



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

SD
Secretaría de Docencia



Universidad Autónoma del Estado de México • Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales

Universidad Autónoma del Estado de México

Licenciatura en Administración 2003

Programa de Estudios:

Comercio Internacional



I. Datos de identificación

Licenciatura

Unidad de aprendizaje Clave

Carga académica
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Período escolar en que se ubica

Seriación
UA Antecedente UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso Curso taller
Seminario Taller
Laboratorio Práctica profesional
Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido No escolarizada. Sistema virtual
Escolarizada. Sistema flexible No escolarizada. Sistema a distancia
No escolarizada. Sistema abierto Mixta (especificar)

Formación común

Contaduría 2003 Informática Administrativa 2003
Mercadotecnia 2010

Formación equivalente

Unidad de Aprendizaje

Contaduría 2003
Informática Administrativa 2003
Mercadotecnia 2010



II. Presentación

Una de las características fundamentales del nuevo orden económico internacional es la globalización creciente de los mercados internacionales. Este proceso no solo comienza a lucir irreversible en el corto y mediano plazo sino que además los países en vías de desarrollo han desarrollado estrategias de apertura económica tanto en la cuenta corriente como en la cuenta de capitales con el objetivo de revertir el lento proceso de crecimiento económico.

Ante esta situación es de suma importancia que el estudiante de la licenciatura en administración conozca la promoción de productos y servicios; que tenga capacidad competitiva en el mercado exterior, así como la importancia de insumos o tecnología para mercado nacional

Además debe entender la importancia de promover el ingreso de divisas mediante el incremento de las exportaciones para contribuir y nivelar la balanza comercial de México y verificar la aplicación de estrategias tendientes a disminuir e contrabando y las prácticas desleales

El desarrollo económico y social de un país, dependen en gran medida, del comercio exterior. A través de este se logran intensificar las ventas en el mercado extranjero, y acrecentar el volumen total de las exportaciones mexicanas.

El propósito de este programa es contribuir dando a conocer la aplicación de herramientas y conocimientos exactos, así como las disposiciones que rigen el Comercio Internacional logrando con ella una mayor fluidez, de los aspectos legales y administrativos que lo rigen.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación:	Sustantivo
Área Curricular:	Mercadotecnia
Carácter de la UA:	Obligatoria

IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Formar profesionales éticos con capacidad para enfrentar los retos y cambios de las nuevas tendencias en el campo de la administración con una visión estratégica, sentido humanista y aplicando las técnicas y herramientas



administrativas bajo un enfoque sistemático en el manejo de recursos, con especial énfasis en el ser humano y su entorno.

Al término de la carrera el alumno:

Poseerá nuevos paradigmas de la ciencia administrativa como liderazgo participativo, trabajo en equipos interdisciplinarios y cultura de calidad.

Dispondrá de una formación que incluya conocimientos en disciplinas relacionadas con la administración, como informática, economía, ciencias sociales y el dominio de al menos un idioma extranjero, lo que le permitirá desarrollarse profesionalmente con una visión más amplia.

Manifestara un interés emprendedor para el diseño, creación y desarrollo de empresas.

Hará uso de sistemas de información para la toma de decisiones, apoyándose en tecnología informativa.

Visualizara la unidad productora de bienes y servicios como elemento básico del desarrollo económico, analizando las relaciones concretas entre los sistemas productivos y su entorno.

Poseerá valores éticos y humanísticos, vocación de servicio y sensibilidad a la sociedad y sensibilidad para detectar y proponer soluciones interdisciplinarias a los problemas económicos y sociales relacionados con su campo profesional.

Tendrá los conocimientos necesarios de su disciplina para desarrollarse en el entorno económico cada día más competitivo y globalizado.

Desarrollará la habilidad de autoaprendizaje y superación constante.

Objetivos del núcleo de formación:

Introducir y formar a los estudiantes en las ciencias y las disciplinas del conocimiento en donde se ubica la profesión de la administración.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Usar y aplicar los conocimientos y las técnicas de mercadotecnia para optimizar la comercialización de productos y servicios, en un entorno de apertura comercial cada vez más amplio y competido.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Conocer los más importantes preceptos, normas y documentos que se utilizan para regular todos los actos de comercio internacional así como los tratados comerciales existentes y valorar su aplicación e impacto económico en el país.



