALITZ, Lawrence.: "Ingeniería Financiera", Editorial Folio S.A., 1994.
- ICEX, "Cobertura de riesgos en las operaciones de exportación", 2005.
- LEVI, M.D.: "Finanzas Internacionales", Tercera Edición, McGraw-Hill, México, 1997.
- MENEU, V.; JORDA, M.P. y BARREIRA, M.T.; "Operaciones financieras en el mercado español", Ariel Económica. Barcelona, 1994.
- PRIETO PEREZ, E.; "Análisis Financiero de los Empréstitos de Obligaciones. Ed. ICE. Madrid, 1982.
- REUTER NEWS SERVICE: "Global Currency Markets Move \$1.23 Trillion a Day". Wall Street Journal, Octubre 1995.
- SAPAG CHAIN, N.; "Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa", primera Edición, Prentice Hall (Pearson), Buenos Aires, 2003.
- SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN, R.; "Preparación y Evaluación de Proyectos", Tercera edición, McGraw-Hill, Bogotá, Colombia, 1996.
- SAPAG CHAIN, N.; "Proyectos de inversión: formulación y evaluación", Primera edición, Prentice Hall (Pearson), 2006.
- SOLNIK, Bruno, "Inversiones Internacionales", segunda edición, Addison-Wesley Iberoamericana, 1993, Wilmington, Delaware, E.U.A.
- TUGORES, Juan.: "Economía Internacional e Integración Económica". McGraw-Hill, 1996.

**EVALUACIÓN**

- a) Análisis de casos. Evaluación de proyectos de inversión. Trabajo en grupo. Exposición oral. Representará el 50% de la nota del módulo
- b) Examen final oral de los temas I y II. Representará el 50% de la nota del módulo.

**Módulo: MARCO JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

**CARACTERIZACIÓN**

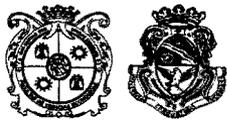
Se brindarán conocimientos legales específicos que intervienen en el Comercio Internacional, que dotan de la necesaria seguridad jurídica a las operaciones de intercambio de bienes físicos, servicios, operaciones financieras relacionadas a los mismos, transporte y seguros.

Se verán modelos de contratos habitualmente utilizados, jurisdicción y competencia. Derechos de los consumidores, etc. Interpretar correctamente las cláusulas constitucionales vinculadas al régimen legal aduanero. Estructura y composición del ordenamiento jurídico aduanero.

También se trabajarán casos reales de solución de controversias en diferentes ámbitos internacionales que han involucrado a empresas argentinas.

Se abordarán especialmente las disposiciones contenidas en la Ley 22.415, los DELITOS ADUANEROS, el contrabando, las infracciones, las sanciones por su comisión, así como los diferentes procedimientos y recursos en materia aduanera.





Sin perjuicio de que algunos casos ameriten la intervención de un profesional en Derecho, el alumno de la Maestría recibirá los conocimientos necesarios que le permitirán comprender las diferentes situaciones y sus alcances, así como también potenciar el trabajo en equipos multidisciplinares, cuando la complejidad lo requiera.

El dictado de este módulo será teórico-aplicado, así como su sistema de evaluación. Se trabajará con casos prácticos orientados a elaborar diversas estrategias para abordar conflictos a partir del conocimiento y habilidad adquirida.

### CONTENIDOS MÍNIMOS

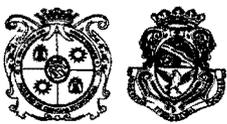
- 1. EL GATT EN PROFUNDIDAD SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN OMC.** Casos prácticos. El caso de la soja argentina en UE. La aplicación de prohibiciones
- 2. DERECHO INTERNACIONAL PÚBLICO Y PRIVADO.** Modelos de contratos internacionales. Las normas de Derecho Internacional Privado de fuente interna en la República Argentina. Producido el estado de insolvencia ¿es conveniente modificar el régimen jurídico de los bienes? Conservación de la empresa en crisis y de insolvencia. Experiencia de países como Japón, España y Suiza. El patrimonio internacionalmente disperso y las relaciones jurídicas que tengan los bienes. Garantías privadas Internacionales. ¿Cuándo una garantía privada es internacional? Reemplazo de las garantías reales propiamente dichas, ante las nuevas modalidades de contratación comercial internacional. La contratación electrónica internacional. Modelos.
- 3. DERECHO ADUANERO.** Antecedentes Históricos. Fundamentos constitucionales. Concepto y contenido. Fuentes. Autonomía. Ubicación en el Orden Jurídico. Relación con otras disciplinas. Interpretación. DERECHO ADUANERO COMPARADO. MERCOSUR, ALADI, Nafta, Unión Europea, etc. Acuerdos Internacionales. Legislación internacional sobre importaciones. Delitos Aduaneros. Contrabando. Actos culposos que posibilitan el contrabando y uso indebido de documentos. Tentativa del contrabando. Encubrimiento de contrabando. Disposiciones comunes. Penas. Responsabilidad. Extinción de acciones y penas. Infracciones Aduaneras. Disposiciones Generales. Responsabilidad. Concurso. Penas. Reincidencia. Extinción de acciones y penas. Disposiciones Especiales. Contrabando menor. Declaraciones inexactas y otras diferencias injustificadas. Mercadería a bordo sin declarar. Tenencia injustificada de mercadería de origen extranjero con fines comerciales o industriales. Otras transgresiones.
- 4. PROCEDIMIENTO ADUANERO ARGENTINO.** Disposiciones Generales. Disposiciones comunes a todos los procedimientos ante el servicio aduanero. Jurisdicción y competencia. Disposiciones especiales para los procedimientos de impugnación, de repetición y por infracciones. Incidentes. Nulidades de procedimientos. Procedimientos Especiales. Procedimiento de impugnación. Procedimiento de repetición. Procedimiento para las infracciones. Procedimiento para los delitos. Procedimiento de ejecución. Recursos.
- 5. CÓDIGOS ADUANEROS COMUNITARIOS.** UE, Proyecto MERCOSUR.

### BIBLIOGRAFÍA

#### Principal

ALSINA, M.A. - BARREIRA, E.C. - BASALDUA, R.X. - COTTER MOINE, J.P. - VIDAL ALBARRACIN, H.G.: "Código Aduanero. Comentarios. Antecedentes. Concordancias" Ed. Abeledo - Perrot. 1992-1996.

