



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 Contaduría 2003

Programa de Estudios:

Comercio Internacional



I. Datos de identificación

Licenciatura **Contaduría 2003**

Unidad de aprendizaje **Comercio Internacional** Clave **L30083**

Carga académica	2	2	4	6
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Período escolar en que se ubica **1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Seriación	Ninguna	Ninguna
	UA Antecedente	UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso	<input type="checkbox"/>	Curso taller	<input checked="" type="checkbox"/>
Seminario	<input type="checkbox"/>	Taller	<input type="checkbox"/>
Laboratorio	<input type="checkbox"/>	Práctica profesional	<input type="checkbox"/>
Otro tipo (especificar)	<input type="text"/>		

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido	<input type="checkbox"/>	No escolarizada. Sistema virtual	<input type="checkbox"/>
Escolarizada. Sistema flexible	<input checked="" type="checkbox"/>	No escolarizada. Sistema a distancia	<input type="checkbox"/>
No escolarizada. Sistema abierto	<input type="checkbox"/>	Mixta (especificar)	<input type="text"/>

Formación común

Administración 2003	<input type="checkbox"/>	Informática Administrativa 2003	<input type="checkbox"/>
Mercadotecnia 2010	<input type="checkbox"/>		

Formación equivalente

	Unidad de Aprendizaje
Administración 2003	<input type="text"/>
Informática Administrativa 2003	<input type="text"/>
Mercadotecnia 2010	<input type="text"/>



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:	Integral
Área Curricular:	Administración
Carácter de la UA:	Optativa

IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Formar profesionales éticos, con capacidad para generar, analizar e interpretar información financiera y administrativa para la toma de decisiones.



Objetivos del núcleo de formación:

Proporcionar los conocimientos referentes a aquellos modelos, métodos y técnicas de intervención práctica para la resolución de problemas propios de la profesión.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Analizará y evaluará los diferentes casos contenidos en las disposiciones fiscales, estatales y municipales.

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. Regímenes 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 %	Productos	Dar revisión siguiente clase



Evidencias de evaluación. Valoración de Resúmenes	10%	Evidencias de evaluación Valoración de Resúmenes	5 %	A más tardar una semana antes de cada parcial.	Dar retroalimentación una o dos clases posteriores a fecha de entrega del producto.
Evaluación de un cuadro sinóptico	10%	Evaluación de un cuadro sinóptico	5 %		
		Evaluación de Proyecto de Investigación	10 %		
Tareas y participación	20%	Tareas y participación	20 %		
Total	100%	Total	100%		

VIII. Acervo bibliográfico

Básica

Torres Gaytán Ricardo, 2002, Teoría del comercio internacional, siglo XXI Editores.

Harold Koontz, Administración una perspectiva global comparada y de calidad. Pág. 76-90, Ed. Mc. Graw Hill

Mercado H. Salvador. Comercio Internacional I y II Ed. Limusa-Noriega ed. 2005.

Lerma K. Alejandro. Comercio Internacional E. Ecafsa.

Mercado H. Salvador. Comercio Internacional I y II Ed. Limusa-Noriega

Mercado h. Salvador. Trafico Internacional. Limusa Ed. 2005

Complementaria

Ley Aduanera

Compendio del comercio exterior

Miscelánea Fiscal

Internet www.cdu.gob.mx

www.cdhcu.gob.mx

Kotabe Masaaki. Marketing Global. Marketing.edit. Limusa. Ed. 2005

Hendon, Donald w. Como negociar en cualquier parte del mundo. Edit. Limusa. Ed. 2005.



Bassi, Eduardo. Globalización de Negocios. Ed Limusa Ed 2005.

García Fonseca, Candido. Elementos de Comercio Exterior (Guía para estudiantes y Profesionistas) Ed. Trillas Ed 2005.

BANCOMEXT. Guía del Exportador. Ed. 2005