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización

Unidad 1. Introducción al Comercio Internacional

- 1.1 Definición
- 1.2 Características
- 1.3 Ventajas y desventajas
- 1.4 Barreras al comercio Internacional
- 1.5 Importancia
- 1.6 Marco Legal

Unidad 2. Regimenes Aduaneros.

- 2.1 Definitivos para la exportación e Importación
- 2.2 Temporales para la exportación e Importación

Unidad 3. Acuerdos y Tratados Internacionales

- 3.1 Proceso de Integración
- 3.2 Tratados Internacionales
- 3.3 Acuerdos y tratados Internacionales
- 3.4 Convenios Internacionales

Unidad 4. Programas de Fomento y apoyo a las Exportaciones

- 4.1 PITEX
- 4.2 ALTEX
- 4.3 ECEX
- 4.4 DRAW-BACK

Unidad 5. Principales trámites y requisitos para exportar e Importar

- 5.1 Operaciones de Importación y Exportación
- 5.2 Despacho Aduanal
- 5.3 Procedimiento de registro
- 5.4 Investigación de Mercados
- 5.5 Determinación de productos a Importar y Exportar



5.6 Declaración de Registro

5.7 Documentación básica

Unidad 6. Formas de Pago Internacional

6.1 Giro bancario

6.2 Pagare

6.3 Letra de Cambio

6.4 Cuenta aduanera

6.5 Carta de crédito

6.6 INCOTERMS 2000

VII. Sistema de Evaluación

Primer Evaluación Parcial (Unidades I, II, y III)	Segunda Evaluación Parcial (Unidades IV, V, y VI)	Fechas de entrega.	Fechas de retroalimentación de productos y revisión de exámenes.
Conocimientos (Examen) 60 %	Conocimientos (Examen) 60 %	60 %	Dar revisión siguiente clase
Evidencias de evaluación. 10 %	Evidencias de evaluación 5 %	5 %	Dar retroalimentación una o dos clases posteriores a fecha de entrega del producto.
Valoración de Resúmenes 10 %	Valoración de Resúmenes 10 %	10 %	A más tardar una semana antes de cada parcial.
Evaluación de un cuadro sinóptico	Evaluación de un cuadro sinóptico		
	Evaluación de Proyecto de Investigación		
Tareas y participaciones. 20 %	Tareas y participaciones. 20 %		
Total 100 %	Total 100 %		

NOTA:

Los porcentajes podrán variar de acuerdo a la unidad de aprendizaje y acuerdo de la Academia.



EXAMEN ORDINARIO 100%, EXAMEN EXTRAORDINARIO 100%, EXAMEN TÍTULO DE SUFICIENCIA 100%.

VIII. Acervo Bibliográfico

1. Torres Gaytán Ricardo, 2002, Teoría del comercio internacional, siglo XXI Editores.
2. Harold Koontz, Administración una perspectiva global comparada y de calidad. Pág. 76-90, Ed. Mc. Graw Hill
3. Mercado H. Salvador. Comercio Internacional I y II Ed. Limusa-Noriega ed. 2005.
4. Lerma K. Alejandro. Comercio Internacional E. Ecafsa.
5. Mercado H. Salvador. Comercio Internacional I y II Ed. Limusa-Noriega
6. Mercado h. Salvador. Trafico Internacional. Limusa Ed. 2005
7. Ley Aduanera
8. .Compendio del comercio exterior
9. Miscelánea Fiscal
10. Internet www.cdu.gob.mx
11. www.cdhcu.gob.mx
12. Kotabe Masaaki. Marketing Global. Marketing.edit. Limusa. Ed. 2005
13. Hendon, Donald w. Como negociar en cualquier parte del mundo. Edit. Limusa. Ed. 2005.
14. Bassi, Eduardo. Globalización de Negocios. Ed Limusa Ed 2005.
15. García Fonseca, Candido. Elementos de Comercio Exterior (Guía para estudiantes y Profesionistas) Ed. Trillas Ed 2005.
16. BANCOMEXT. Guía del Exportador. Ed. 2005