AROCENA, GUSTAVO A: Delitos Aduaneros - Ed. Mediterránea. 2004



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

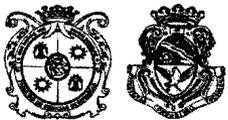


- BASALDUA, R.X.: "Derecho Aduanero. Parte General. Sujetos". Ed. Abeledo – Perrot  
BASALDUA, R.X.: "Introducción al Derecho Aduanero". Ed. Abeledo – Perrot  
Anton, A.E.: Private International Law- W. Green- Edinburgh, 1990.  
Carbone, Sergio- Ivaldi, Paola: Lezioni di diritto internazionale privato. Ed. CEDAM. Milán, 2000.  
Westlake, John: Private International Law. Sweet and Maxwell, Limited. London, 1890. Tercera Edición.  
Asenjo, Verónica: "Derecho Internacional Público y Derecho Internacional Privado en la Jurisprudencia de la Corte."  
Pardo, Alberto Juan: "La necesidad de hallar una calificación de Derecho Internacional Privado de carácter formal". En La Ley, diario del 5 de junio de 2001.

### Secundaria

- ABARCA, A.E.: "Procedimientos Aduaneros" Ed. Universidad. 1999.  
BARREIRA ENRIQUE Carlos- "Deudas y Créditos Aduaneros- Ejecución, actualización, intereses"- UBA  
BENINCASA, José María: Importaciones-Exportaciones. Delitos e Infracciones. Ed. Belgrano. 2000  
BONZON, J.C.: "Derecho Infraccional Aduanero". Edit. Hammurabi. 1987.  
BUSTOS CARA, Raúl: "La extinción de la acción por cumplimiento voluntario en el Derecho Infracción Aduanero", Revista del Instituto de Estudios Aduaneros. 1988.  
CARBAJAL CONTRERAS, M.: "Derecho Aduanero". Ed. Porrúa S.A. (México)  
GAGLIARDO Mariano –"Responsabilidad de los directores de S.A. (aduaneras)" Ed. Abeledo Perrot 1994  
EDWARDS, Carlos: "Régimen Penal y Procesal Penal Aduanero". Ed. Astrea 1995.  
FERNANDEZ LALANNE, P.: "Comentarios al Código Aduanero". Ed. Guía Práctica del Exportador e Importador S.A.I.C.. 1997.  
FERRO, C.A.: "Código Aduanero Comentado". Ed. Depalma.  
GOTTIOFREDI, Marcelo: "Código Aduanero Comentado". Ed. Machi. 2001.  
MEDRANO, Pablo H.: "Delito de Contrabando y Comercio Exterior". Ed. Lerner Libreros. 1991.  
VIDAL ALBARRACIN, H.G.: "Delito de Contrabando". Ed. Universidad.  
VIDAL ALBARRACIN, H.G.: "Delitos Aduaneros". Ed. Mave. 2004.  
VILLEGAS, Hector B.: "Régimen Penal Tributario Argentino". Ed. Depalma.  
Bouza Vidal, Nuria: Las Garantías Mobiliarias en el comercio Internacional. Ed. Marcial Pons. Madrid, 1991.  
Villalba, Carlos A.: "Reforma Parcial a la Ley de Propiedad Intelectual 11.723". En La Ley, diario del 19 de febrero de 1999.  
Santos Belandro, Rubén B.: Bases fundamentales del Derecho de la Integración y Mercosur. Ed. Asociación de Escribanos del Uruguay. Montevideo. 2001.  
Santos Belandro, Rubén B : Bases fundamentales del Derecho Internacional Privado Interamericano. Asociación de Escribanos del Uruguay. Montevideo. 2001.  
Bouza Vidal, Nuria: Las Garantías Mobiliarias en el comercio Internacional. Ed. Marcial Pons. Madrid, 1991. Ed. Marcial Pons. Madrid, 1991.  
Rodríguez Mateos, Pilar: El contrato de leasing mobiliario internacional. Ed. Eurolex. Madrid, 1997.  
Torrejón Puchol, Jesús Emilio: "El leasing mobiliario en la ley de contratos de las administraciones públicas" (I) y (II). En La Ley de Madrid, diarios del 27 y 28 de marzo de 2001.

**Módulo: LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y EL COMERCIO INTERNACIONAL.**



## CARACTERIZACIÓN

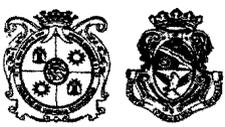
Se pretende dotar al alumno de las capacidades necesarias para explotar al máximo las diferentes herramientas disponibles a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación (TICs). Desde la búsqueda de información, hasta el manejo virtual de la empresa, stocks, pedidos, facturación, informes de gestión, cámaras web, etc así como la interacción con los Organismos de control del comercio internacional y el resto de los operadores. En ese sentido, este módulo tiene aspectos vinculados a otras materias de la carrera, especialmente, "Logística, transporte y seguros en el Comercio Internacional" por lo que se prevé un fluido intercambio con los profesores de la misma.

También se abordarán las diferentes estrategias para utilizar las TICs como proyección exterior de la empresa: dar a conocer la empresa, publicitar y ofrecer productos y/o servicios, aceptar pedidos y el manejo de redes internas localizadas en diferentes partes del mundo, entre otros.

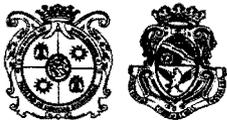
Especial énfasis se otorga al análisis de la realidad argentina en lo relacionado a la posibilidad de explotación de las TICs en el comercio internacional según la regulación actual. Para ello se incluye el uso y explotación del sistema informático que la Aduana proporciona, (intervenciones en el sistema previo al arribo de la mercadería, presupuesto SIM, etc) aplicaciones y el régimen de operadores confiables, cuya principal característica es el control aduanero virtual permanente a través de tecnología de cámaras web.

## CONTENIDOS MÍNIMOS

- 1. LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES.**  
Exposición y análisis de Conceptos generalmente aceptados. Evolución. Las TICs como factor determinante en los resultados obtenidos en las operaciones de comercio internacional. Presupuesto, planificación, inversión y análisis de rentabilidad. Valoración de la implementación gradual de TICs en la operatoria de comercio internacional. Determinación de las TICs adecuadas para las distintas etapas del negocio. Gestión de la rápida obsolescencia de las TICs. Adaptación en las actividades principales y de apoyo de la Organización a las TICs. Decisiones de estructura. El área de Informática debe tener el mismo nivel orgánico que al resto de áreas de la organización?
- 2. EL IMPACTO ECONÓMICO Y TRANSFORMADOR DE LAS TICs EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.** La Organización Mundial del Comercio y las TICs. La diversificación y crecimiento del comercio de servicios en el mundo y el debate acerca de la regulación actual (TRIPS, TIPS, etc) Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial adoptada por la Segunda Conferencia Ministerial (Ginebra). Actuaciones de los Consejos del Comercio de Mercancías, del Comercio de Servicios y de los ADPIC (propiedad intelectual) y el Comité de Comercio y Desarrollo. El Acuerdo sobre Tecnología de la Información (ATI) MERCOSUR. La Organización mundial de Aduanas y las TICs. Convención de Kyoto. Aplicación de las TIC, (ICT Information and communication technology). Breve análisis. La inserción de Argentina en el comercio internacional de servicios: oportunidades y desafíos.
- 3. NIVELES DE IMPLANTACIÓN DE LAS TICs EN UNA ORGANIZACIÓN VINCULADA AL COMERCIO INTERNACIONAL.** Primer nivel: Tecnologías de la Información y la automatización de los procesos. Segundo nivel de implantación: Tratamiento de la información como un activo. Las tecnologías como medio indispensable y necesario para gestionar este activo. El tercer nivel: Aprovechar la capacidad de aprendizaje que ofrecen las tecnologías de la información.



