



Departamento de Ciencias Sociales

Carrera: **Diplomatura en Ciencias Sociales**

Segundo semestre de 2006

Carga horaria: 5 horas semanales

Núcleo al que pertenece: Básico Electivo

Créditos: **10**

Tipo de curso: **Teórico – Práctico**

Horario: Martes y Viernes de 17:30 a 20:00 hs.

Modalidad de Dictado: **Presencial**

Horario de Consulta: Viernes de 16:30 a 17:30 hs. Por otros horarios, combinar de común acuerdo.

Profesor: Jorge E. Bonnin - (jbonnin@unq.edu.ar)

OBJETIVO DE LA MATERIA

Brindar al estudiante conocimientos complementarios sobre la actividad profesional y comercial del futuro graduado en Comercio Internacional.

La materia se vincula con los siguientes aspectos de la práctica profesional; Inserción del profesional y sus relaciones con los distintos sectores de la empresa y los mercados.



PROGRAMA Y BIBLIOGRAFIA

El material bibliográfico que se utilizará a lo largo de todo el curso está contenido en:

Bibliografía Obligatoria:

- 1. Como exportar e importar ;** Agustín E. Digier ; 2º Edición Valletta Ediciones ; 2001
- 2. Apuntes:** Varios en forma digital e impresos.

Bibliografía de Consulta:

- Las PyMES exportadoras argentinas exitosas;** Moori Koenig, Milesi, Yoguel. Miño y Dávila Editores, 2001
- Nuevos principios y fundamentos del Comercio Internacional e Intercultural**
Ledesma Carlos A.- 1ª Ed. Edit. Osmar D. Buyatti – 2004
- Nueva Economía Internacional,** ; Ledesma Carlos A.- 1ª Ed. Edit. O.D.Buyatti – 2005

Temario por Unidades

Unidad 1:

La empresa, tipología. Empresas industriales y comerciales. Comercio Electrónico. Áreas operativas Administración, Producción, Comercialización y Ventas, Administración de Ventas. Posible inserción del profesional en comercio exterior en diferentes sectores de la empresa.

Ref. bibliográfica: Obras indicadas;

Unidad 2:

Relación y vinculación de las distintas actividades de comercio internacional con las áreas operativas. Conocimientos complementarios necesarios relacionados con el manejo de información con los distintos sectores, Producción, Comercialización, Contabilidad, Finanzas y Distribución

Ref. bibliográfica: Obras indicadas;



Unidad 3:

Relación con el área Producción. Conocimiento mínimo del producto o servicio, calidad. Costo industrial, elementos. Presupuestos. Planeamiento y Control de la Producción. Almacenes.

Ref. bibliográfica: Obras indicadas;

Unidad 4:

Relación con el área Administración. Información de las áreas contabilidad, costos, aspectos impositivos, financieros, RR.HH. Abastecimiento, Compras y Aprovisionamiento.

Ref. bibliográfica: Obras indicadas;

Unidad 5:

Relación con el área Comercialización. Marketing . Ventas. Elementos de la misma. Administración de Ventas. Mercado. Ofertas y propuestas comerciales, aspectos necesarios para su confección.

Ref. bibliográfica: Obras indicadas;

Unidad 6:

Planeamiento y Gestión Estratégica. Conceptos de estrategia comercial. Mezcla comercial. Producto y mercado. Canales de Intermediación.

Ref. bibliográfica: Obras indicadas;

Unidad 7:

La información, su manejo y la relación con la competitividad. Concepto de Inteligencia Comercial.

Ref. bibliográfica: Obras indicadas;



METODOLOGIA de EVALUACION

Asistencia a clases: 75 % de las clases dictadas.

Formas de Evaluación: La evaluación, calificación y aprobación de la materia será en forma individual y grupal.

En forma individual: a través de dos exámenes parciales y/o un único recuperatorio integrador. Se considerará además, la evaluación del desempeño individual a lo largo del curso. Para este último aspecto, se tendrá en cuenta la asistencia a clases.

Los alumnos que 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, quedarán eximidos de rendir el examen recuperatorio integrador.

En forma grupal, la evaluación se obtendrá a través de la evaluación un trabajo práctico a realizar en grupo.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Durante la cursada, está prevista la realización de una visita a entidades relacionadas con el comercio exterior, como así también la visita y charlas de especialistas en temas de la materia.

Las comunicaciones de la cursada se realizan a través de un sitio web propio de la materia, en el cual se cuenta también con una biblioteca de textos digitalizados (en formación).