



UNIVERSIDAD CAECE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION

PROGRAMA DE: COMERCIALIZACION INTERNACIONAL		
CODIGO DE LA CARRERA 117	PLAN DE LA CARRERA 06X	CODIGO ASIGNATURA 1965/06X
AÑO 4º	CUATRIMESTRE 1º	VIGENCIA 2006
CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 1404/06		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 901/05 – 265/06

CONTENIDOS MINIMOS

Requisitos para vender profesionalmente al exterior. Viajes al exterior, participación en ferias y exposiciones comerciales. Elección de agentes y representantes
Normativas para la preparación y envío de muestras. Estrategias de comunicación efectivas. Desarrollo del plan de negocios para vender a los mercados internacionales.

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDAD 1:

Análisis de la factibilidad exportadora. Autoevaluación y diagnóstico empresarial. Análisis estratégico para el diseño del plan comercial. Investigación de mercados, método de selección de mercados. Instrumentos para acceder a mercados externos. Barreras de ingreso a los mercados externos. Sistemas de información y fuentes de información. Determinación y distribución de la información. El management en su rol de decisor.

UNIDAD 2:

Alternativas de Internacionalización. Agrupaciones y Consorcios de Exportación. Canales de comercialización internacional, tradicionales y no tradicionales. Logística Internacional, transportes y seguros. Instrumentos de cobros y pagos.

UNIDAD 3:

Diseño de Producto. Atributos. Clasificación. Envases y Embalajes. Calidad. Precios. Factores que intervienen en la estrategia del precio internacional. Estrategias de comunicación. Participación en ferias y exposiciones comerciales. Viajes al exterior, normativa para la preparación y el envío de muestras

UNIDAD 4:

Elección de agente y representantes. Requisitos para vender profesionalmente al exterior. Venta Consultiva. Estrategia de crecimiento. Ciclo de la venta. Actividades claves de un vendedor. Estrategias para construir alianzas.

UNIDAD 5:

Selección de Estrategia Internacional. Políticas de comercio exterior. Bloques económicos. Análisis para el diseño del Plan Comercial.

BIBLIOGRAFIA

Ledesma, C.A., Domínguez, M., Gnazzo, L. & Elaskar, L. (2003) *Consortios de Exportación*. Buenos Aires, Argentina: Osmar D. Buyatti.

Ledesma, C.A. (2004) *Negocios Internacionales*. Buenos Aires, Argentina: Osmar D. Buyatti.

METODOLOGÍA

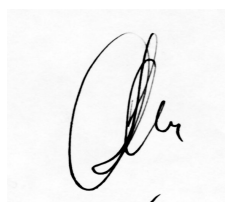
El eje metodológico central consiste en la utilización permanente de métodos y técnicas de simulación y participación de grupos de estudiantes en debates o paneles incluyendo la realización de experiencias procesales concretas. El desarrollo de las reuniones se basará en el diálogo e interacción participante - docente, articulando así los marcos teóricos con la realidad del ámbito profesional; con participación activa y metódica del alumno.

APROBACIÓN DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

- Cumplimiento del 75% de asistencia
- Evaluaciones parciales sobre conceptos teóricos y aplicaciones prácticas según lo establecido en la planificación de la materia, presentada en su oportunidad por la cátedra y aprobada por el Departamento.

EVALUACIÓN FINAL: REGIMEN DE APROBACIÓN DE LA MATERIA

La evaluación final consistirá en un examen oral y/o escrito, que comprenda la totalidad de los contenidos, según el programa vigente de la materia.



ARNOLDO MUHRER
Director de Departamento



MARIANA ORTEGA
Secretaria Académica