4. **COMUNICACIONES EQUIPOS TERMINALES Y DE COMUNICACIONES.** (modems). Equipos de interconexión de redes (repetidores, routers, etc.) Protocolos de comunicaciones (OSI, TCP/IP). Redes de área local, metropolitana y extensa (LAN, MAN, WAN) redes públicas de transmisión de datos (ISDN, Frame Relay). Elementos de planificación y gestión de redes de banda ancha, comunicaciones móviles (GSM, GPRS, UTMS, WAP), Internet, Intranet, Extranet, Redes privadas virtuales (VPN). Criterios de costes en la elección del sistema de comunicaciones. **Servicios básicos.** Servicio de interconexión telemática de las oficinas. Servicio de conexión a Internet. Servicio de hospedaje (hosting). Apertura del sistema hacia estándares que faciliten el intercambio de información con los distintos interlocutores (Internet, X.400, EDI, EDITRAN...). Medidas de seguridad activa y pasiva en el acceso a la información debido al carácter altamente sensible de la misma. Sistemas Corporativos- Puestos de trabajo informático.
5. **SISTEMA DE INFORMACIÓN-ARQUITECTURA.** Definición. Importancia de la información. Tipos de información: datos, información y conocimiento. Documentos electrónicos en el comercio internacional. Fuentes de información en Internet para el comercio internacional. El SIT aplicado al comercio internacional. Definición de especificaciones funcionales. ¿Qué es lo que se espera que la solución informática haga en materia de comercio internacional?
6. **TENDENCIAS FUTURAS DE LA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA.** Aumento del peso de la información multimedia en la red. Aumento de requerimientos de la movilidad en el acceso a la información. Necesidad de una formación holística y multidisciplinar. El aprendizaje permanente de los recursos humanos y el papel de la empresa en dicho aprendizaje. La Sociedad del Conocimiento.
7. **E-BUSSINESS (CONCEPTO AMPLIADO) Y E-COMMERCE (CONCEPTO ACOTADO).** Comercio electrónico como estrategia de internacionalización de la empresa. Portales de negocios. Operaciones de e-bussiness, operaciones del e-commerce. Clasificaciones de las operaciones de comercio electrónico (e-commerce). En función de los sujetos: Empresas - consumidores. Empresas - empresas. Empresas - administraciones públicas. Usuarios - usuarios. Vinculación de las pymes a sitios de intermediación. En función del medio de entrega del bien o del objeto (o clasificación tributaria) Indirecto: Adquisición de bienes tangibles. **Directo:** Pedido, el pago y el envío de los bienes intangibles "on-line". Funcionamiento de intermediarios en la función marketing (ejemplo: Google) El negocio del clic. Tendencias y evolución del comercio electrónico.
8. **E-GOVERNMENT.** Breve exposición. Normativa Argentina. Las Tics en el marco regulatorio argentino para la facilitación del comercio internacional: El sistema de operadores confiables (SOC) Antecedentes. Definición Destinaciones aduaneras comprendidas. Solicitud de adhesión al sistema (Condiciones y Obligaciones). Carácter voluntario. Documentación necesaria para la aprobación. Constancia que acredite los datos impositivos. Número o números de habilitación de planta conforme lo establecido en Resolución General AFIP Nº 1020/01. Habilitación municipal y demás habilitaciones otorgadas por los organismos con competencia de acuerdo a la naturaleza de las mercaderías a exportar. Contenido de la Memoria exigida por Nota Externa 37/06 DGA. Descripción del proceso productivo. Posibilidad e indicación de outsourcing. Descripción de la logística de transporte para la expedición de las mercaderías. Aduanas y/o puertos de recepción de las mercaderías en cada uno de los lugares habituales de destino. Identificación de las cuentas bancarias donde recibe los pagos de las mercaderías exportadas. Descripción y localización de las



## Facultad de Ciencias Económicas

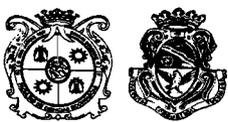
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

instalaciones en las que se efectuarán las actividades al amparo del procedimiento. Normas y prácticas de seguridad y vigilancia empleadas para el control de ingreso de personas y transportes a las distintas áreas de la empresa. Análisis funcional y orgánico del sistema contable y de gestión de depósitos.

- 9. TRÁMITE DE LA SOLICITUD SOC.** Garantías. Responsabilidades del usuario. Suspensión o revocación. Requisitos técnico específicos del equipo de telecontrol por imágenes del SOC para destinaciones definitivas de exportación para el consumo. Obligación de disponer de un sistema informatizado de gestión. Sistema de telecontrol por imágenes de la zona de consolidación interconectable vía Internet a satisfacción del Servicio Aduanero. Plazo de conservación de imágenes por parte del operador. Antigüedad en operaciones de exportación necesaria. Mecanismos de formación particular al personal con respecto a las políticas de seguridad, reconocimiento de conductas que se desvían de esas políticas y de las medidas que deben adoptarse frente a estos descuidos en el sistema de seguridad. Especificaciones regulatorias de seguridad eléctrica, emisión de radiofrecuencia, emisión electromagnética y emisión de radiación. Condiciones de los equipos. Sistema de grabación digital (DVR) exigido. Funciones de grabación, visualización y reproducción en forma simultánea (triplex, cada función ejecutada sin interrupción de la otra. Software. Usuarios. Niveles de usuarios. Formatos de visualización.
- 10. SISTEMA INFORMÁTICO MARIA.** Requisitos. Utilización. Infraestructura mínima, Operatividad. Ejemplo y casos prácticos. Funcionamiento del módulo manifiesto. Declaraciones previas al arribo o partida. Estados de las declaraciones y efectos. Arribo de la mercadería. Intervenciones. Declaración sumaria por vía informática. Funcionamiento del modulo declaración. Declaraciones informáticas detalladas previas al arribo o partida. Arribo de la mercadería. Intervenciones. Declaración detallada por vía informática. Salida de la mercadería. Estados de las declaraciones y efectos. Uso del presupuesto Maria y las declaraciones pendientes de presentación informática para la actuación ante la Aduana y con fines internos para la firma importadora/exportadora (análisis financiero).
- 11. SERVICIOS VIA INTERNET AFIP AL COMERCIO EXTERIOR.** Sim en línea. Mis operaciones Aduaneras. Instrucción de Ayuda RG 2071 - Revalidación de la Autoría de la Declaración. Histórico de Temporales. Courier. Códigos Maria. Formularios de Valor. Consulta de Arancel Integrado. Consulta de Estampillas. Cotizaciones del Sistema María. Denuncias Penales. Valoración - Consulta por N° de despacho Valoración - Consulta de actuaciones por valores criterio Valores técnicos y tipo de cambio de los Títulos Públicos y Certificados de Crédito Fiscal (Decreto N° 1005/2001) Subregímenes que exigen formulario de Valor Procesos productivos e Informes técnicos – Imp. Temporal Dto. 1330/04 lista 1330 OPC1- Procesos Productivos Aprobados (CTC/CTIT) Lista 1330 OPC2 - Informe Técnicos Preliminares (ITP) Consulta de Reintegros. Cumplimiento de Control de Divisas. Factura electrónica. Su utilización en la cadena de valor de las operaciones de mercadeo interno relacionadas a la operatoria de comercio exterior. Aplicación del e-commerce. Manual de compras por internet de AFIP para empresas y usuarios finales . Canales de ingreso de la mercadería. Correo oficial de Administración estatal. Normativa. Requisitos. Ejemplo práctico y con todas las variantes explicadas.

