



Diplomatura en Ciencias Sociales
Departamento de Ciencias Sociales
Ciclo Básico Electivo
Modalidad: **presencial**

Profesor: Germán Leva <gleva@unq.edu.ar>

Objetivos de la materia

El objetivo general de la materia es poner a disposición del alumno elementos y herramientas para analizar las potencialidades y limitaciones que presenta la conformación actual de la economía mundial para el desarrollo de los espacios económicos nacionales, centrandó el papel que el comercio internacional puede desempeñar en dicho proceso, tanto a nivel local como a nivel empresa. Asimismo, se pretende que la materia sea vehículo de las inquietudes que, en términos de la profesión puedan tener los alumnos, presentando las instancias de desarrollo profesional en las distintas esferas del comercio internacional.

El curso se compone de cuatro unidades, cada una de las cuales contiene objetivos de aprendizaje específicos. El propósito central de la primera unidad es el de propender al conocimiento de las principales características de la estructura actual de la economía mundial, enfocando principalmente sobre la globalización y el comercio mundial. El propósito de la segunda unidad es conocer las principales características de los procesos de regionalización económica, haciendo hincapié en el MERCOSUR y sus efectos y potencialidades para el comercio exterior argentino. En la tercera unidad se trabajará sobre la relación entre la ciudad y la empresa en términos de economía urbana y políticas locales de comercio exterior. Finalmente, la cuarta unidad se centra en la empresa y su internacionalización.

Como se puede apreciar en el programa, el enfoque adoptado procura tratar adecuadamente los aspectos conceptuales y los analíticos, los conocimientos teóricos y los específicos, en procura de una formación balanceada de los estudiantes.

Con el fin de incentivar la participación de los alumnos, se les informará con *anticipación* a cada clase los textos cuya lectura les permitirá contar con los elementos y antecedentes adecuados. Asimismo, se procura presentar distintos enfoques en el tratamiento de los temas, con el propósito de fomentar en los estudiantes la reflexión crítica.

Como soporte digital al curso se encuentra disponible la página web de la materia, accesible desde el sitio <<http://hm.unq.edu.ar>> , o directamente por el link <http://hm.unq.edu.ar/gl_ici/index.html>



En la página de la materia se encuentran disponibles la bibliografía digitalizada, los apuntes de clase (en formato Power Point), el programa de la materia, el currículum del docente, los mensajes y avisos del profesor y las calificaciones del curso.

Se recomienda el acceso semanal a la página, pues la misma se actualiza periódicamente.

Se pretende de esta forma posibilitar el acceso a toda la información del curso por medio de internet, incorporando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a la modalidad tradicional de dictado de clases, incorporando las herramientas que la tecnología permite para mantener una comunicación fluida entre el docente y el alumno.

Acerca de la bibliografía

La bibliografía del curso listada en este programa es sugerida. Esto implica que el alumno puede utilizarla como referencia para el estudio de los distintos temas o bien utilizar una bibliografía distinta siempre que en la misma se traten los temas centrales de cada unidad.

Parte del objetivo de la materia es que el alumno se comprometa en la búsqueda y aporte de referencias bibliográficas para el curso, como parte del aprendizaje no solo de los temas a discutir en la materia sino también como metodología de investigación y trabajo a lo largo de su formación académica.

Además de las referencias bibliográficas citadas se trabajará durante la cursada con notas de actualidad publicadas en los principales medios gráficos y en Internet. Se pretende de esta forma que los conocimientos teóricos y prácticos contenidos en cada unidad se confronten y discutan en clase con referencia al estado y desarrollo actual del comercio internacional.

METODOLOGIA de EVALUACION

Para aprobar la materia, los alumnos deberán rendir y aprobar **dos exámenes parciales y un examen integrador**. Asimismo deberán presentar y aprobar un **Trabajo Práctico** a confeccionar grupalmente, el cual será debidamente definido durante la cursada. Los alumnos que aprueben el Trabajo Práctico y obtengan en los exámenes parciales una calificación promedio de entre siete (7) y diez (10) puntos, no habiendo sido menor a 7 (siete) puntos la calificación en alguno de los parciales, habrán aprobado la materia con la calificación promedio de los dos parciales y el trabajo práctico, quedando eximidos de rendir el examen integrador.

En todos los demás casos, los alumnos deberán rendir el examen integrador, debiendo obtener en el mismo una calificación mínima de cuatro (4) puntos para aprobar la materia. Se deja expresamente aclarado que la nota de los exámenes parciales no se promediará con la del examen integrador y que, si ésta última fuera menor a cuatro (4) puntos, el alumno habrá reprobado la materia.



NOTA ACLARATORIA:

Este programa es válido para la cursada y para los exámenes libres.

PROGRAMA Y BIBLIOGRAFIA

UNIDAD 1: GLOBALIZACION Y COMERCIO

Temas:

Problemática del campo de estudio
Internacionalización del comercio
Teorías y evolución del comercio internacional
Patrones internacionales de comercio
Globalización

UNIDAD 2: REGIONALIZACION Y COMERCIO

Temas:

Acuerdos internacionales de comercio: CEE, NAFTA, ALCA y MERCOSUR
Negociaciones Internacionales
Instituciones Internacionales (GATT, OMC)
Política de comercio exterior argentina
Marketing de países: la marca país en comercio internacional
Mercosur: Merco-ciudades, estrategias de inserción

UNIDAD 3: CIUDAD Y COMERCIO

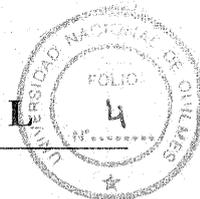
Temas:

Las ciudades y el comercio internacional
Marketing de ciudades: la marca ciudad en comercio internacional
Política exterior local
Estrategias y políticas locales de comercio exterior
La ciudad y la empresa

UNIDAD 4: EMPRESA Y COMERCIO

Temas:

Internacionalización de la empresa
Estrategia empresarial de internacionalización
Las PYMES y el comercio internacional
Marketing de empresa para comercio internacional
Fuentes de información en comercio internacional



Bibliografía

Ablin, Eduardo y Lucángeli, Jorge (2002), *La OMC en el siglo XXI: un marco para el diseño de la política comercial*. Maestría en Economía Estratégica Internacional. FCE, UBA.

