

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## 1. Generalidades

Nombre de la asignatura	Comercio Internacional
Número de orden	34
Código	020368
Prerrequisito	Dirección Publicitaria, Análisis Estratégico
Número de horas por ciclo	90
Horas teóricas presenciales por ciclo	26
Horas teóricas virtuales por ciclo	28
Horas prácticas presenciales por ciclo	10
Horas prácticas virtuales por ciclo	26
Duración del ciclo en semanas	17
Unidades valorativas	4
Identificación del ciclo académico	VIII

## 2. Descripción de la asignatura

La asignatura brinda al estudiantado los conocimientos relacionados al comercio internacional partiendo desde las generalidades del comercio internacional, el entorno económico y el desarrollo, así como las definiciones teóricas, las herramientas de política internacional, el proceso para importar y exportar, así como la consideración de elementos de análisis y reflexión sobre las prácticas actuales y su relación con el cumplimiento con los elementos de ética, inclusión y justicia.

## 3. Objetivos de la asignatura

### 3.1. Objetivo general

Comprender las dinámicas existentes en el comercio internacional a partir del análisis y puesta en práctica de las herramientas utilizadas en las organizaciones que realizan negocios en este ámbito.

### **3.2. Objetivos específicos**

1. Evaluar el entorno internacional, específicamente, conocer las variables macroeconómicas, situación política y comercial que favorezca la dinámica del comercio a nivel empresarial en el marco del desarrollo humano sostenible.
2. Comprender el uso de las herramientas de política comercial internacional a partir de la investigación de la normativa existente para favorecer el comercio internacional de las empresas.
3. Que el estudiante sea capaz de estructurar el proceso de importación y exportación para cualquier empresa interesada en incursionar en este campo del comercio internacional, así como también de reconocer la importancia de las exportaciones en el desarrollo del país.
4. Que el estudiantado sea capaz de plantear argumentos para aplicar principios éticos en el comercio internacional, a través del análisis de casos, sobre las relaciones con las empresas como entre países.

## **4. Unidades didácticas y contenidos de la asignatura**

### **Unidad 1: Generalidades del comercio internacional**

#### **Contenidos de la Unidad**

- 1 Comercio internacional para el desarrollo
  - 1.1 Desarrollo humano sostenible. Índices
  - 1.2 Desigualdad y pobreza a partir de las relaciones desiguales en el comercio exterior
  - 1.3 Agenda de desarrollo sostenible (Objetivos de Desarrollo Humano Sostenible).  
Índices
- 2 Entorno económico mundial y regional
- 3 Relaciones políticas entre los países de la región y asociaciones entre países
- 4 Organismos regionales e internacionales en el marco del comercio internacional
- 5 Clima de negocios a nivel regional e internacional
- 6 Análisis de riesgo país

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## **Unidad 2: Herramientas de política comercial internacional**

### **Contenidos de la Unidad**

1. Definición de las herramientas de política comercial internacional
2. Tipos de herramientas de política comercial internacional
3. Herramientas de política comercial internacional
4. Los Tratados de Libre Comercio
5. Aplicación de las herramientas de política comercial internacional

## **Unidad 3: Importaciones y exportaciones**

### **Contenidos de la Unidad**

1. Internacionalización de los negocios. Elementos para internacionalizar una empresa.
2. El PIB y la balanza de pagos: exportaciones menos importaciones
3. Las exportaciones una vía para el desarrollo económico de los países
4. El riesgo cambiario
5. Las importaciones: elementos, mecanismo, herramientas de apoyo y entes involucrados.
6. Las exportaciones: elementos, mecanismo, herramientas de apoyo, incentivos y entes involucrados.
7. Incoterms en la negociación internacional

## **Unidad 4: Ética en el comercio internacional**

### **Contenidos de la Unidad**

1. Ética versus acumulación de capital a partir de la política comercial internacional
2. Cambio climático
3. Condiciones laborales

## **5. Estrategia metodológica**

El enfoque principal de la materia es el de reconocer los mecanismos existentes para que las empresas incursionen en el comercio internacional, así mismo, que sean capaces de reconocer las relaciones desiguales entre los países y el marco de acción de los Tratados de Libre Comercio (TLC) para conocer sus beneficios y desafíos para los países en vías de desarrollo.

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

La actividad presencial se realizará en el campus de la Universidad, en las áreas de laboratorio o práctica de campo y, si es necesario, con actividad sincrónica a través de la plataforma Meet o alguna otra adecuada para videollamadas. Las sesiones presenciales tienen el propósito de realizar actividades que requieren el apoyo directo de la persona docente, así como para el desarrollo de dinámicas de trabajo cooperativo que no pueden realizarse a través de medios virtuales.

Presencialmente se realizarán sesiones de discusión para aclaración y profundización sobre temáticas sobre las que el estudiantado ha trabajado autónomamente, exposiciones del docente o estudiantes, realización de prácticas de laboratorio o campo, investigaciones documentales en biblioteca o de campo, actividades de evaluación (como pruebas objetivas o de desempeño práctico, por ejemplo) entre otras actividades.