### BIBLIOGRAFÍA

Convención de Kyoto. Anexo. Capítulo 7. Aplicación de las TIC (ICT Information and communication technology). (DOCUMENTO EN INGLES)



*Páginas de interés*

[http://www.wcoomd.org/ie/En/Topics\\_Issues/topics\\_issues.html](http://www.wcoomd.org/ie/En/Topics_Issues/topics_issues.html)

[www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar)

[www.wcoomd.org/ie/index.html](http://www.wcoomd.org/ie/index.html) (Organización Mundial de Aduanas)

[www.wto.org](http://www.wto.org) (Organización Mundial del Comercio)

[www.europa.eu.int/information\\_society/eeurope](http://www.europa.eu.int/information_society/eeurope) . Sitio europeo de la sociedad de la información.

[www.oecd.org/ecommerce](http://www.oecd.org/ecommerce) . Portal de comercio electrónico de la OCDE, en donde puede encontrarse información muy útil sobre informes a nivel mundial y por países y tendencias internacionales.

[www.gbde.org](http://www.gbde.org) . Portal de Global Business Dialogue on Electronic Commerce, Organización de iniciativa privada para ayudar a la creación de un marco para el desarrollo de una economía on-line global.

[www.weforum.org](http://www.weforum.org). Portal del World Economic Forum, que publica un estudio desde 2001 (Global Information Technology Report) que se ha convertido en una herramienta comparativa y de análisis para determinar las fortalezas y debilidades de las naciones en la utilización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

[www.itdweb.org](http://www.itdweb.org). Portal del International Tax Dialogue, iniciativa promovida por el FMI, la OCDE y el Banco Mundial para facilitar la discusión en materia de impuestos entre los responsables nacionales y las organizaciones internacionales. Constituye también un foro de intercambio de mejores prácticas entre los países.

[www.w3.org](http://www.w3.org) . Portal de la organización internacional World Wide Web Consortium (W3C). Organismo definidor de tecnologías de interoperabilidad. Se puede encontrar información sobre accesibilidad, HTML, HTTP, XML, Web Services, SOAP y otras tecnologías de integración que se impondrán en los próximos años.

Drucker, Peter Ferdinand, **La gerencia en la sociedad futura**, 2005 Editorial Norma ISBN 9580470464

Forester, Tom, **Sociedad de alta tecnología: La historia de la Revolución de la tecnología de la información** , 1992 Siglo XXI 368 páginas ISBN 9682316227

Hobbs, Mike, **E-Commerce Uncovered** 2003 Trotman Publishing ISBN 0856608998

IMO (Internacional Maritime Organization) Convenio FAL: Convenio para facilitar el tráfico Marítimo Internacional. 170 páginas ISBN 9280135279

Kuwayama, Mikio, **E-Commerce and Export Promotion Policies for Small and Medium-sized Enterprises**. 2001 United Nations Publications ISBN 9211213258

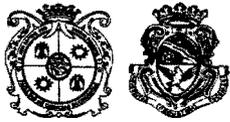
Meter Rob, Carlos Coronel **Sistemas de bases de datos: Diseño, implementación y administración**, 2004. Thomson Learning Ibero ISBN 9706862862

O.C.D.E., **e-commerce: Transfer Pricing And Business Profits**

**Taxation**, 2005 ISBN 9264007202

Raishighani, Mahesh S. **Cases on Worldwide E-commerce: Theory in Action** publicado 2001 Idea Group Inc (IGI) ISBN 1930708270

Roldán Martínez, David, Huidobro José Manuel, **La tecnología e-business**, 2005 Thomson Learning Ibero ISBN 8428329052



Rosen, Anita, **The E-Commerce Question and Answer Book: A Survival Guide for Business Managers**, 2002. AMACOM Div American Mgmt Assn ISBN 0814471544

Schniederjans, Marc J., Qing Cao **E-Commerce in Operations Management** publicado 2002 World Scientific. Business / Economics / Finance ISBN 9812380167

Stair Ralph M., Walter G. Principios de sistemas de información: Enfoque administrativo, 2000 Thomson Learning. Ibero Computers / Computer Security 692 páginas ISBN 9687529970

Wheeler, Steveb, **Los canales de distribución** Editorial Norma ISBN 9580486565

## TALLER DE FORMACIÓN EN INGLÉS TÉCNICO APLICADO A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

### CARACTERIZACIÓN

Provee capacitación en habilidades específicas para comunicaciones vinculadas a negocios ejecutivos: presentaciones, asistencia y dirección de reuniones, negociación, relaciones públicas y comunicaciones.

Se trata de desarrollar habilidades prácticas en los diferentes tipos de escritura fundamentales para los negocios: emails, memos, reportes, correspondencia formal y minutas

Entre sus objetivos se señalan como centrales: que los alumnos puedan adquirir conocimientos de estructuras gramaticales y vocabulario de negocios internacionales; la comprensión escrita mediante diferentes tipos de formatos de comunicación; la producción oral y auditiva a través de situaciones y material concreto relacionados con el mundo empresarial y de los negocios internacionales.

### CONTENIDOS MÍNIMOS

#### Module I

##### - Unit 1: Strategy and Trade

Chairing a meeting

Linking words - Connectors and adverbs

##### - Unit 2: Managing Changes

Making presentations

Verbs: gerunds, infinitives, and verbs plus prepositions

- Writing I: Informes cortos

#### • Module II

##### - Unit 3: Organization

Present facts and figures

Noun Combination - Words and expression to describe types of companies

##### - Unit 4: Communication

Emphasizing your point

Idiomatic expressions

- Writing II: Memos

#### • Module III

##### - Unit 5: Jobs/Job Satisfaction

Summarizing in presentations

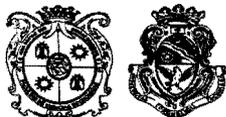
Passive expressions

##### - Unit 6: Dealing with Crisis

Handling difficult situations

Similarities and differences/ Noun phrases.