Arese, Héctor F. (2003), *Práctica profesional de negocios internacionales*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

Bianchi, Patrizio (1997), *Construir el Mercado. Lecciones de la Unión Europea: el desarrollo de las instituciones y de las políticas de competitividad*, Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes. Capítulos 4, 5, 8, 11.

Canals, Jordi (1994), *La internacionalización de la empresa*, España, McGraw-Hill/Interamericana de España.

Castells, M. y Hall, P. (1994), *Las tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI*, España, Alianza Editorial.

Cateora, Phillip R. y Graham, John L. (1996), *Marketing Internacional*, Décima Edición, España, Irwin - McGraw Hill,

CECE (1996), *Guía de la Ronda Uruguay para la comunidad empresarial*. Centro de Comercio Internacional UNTACD/OMC y Commonwealth Secretariat.

CEPAL, "Globalización y Desarrollo". Revista del vigesimonoveno período de sesiones sobre globalización y desarrollo. Brasilia, Brasil. 6 al 10 de mayo de 2002.

Dabat, Germán (2003), *Políticas municipales de competitividad y comercio exterior*. En "Desde Adentro. Políticas municipales de competitividad y comercio exterior", Germán Dabat (coord.), Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.

Dabat, Germán (2003), *Tecnología para el desarrollo de la competitividad local en el mercado internacional*. En "Desde Adentro. Políticas municipales de competitividad y comercio exterior", Germán Dabat (coord.), Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes.

De Soto, Hernando (2002), *El misterio del capital*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana. Capítulo 7.

Fernández, Gabriel (2003), *Polos gastronómicos. A la búsqueda de una articulación innovadora de cultura y turismo*. En "Gastronomía y Turismo", G. Lacanau y J Norrid (coord.), Buenos Aires, CIET.

Figuroa, E. y Villalpando, F. (2003), *Las estrategias comerciales productivas para el Mercosur*. En "Lineamientos para fortalecer el crecimiento económico", Buenos Aires, Ministerio de Economía de la Nación.

French Davis (1990), "Ventajas comparativas dinámicas; un planteamiento neoestructuralista", en Cuadernos de la CEPAL, N° 63.

Hardt, M. y Negri, A. (2000), *Imperio*. Traducción de la edición de Harvard University Press, Cambridge, Massachussets. Capítulo 3.4. Internet: <http://www.chilevive.cl>

Krugman y Obstfeld (1999), *Economía Internacional, Teoría y Política*, Madrid, McGraw-Hill.

Leva, Germán (2004), *Apertura y Comercio del sector construcción argentino en los noventa. Condiciones para una política sectorial en el contexto post devaluación*. En "Hábitat Metrópolis", Gabriel Fernandez (Ed), Buenos Aires, Ediciones Cooperativas.



Lucángeli, Jorge (1998), *La integración de Argentina en el MERCOSUR*. En "Serie de Estudios" N° 26, Buenos Aires, Centro de Estudios para el Cambio Estructural.

Lugones, Gustavo (2001), *Teorías del Comercio Internacional*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes (material de trabajo de la Cátedra "Teorías del Comercio Internacional" de la Universidad Virtual de Quilmes). Unidad 1 y 2.

Ministerio de la Producción, Secretaría de Industria, Comercio y Minería (2002), *El sistema multilateral de comercio, la estructura de la OMC*. www.minproduccion.gov.ar/sycim.

Ministerio de la Producción, Secretaría de Industria, Comercio y Minería (2002), *El sistema de solución de diferencias en la OMC*. www.minproduccion.gov.ar/sycim.

Miotti, L. y Quenan, C. (1994), *Globalización, regionalización y competitividad tecno-industrial*, en "Las reglas del juego. América Latina, globalización y regionalismo", selección de Carlos J. Moneta y Carlos Quenan Argentina, Corregidor.

Moneta, Carlos (1994), *El proceso de globalización: percepciones y desarrollos*, en "Las reglas del juego. América Latina, globalización y regionalismo", selección de Carlos J. Moneta y Carlos Quenan, Argentina, Corregidor.

Oman, Ch. (1994), *Globalización: la nueva competencia*, en "Las reglas del juego. América Latina, globalización y regionalismo", selección de Carlos J. Moneta y Carlos Quenan., Argentina, Corregidor.

Porta, Fernando (2002), *Integración Económica*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, (material de trabajo de la Cátedra "Integración Económica" de la Universidad Virtual de Quilmes). Unidad 1 y 2.

Sassen, Saskia (2001), *La ciudad: lugar estratégico. Nueva frontera*, Barcelona, Quaderns.

Tamames R. (1993), *Estructura Económica Internacional*, España, Alianza Editorial, Cap. 1.

Tortosa, Sergio (2001), *Introducción al Comercio y Marketing Internacional*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, (material de trabajo de la Cátedra "Introducción al Comercio Internacional" de la Universidad Virtual de Quilmes).

Vicenzotti, Antonio (2001), *Relaciones Económicas Internacionales*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes (material de trabajo de la Cátedra "Relaciones Económicas Internacionales" de la Universidad Virtual de Quilmes). Unidad 1 y 2.