La actividad virtual se desarrollará a través de la plataforma Moodle (LMS), que servirá como ambiente de aprendizaje y comunicación. En ella se desarrollarán actividades asincrónicas como foros virtuales, se publicarán las orientaciones (en formatos diversos) para que el estudiantado realice su trabajo de manera autónoma, se publicarán los recursos didácticos necesarios, se mantendrá informado al grupo de clase sobre actualizaciones durante la asignatura, se gestionará la entrega de tareas u otras actividades. Además, también se contará con otras herramientas como repositorios en la nube, editores en línea, aplicaciones o sitios web para la creación de contenido, entre otros.

El docente dará seguimiento al trabajo virtual, retroalimentando de manera oportuna a través del correo electrónico o algún otro medio virtual, así como también en las sesiones presenciales.

Con base en los objetivos de la asignatura, se dedicará un 60% al aprendizaje conceptual (teórico) y un 40% al aprendizaje práctico.

## **6. Evaluación**

La evaluación de los aprendizajes se desarrollará bajo un enfoque formativo, prioritariamente, y sumativo, con base en los objetivos que se han propuesto para la

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
asignatura. Los criterios específicos de evaluación serán definidos por el docente en la planificación de la práctica de aula que realizará.

El aprendizaje conceptual será evaluado a través de instrumentos como cuestionarios, pruebas objetivas, escalas, rúbricas, entre otros. Las actividades serán diversas: controles de lectura, síntesis de textos en organizadores, pruebas objetivas de diferente escala, ensayos, realización de guías de ejercicios, preguntas en clase, exposiciones, producción de materiales de diverso formato, por mencionar algunos ejemplos.

El aprendizaje práctico será evaluado a través de instrumentos como rúbricas y listas de cotejo. Algunas actividades relacionadas serán evaluaciones de desempeño en prácticas, exposiciones, presentación de informes, realización de proyectos.

La evaluación de prácticas, exposiciones y algunas pruebas objetivas, por ejemplo, se realizan presencialmente. Las actividades que se realicen virtualmente se gestionarán a través de la plataforma Moodle.

Según el Reglamento académico administrativo de la Universidad, se realizará un mínimo de tres actividades calificadas. En coherencia con el enfoque metodológico de la asignatura la evaluación del aprendizaje conceptual (teórico) corresponderá al 60% y la del aprendizaje práctico, al 40%.

## 8. Referencias bibliográficas

### Formato físico:

- Anaya Tejero, J. J. (2011). [Logística integral: la gestión operativa de la empresa](#). ESIC. (3 ejemplares en Biblioteca)
- Czinkota, Michael R.; Ronkainen, Ilkka A. (2002) [Marketing Internacional](#). México. Pearson Educación. (3 ejemplares en Biblioteca).
- Ellsworth, P. T., Urquidi, V. L., & Márquez, J. (n.d.). [Comercio internacional = International economics](#) (3ª ed.). Fondo de Cultura Económica. (2 ejemplares en Biblioteca)
- Feenstra, R. C., Iranzo Sancho, S. y Taylor, M. (2011). [Comercio Internacional](#) Reverté. (1 ejemplar en Biblioteca).

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Keegan, Warren J.; Green, Mark C. (2009). [Marketing internacional](#). México Prentice Hall, (3 ejemplares en Biblioteca).

Meier, G. G. (1965). [Comercio internacional y desarrollo](#). Herrero Hermanos (3 ejemplares en Biblioteca).

### **Formato digital:**

Arciniegas Ortiz, J. A. (2018). [Comercio internacional para Latinoamérica](#) [Libro electrónico]. Ecoe Ediciones (Multiusuario, disponible en E-libro).

Giménez-Morera, A. & Bonet-Juan, A. (2020). [Aplicaciones prácticas de medio de cobro y pago en el comercio internacional](#) [Libro electrónico]. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia (Multiusuario, disponible en E-libro).

Gorgoni, S., Amighini, A., & Smith, M. (2019). [Networks of International Trade and Investment : Understanding Globalisation Through the Lens of Network Analysis](#) [Libro electrónico]. Vernon Press (Multiusuario, disponible en Ebooks Collection, Ebsco Host).

Juárez, S. E. (2020). [Elementos de Logística Internacional](#) [Libro electrónico] PACJ (Multiusuario, disponible en E-libro).

Sierralta Ríos, A. (2018). [Contratos de comercio internacional](#): Vol. Séptima edición actualizada y aumentada [Libro electrónico]. El Fondo Editorial de la Pontificia universidad Católica del Perú (Multiusuario, disponible en Ebooks Collection, Ebsco Host).

Otros enlaces:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

### **Bases de datos:**

Ebsco Host, Alfaomega, Ebrary, E-libro, Ebooks Collection (Ebsco Host).  
En acceso abierto: Google Académico.