- Writing III: Short factual reports

• **Module IV**

- **Unit 7: Joint Ventures and Risk**

Presenting arguments -Adapting to your audience  
Intensifying adverbs

- **Unit 8: Success. Negotiating**

Word building/ prepositions

Writing IV: Short articles: Artículos cortos.

• **Module V**

- **Unit 9: Selling Ideas/Marketing**

Leading a meeting - Noun Compounds

- **Unit 10: Socializing and Negotiation**

**Bid and bargain**

Modal auxiliary verbs

- Writing V: Action Minutes: Actas

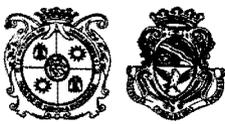
**TRABAJO FINAL DE TESIS**



**ANEXO 1: PLAN DE ESTUDIO DE LA MAESTRIA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR	ACTIVIDAD	CARACTER	C/HORARIA TOTAL	% CARGA TEÓRICA	% CARGA PRÁCTICA	CALIFICACIÓN	APRUEBA	DOCENTE A CARGO	DOCENTES INVITADOS
1	ECONOMÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL	CURSO TEORICO	OBLIGATORIO	60	100		1 a 10	6 o más	Dr. Jorge J. Motta	Juan Tugores Ques (UB)-Alberto Díaz Carrizatta
2	COMERCIO INTERNACIONAL I	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	60	40	60	1 a 10	6 o más	Mgter. Victor Fabian Chebel	Jaime Mecikovski- Jose Tostes (BR)-Carlos Milstein
3	MARKETING GLOBAL	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	60	40	60	1 a 10	6 o más	MBA- Gerardo Heckmann	Esther Subirá Lobera(UB) -Nicolás Ruri (U. Puebla)
4	LOGISTICA, TRANSPORTE Y SEGUROS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	40	40	60	1 a 10	6 o más	José Lopez Parada	José Ma. Castán(UB)
5	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	60	40	60	1 a 10	6 o más	Mgtr. Francisco Echegaray	Nassi Sapag (CH) - Juan Lucas Dapena
6	COMERCIO INTERNACIONAL II	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	30	30	70	1 a 10	6 o más	Cr.Lic. Miguel Galeano	Horacio De Vicente-V Fabian Chebel-Roberto Manias
7	MARCO JURIDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	60	70	30	1 a 10	6 o más	Dr. Raul Bustos Cara	G. Vidal Albarracín- Mario Giachello-Hector Suarez-Luis Pere
8	FISCALIDAD INTERNACIONAL	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	30	60	30	1 a 10	6 o más	Mgtr. Marcelo Costa	Fabian Chebel-Colaboradores
9	DIRECCIÓN Y GERENCIA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	60	50	50	1 a 10	6 o más	Dra.Susana Gordillo Gerlini	Hernana Narbona Veliz (CH)- Carmen Canales Allesi
10	LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES Y EL COMERCIO INTERNACIONAL	CURSO TEORICO PRACTICO	OBLIGATORIO	40	20	80	1 a 10	6 o más	Ing. Mag. Orlando Micolini	
11	TALLERES-ACTIVIDADES DE APOYO	TALLERES PRÁCTICOS	OBLIGATORIO	40	20	80	probado-desaprobado	aprobado	Mgtr. María C. Dalmagro	
	ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN	APLICADO	OBLIGATORIO	120	20	80	probado-desaprobado	aprobado		
12	TESIS	INVESTIGACIÓN APLICADA	OBLIGATORIO	120	50	50	bueno-distinguido-sob	bueno ó +		
				780						

Facultad de Ciencias Económicas  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



**ANEXO 2: REGLAMENTO MAESTRÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**CAPITULO I: DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN ACADÉMICA DE LA MAESTRIA**

Artículo 1: La Dirección de la Maestría será ejercida por: un Director que deberá ser o haber sido profesor titular de la Facultad o de otra Universidad de igual o mayor prestigio; un Consejo Asesor, conformado por cuatro profesores de reconocida trayectoria en la disciplina, al menos uno de ellos en calidad de miembro externo. La Coordinación Académica será ejercida por profesionales de reconocida experiencia en la disciplina que trata la Maestría.

Artículo 2: El Consejo Asesor tendrá las siguientes funciones específicas:

- a. Asesorar al Director y a los Coordinadores en todas las cuestiones académicas que involucren decisiones en la forma o contenido de la carrera.
- b. Emitir dictámenes sobre los asuntos que la Dirección y/o Coordinación de la carrera someta a su consideración.
- c. Efectuar el seguimiento y evaluación de la marcha de la carrera y efectuar propuestas destinadas a su mejoramiento.

Artículo 3: Serán funciones específicas del Director de la Carrera:

- a. Asignar, con acuerdo del Consejo Asesor y la Junta Directiva de la Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas, los docentes de las asignaturas, seminarios y talleres de la Maestría.
- b. Informar sobre la marcha general del Programa al Consejo Asesor y a la Junta Directiva de la Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas.
- c. Entender en la organización general de las actividades académicas de la carrera, tanto las curriculares como extracurriculares.
- d. Tratar, la admisión de alumnos y toda situación especial que se plantee respecto del cursado de la carrera y que no esté específicamente contemplada en la reglamentación.

Artículo 4: Las funciones del Secretario Ejecutivo de la Escuela, respecto de la carrera, serán las siguientes:

- a. Organizar y poner en marcha las actividades vinculadas a la convocatoria de las distintas promociones de la Maestría y a la selección de los aspirantes.
- b. Organizar y supervisar las actividades operativas de la carrera y solicitar a la Dirección información necesaria para una adecuada gestión.
- c. Elevar a la Junta Directiva los informes de la Dirección de la carrera y la nómina de docentes propuestos por la Dirección con acuerdo del Consejo Asesor de la carrera para el dictado de las actividades académicas en cada ciclo.

Artículo 5: Son atribuciones de la Junta Directiva de la Escuela de Graduados:



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

- a. Prestar acuerdo a las asignaciones de los docentes de las asignaturas, seminarios y talleres de la Maestría, efectuadas por el Director de la carrera.
- b. Receptar y evaluar los Informes sobre la marcha general del Programa, elevados por la dirección de la carrera. Solicitarlos toda vez que lo considere conveniente.
- c. Evaluar la viabilidad académica y financiera de la apertura de una nueva cohorte o la suspensión de su dictado.

### **CAPITULO II: DE LAS OBLIGACIONES DE LOS DOCENTES DEL PROGRAMA**

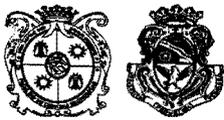
Artículo 6: Los docentes deberán ser profesores reconocidos académicamente de la Universidad Nacional de Córdoba o de Universidades de prestigio nacional y/o internacional, propuestos por la Dirección, y con acuerdo de las autoridades de la Escuela de Graduados. Y tendrán las obligaciones siguientes:

- a. Cumplir estrictamente los horarios y las actividades programados relativos a la asignatura de la cual es responsable.
- b. Entregar al Director de la carrera, con dos semanas de anticipación al inicio de cada curso, seminario o taller, el programa analítico en donde se establezcan los objetivos y contenidos seleccionados para su logro, el cronograma de actividades, la lista completa de bibliografía a utilizar y los criterios de evaluación. El mismo debe garantizar un abordaje participativo, activo e interactivo de las distintas temáticas planteadas, empleando técnicas y métodos que favorezcan e incentiven el desarrollo de habilidades y capacidades de gestión y conducción de negocios internacionales.
- c. Presentar al Director los resultados de las evaluaciones conforme al cronograma de actividades establecido.
- d. Participar de las reuniones de trabajo a las que, con fines de planeamiento y/o evaluación, sean convocados.
- e. Realizar las evaluaciones consignadas en el programa de la materia, las evaluaciones comprensivas (en caso de no aprobación de la primera), y aplicar una carga académica en caso del no cumplimiento de algunas de las obligaciones de los alumnos.

### **CAPITULO III: DE LOS ALUMNOS DEL PROGRAMA**

Artículo 7: Los candidatos a ingresar deberán poseer título profesional de carreras universitarias, expedido por universidades públicas o privadas reconocidas. Los postulantes preseleccionados provenientes de carreras no afines a las ciencias económicas deberán realizar y aprobar actividades de nivelación que contempla conocimientos básicos necesarios para el adecuado cursado de la carrera. La necesidad de realización de esta actividad será dictaminada al momento de la admisión.

Artículo 8: La Escuela de Graduados proporcionará un formulario de inscripción y un registro de antecedentes curriculares que los postulantes deberán cubrir para su inscripción al proceso de selección, el cual tendrá carácter de declaración jurada. La documentación probatoria básica será condición de ingreso a la carrera. Consistirá básicamente en lo siguiente:



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



- Título universitario. En caso de alumnos extranjeros, el título deberá ser legalizado y homologado.
- Certificado analítico de los estudios realizados, con las correspondientes calificaciones obtenidas y la escala de calificaciones aplicada.
- Curriculum vitae y tres fotografías carnet recientes.
- Dos cartas de presentación: i) una, de un referente de la organización en que se desempeña, ii) la otra, podrá ser de un docente universitario o un profesional de prestigio reconocido.

**Artículo 9:** El procedimiento de selección consistirá en una vista al expediente personal de la solicitud de aspirante y en caso de considerarse necesario –según el caso- entrevista con el Director de la Carrera o un Comité de Admisión que éste designe al efecto, donde se evaluarán: motivaciones, nivel intelectual y perfil profesional del postulante, a los efectos de determinar las posibilidades de ingreso y la necesidad de realizar actividades de nivelación.

Asimismo se evaluarán: i) los antecedentes académicos y profesionales del aspirante, ii) los elementos que fundamentan su interés de ingreso y la aplicación proyectada de los conocimientos a adquirir, iii) la factibilidad de cumplir con las actividades académicas programadas, para lo cual deberá considerarse fundamentalmente la disponibilidad horaria de cada aspirante, iv) la capacidad de afrontar el financiamiento de los costos de la carrera.

### **CAPITULO IV: DE LAS OBLIGACIONES ACADEMICAS DE LOS CURSANTES**

**Artículo 10:** Son actividades académicas obligatorias el cursado y aprobación de las asignaturas, módulos, talleres, que formen parte del Plan de Estudios, así como la realización de un Trabajo Final de Tesis. Los cursantes deberán asistir a dichas actividades, como así también cumplimentar los exámenes y realizar los trabajos que se les indique, en los horarios, fechas y modalidades que en cada caso establezca la Dirección y/o Coordinación de la carrera y los docentes a cargo de las diferentes actividades.

**Artículo 11:** Los cursantes deberán cumplimentar una asistencia no inferior al 80% (ochenta por ciento), computable para cada una de las actividades académicas programadas.

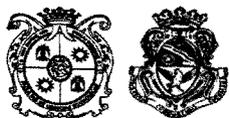
**Artículo 12:** Aquellos cursantes que superen el 20% (veinte por ciento) de inasistencia según el cómputo del artículo 11 perderán su condición de tales en la asignatura respectiva. Sólo podrán salvar esta situación con el cumplimiento de una carga académica adicional determinada por el profesor de la materia.

**Artículo 13:** Los cursantes de una asignatura, módulo o taller, aprobarán los mismos cuando den satisfactorio cumplimiento a las exigencias previstas para los respectivos cursos.

**Artículo 14:** Los docentes calificarán a los alumnos utilizando una escala de 0 (cero) a 10 (diez), requiriéndose un puntaje igual o superior a 6 (seis) para aprobar.

**Artículo 15:** El cursante que sea reprobado perderá su condición de participante regular en la actividad que se trate. En caso de existir causas debidamente justificadas, tendrán la posibilidad de rendir una evaluación comprensiva sustitutiva, con las características que el docente a cargo disponga para el caso.

**Artículo 16:** Al cursante que sea reprobado en la evaluación comprensiva a que se refiere el artículo 15, se le considerará esa materia como "no aprobada". Cada alumno podrá mantener como máximo una materia "no aprobada" siempre que conserve un promedio general en la carrera no inferior a 7,50 (siete con cincuenta). Si esta situación se repitiera en más de una materia el alumno deberá cursar nuevamente una de las dos materias aplazadas. La decisión acerca de cual materia deberá recurrar la tomará el Director de la carrera o el coordinador que



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

éste designe. Si alguno de estos requisitos no se cumpliera los alumnos perderán su condición de regular en el Programa.

Artículo 17: Las asignaturas, módulos o talleres cuyos trabajos finales queden pendientes de entrega (realización), deberán ser aprobados dentro del límite máximo de dos trimestres, contados a partir de la finalización del cursado de éstos. Transcurrido dicho plazo, quien no haya regularizado tal situación será considerado como "no aprobado" en dicha actividad.

Artículo 18: El cursante no podrá mantener pendiente de aprobación más de dos asignaturas, módulos o talleres del Programa en forma simultánea.

Artículo 19: La culminación académica del Programa requiere de la elaboración de un Trabajo Individual Final de Aplicación. El mismo será reglamentado de modo específico en documento anexo al presente.

Artículo 20: El Director o un coordinador que éste designe a tal efecto- nombrarán un profesor guía o tutor, para consulta, apoyo y orientación del alumno que se encuentra en etapa de realización del Trabajo Final de Tesis.

Artículo 21: El alumno dispondrá de 12 (doce) meses, a contar de la finalización de las actividades de cursado de la carrera, para la presentación definitiva del trabajo final a que hacen referencia los artículos precedentes.

Artículo 22: El Trabajo Final de Tesis será juzgado por un Tribunal, constituido por tres profesores de reconocido prestigio en la temática del trabajo, con al menos un miembro externo invitado especialmente por el Director de la carrera. El Tribunal será designado por el Consejo Asesor de la carrera. El Tribunal podrá aprobar, observar o rechazar el trabajo.

Artículo 23: El trabajo rechazado no podrá ser modificado, deberá hacerse nuevamente; el trabajo observado puede ser corregido y presentado nuevamente; en este segundo caso el Tribunal sólo podrá aprobar o rechazar.

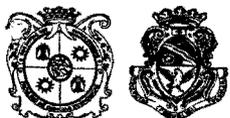
Artículo 24: En caso de que el Tribunal rechazara la versión final del Trabajo, el maestrando podrá presentarlo en una sola oportunidad más, dentro de los 30 (treinta) días desde la comunicación del dictamen del Tribunal.

Artículo 25: Cada miembro del Tribunal elevará su dictamen por escrito al Director de la carrera en un plazo de 40 (cuarenta) días a partir de la fecha de recepción de la versión final. En el caso de que el Tribunal proponga modificaciones parciales a la versión final del trabajo, las mismas serán comunicadas al maestrando, así como el plazo para su desarrollo, el que no podrá exceder de 45 (cuarenta y cinco) días, luego de efectuada la comunicación.

### **CAPITULO V: DEL FINANCIAMIENTO DEL PROGRAMA Y OBLIGACIONES DE PAGO DE LOS CURSANTES.**

Artículo 26: El Programa se financiará mediante el cobro a los cursantes de matrícula, derecho de inscripción, aranceles mensuales y eventualmente, a través de subsidios, donaciones o aportes de entidades públicas y/o privadas.

Artículo 27: Se determinará en cada ciclo la posibilidad de otorgamiento de becas. Las solicitudes serán analizadas en cada caso particular y resueltas por dictamen de las autoridades de la Escuela de Graduados.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



**Artículo 28:** Es obligación para el cursante abonar en tiempo y forma los aranceles que la Escuela establezca mediante Resolución de la Junta Académica para cada ciclo del Programa de Maestría.

**Artículo 29:** El cursante que durante dos meses no cumpla con la obligación de pago de los aranceles establecidos en el artículo 28 perderá la condición de alumno de la Maestría en Comercio Internacional, quedando automáticamente fuera de la carrera.

### **ANEXO 3: MAESTRÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **Reglamento del Trabajo Final de Tesis**

La culminación de la carrera de la Maestría en Comercio Internacional exige la elaboración y presentación de un Trabajo Final de Tesis a fin de completar los requerimientos para la graduación del Postulante y el otorgamiento del título correspondiente a la carrera.

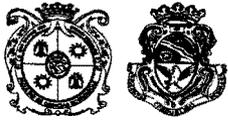
La preparación y presentación del trabajo final son a título **individual** (no compartido). El trabajo y su presentación por escrito **serán inéditos**. El cuerpo o contenido principal de la investigación y el análisis de la información reunida no pueden haberse originado en trabajos previos, publicados o conocidos, del autor y/o que hubieren perseguido un fin distinto al de la elaboración del Trabajo Final de Tesis de la Maestría.

**Nota aclaratoria:** No hay impedimento para llevar a cabo encuestas, elaboración de bases de datos, solicitudes de opinión y otros procesos de recopilación de información primaria que después podrá ser utilizada en más de un trabajo final individual, si éstos analizan problemas de distinta naturaleza o con diferentes técnicas y metodologías de análisis. En esos casos los trabajos preparatorios en grupo, para alcanzar economías de escala y ahorrar tiempo, serán admisibles. Más detalles del procedimiento a seguir serán proporcionados por el comité de apoyo interno.

#### **MODALIDADES POSIBLES**

El Trabajo Final de Tesis podrá adoptar alguna de las siguientes modalidades:

- (a) Trabajo de investigación aplicada, utilizando metodologías de análisis, instrumentos y herramientas que brindan las distintas disciplinas que se impartieron en la Maestría, en el planteo y solución de problemas concretos y claramente definidos, al nivel de una o más empresas u organizaciones. Podrá vincularse el trabajo a una empresa o sector local que desee iniciar el proceso de internacionalización o que habiéndolo iniciado no consiga alcanzar plenamente sus objetivos de internacionalización.
- (b) Elaboración y desarrollo de un Plan de Negocios Integral de un nuevo emprendimiento empresario, o replanteo estratégico general o funcional (producción, comercialización, financiamiento, etc.), de una empresa u organización en marcha que pretenda incursionar en mercados internacionales aplicando los conocimientos teóricos e instrumentos científico-técnicos que luego puedan ser replicado en experiencias similares a diferentes escalas.
- (c) Investigación de naturaleza empírica, con rigor académico, que contribuya positivamente al análisis y evaluación de uno o más de las problemáticas político-económicas que se abordan en la Maestría en Comercio Internacional. Este enfoque es recomendable, para aquellos candidatos cuyo mayor interés radica en el desarrollo de la docencia e investigación universitaria de grado o superior.
- (d) Cualquier otra propuesta que resulte innovadora, y/o novedosa en el planteo del problema a tratar, la metodología de investigación a aplicar, la originalidad de las ideas y/o el diseño de la investigación, el tratamiento de los datos y/o el alcance de los resultados y la



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

generalidad de las conclusiones, que resulte aprobada por el Comité de Apoyo Interno del Trabajo Final de la Maestría.

### PROYECTO

Para iniciar el Trabajo Final de Tesis, independientemente de la modalidad elegida, cada alumno deberá elaborar una propuesta o plan de trabajo (Proyecto) que incluya: opción de trabajo final (a,b,c,d) suficientemente fundamentada, el tema específico objeto del trabajo, objetivos o diagnóstico a alcanzar, la metodología, la hipótesis a contrastar (especialmente en la opción c), y una breve descripción de la importancia de la investigación por realizar, indicando asimismo el nombre del tutor elegido. Esta propuesta se presentará dentro de los seis primeros meses del año calendario siguiente de finalizado el cursado de la carrera y deberá contar con la aprobación del Director o de la persona por él designada.

### REQUISITOS FORMALES

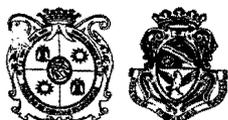
- a) Extensión del trabajo: mínimo 40 páginas y máximo 70 páginas (a contar desde la Introducción hasta la Conclusión, sin incluir anexos y otros).
- b) Hoja A 4; interlineado doble; letra Times New Roman 12, debidamente foliado. Recordar que todas las páginas se cuentan pero no se les coloca el número a las páginas de títulos, epígrafes, índice, prólogo.
- c) Márgenes: superior e inferior: 3 cm.; izquierdo: 3,5cm.; derecho: 1,5 cm.
- d) Página de títulos: Datos institucionales completos (carrera, facultad, posgrado, etc.); tipo de trabajo: Trabajo Final de Tesis de la carrera; título del trabajo (con subtítulos, si los tuviere); nombre completo del autor (alumno) y nombre completo del tutor; fecha de presentación.
- e) Las notas deberán ir al pie y las citas con sistema APA (American Psychological Association –ver en Internet)
- f) Se presentará por triplicado y con una copia en soporte digital.
- g) Deberá contar con la aprobación del Tutor.

### COMITÉ DE APOYO INTERNO

El Comité de Apoyo Interno de la Maestría estará integrado por el Profesor Encargado del dictado del Seminario del Trabajo Final de Tesis, por el Director de la Maestría en Comercio Internacional y por un integrante de la Junta Directiva de la Escuela de Graduados o algún profesor de la Universidad de Barcelona. Su función será asesorar y aconsejar al Postulante en la elección del Tutor o Profesor Guía de su Trabajo Final de Tesis, así como opinar en todos aquellos temas y problemas específicos que la Dirección del Programa y/o la Junta Directiva de la Escuela le someta a su consideración.

### PROFESOR GUÍA O TUTOR DEL TRABAJO FINAL

Todos los trabajos deberán tener al menos un Tutor. Podrá admitirse un segundo Tutor cuando el trabajo lo justifique. En ambos casos, existirá la posibilidad de co-tutela entre los profesores locales y los de la Universidad de Barcelona. El Comité de Apoyo Interno orientará al postulante en la elección del profesor guía de su "Propuesta de Trabajo Final". El postulante tendrá el derecho de proponer el profesor guía, propuesta que será presentada para su aprobación al Comité de Apoyo Interno. En caso de que el profesor propuesto no acepte formalmente el ofrecimiento, o haya cubierto el máximo número que puede dirigir al mismo tiempo (Cinco), el Director de la Maestría, con intervención del Comité de Apoyo Interno, orientarán al postulante en la elección de otro Profesor, entre aquellos disponibles que resulten más adecuados. Es atribución del Comité de Apoyo Interno **observar** la elección del Profesor Guía efectuada por el candidato, por razones académicas fundadas y/o de la eficacia esperada de su accionar.



## Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



La función del Profesor Guía, o Tutor, será de asistencia regular y continua en el tiempo para la orientación del trabajo del postulante, respondiendo a las consultas que el mismo le formule, preferentemente por escrito (si es posible por medios electrónicos); observar el avance del trabajo y recurrir al Comité de Apoyo Interno en búsqueda de asistencia técnica o especial para resolver problemas que escapan a su conocimiento y/o experiencia.

El Profesor Guía deberá elevar un informe escrito al Comité de Apoyo Interno, en forma trimestral o en menor plazo si lo estima necesario, con la evaluación de los avances del trabajo de su conducido y de los problemas que no han podido ser aún resueltos.

Cuando el Profesor Guía considere que el postulante ha completado satisfactoriamente la elaboración y presentación por escrito de su trabajo, con el contenido, formato y otras exigencias establecidas por el Comité de Apoyo Interno contenidas en el Reglamento y las normas complementarias de presentación que se hallen en vigencia, elevará a la Dirección de la Maestría (con Copia al Comité de Apoyo Interno), una carta de evaluación del trabajo -que acompañará la presentación final del mismo- aconsejando se proceda a la designación del Tribunal del Trabajo Final.

### TRIBUNAL DEL TRABAJO FINAL

El Trabajo Final de Tesis será evaluado por un Tribunal designado al efecto, integrado por tres miembros, quienes por dictamen conjunto, lo aprobarán, observarán o rechazarán.

Para ser nombrado Miembro del Tribunal se requiere poseer un grado por lo menos igual o superior al de Maestría, ser docente de la carrera. Al menos un miembro del Tribunal deberá ser externo y con especialidad afín al tema principal del trabajo que se presenta. Uno de los integrantes del Tribunal podrá ser miembro de la Junta Directiva de la Escuela de Graduados.

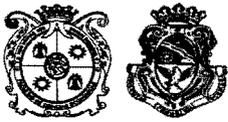
Los miembros del Tribunal serán designados por la Dirección de la Maestría, inmediatamente después que el Postulante haya presentado su trabajo. El Profesor Guía será consultado por el Tribunal en caso que lo estime necesario.

Cada uno de los miembros del Tribunal efectuará el análisis y evaluación de los contenidos del trabajo y elaborará un dictamen individual, previo a la reunión conjunta del Tribunal para calificar el trabajo y producir un Dictamen conjunto. Los trabajos podrán resultar aprobados, rechazados u observados.

### PLAZOS

Rigen los siguientes plazos:

- (i) Plazo para la presentación del Trabajo Final: Hasta 12 meses después de aprobada la última materia y no más de cuatro años desde la inscripción, si mediare causa justificada aceptada por el Programa. Para mantener el derecho a presentar el Trabajo Final debe abonar un importe igual a la inscripción en la Carrera cada año, a partir del vencimiento de los 12 meses de finalizado el cursado de la Carrera.
- (ii) Plazo del Tribunal para elevar los dictámenes individuales y efectuar reunión conjunta para el dictamen final: Hasta 60 días corridos a partir de la recepción del ejemplar del Trabajo Final de Tesis. Sin embargo, la Dirección de la Maestría procurará que los Miembros del Tribunal se expidan con la mayor celeridad posible.
- (iii) Los Trabajos Finales observados pueden ser corregidos y presentados nuevamente. Las correcciones parciales propuestas serán comunicadas por la Dirección de la Maestría al Postulante, junto con el plazo asignado para realizarlas. Una vez presentado el Trabajo por segunda vez, el Tribunal sólo podrá aprobarlo o rechazarlo.
- (iv) Los Trabajos rechazados no pueden ser modificados y presentados nuevamente. El Postulante podrá presentar un nuevo Trabajo, por única vez, en un plazo que no exceda los 180 días desde la comunicación del dictamen del Tribunal.
- (v) Las situaciones relativas al Trabajo Final de Tesis no contempladas en esta reglamentación, serán elevadas a la Dirección de la Maestría para su tratamiento.



**Facultad de Ciencias Económicas**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

**NOTA DE LA TESIS**

El trabajo se considerará definitivamente aprobado si los tres miembros del Tribunal lo califican de suficiente o más, de acuerdo con la escala de calificación o su equivalente numérico que se señala seguidamente: INSUFICIENTE: uno (1), dos (2) y tres (3); SUFICIENTE: cuatro (4); BUENO: cinco (5) y seis (6); DISTINGUIDO: siete (7); ocho (8) y nueve (9); SOBRESALIENTE: diez (10).

  
**EL MARCELO A. SANCHEZ**  
**SECRETARIO TECNICO**  
Facultad de Ciencias Económicas

**Mgter. ANA KARL DE VEGA**  
**DEGANA**  
Facultad de Ciencias Económicas