



San Miguel de Tucumán, **25 ABR 2018**

VISTO el Expte. N° 56432-17 por el cual la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tucumán, propone la creación de la Carrera de Posgrado **ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL**; y

CONSIDERANDO:

Que la creación de la carrera de posgrado **ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL** se solicita mediante resolución N° 01/18 del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas;

Que este programa constituye una nueva oferta educativa de formación destinada a aquellos profesionales graduados de carreras de 4 años o más de duración, vinculadas a las áreas de las Ciencias Económicas, la Ingeniería, la Agronomía, el Derecho, el Comercio y las Relaciones Internacionales y afines, quedando a consideración del Comité Académico la aceptación de otros títulos, en atención de la experiencia profesional e intereses del candidato;

Que atento se expresa en la propuesta de la carrera, son objetivos fundamentales de la misma formar profesionales con un vasto conocimiento y fluido manejo de los temas que se vinculan actualmente al comercio internacional, de modo que puedan desempeñarse de manera sólida y dinámica en empresas y otros ámbitos que llevan a cabo procesos de exportación, importación, inserción en el mercado internacional, inversión extranjera directa y en activos financieros internacionales, negociaciones internacionales, regulaciones internacionales, entre otros;

Que la carrera de posgrado Especialización en Comercio Internacional es de modalidad presencial y estructurada, con una duración curricular de 2 (dos) años, divididos en cuatro cuatrimestres, y una carga horaria total de **420 (cuatrocientas veinte) horas**;

Que el plan de estudios se dispone en forma de 12 (doce) cursos de carácter teórico-prácticos, más 2 (dos) Talleres combinados, completándose la exigencia curricular con la presentación y aprobación de un Trabajo Final Integrador que será evaluado por un Tribunal Examinador constituido a tal fin;

Que el título a expedirse de la Especialización que se propone, una vez finalizados los estudios de posgrado, será el de **ESPECIALISTA EN COMERCIO INTERNACIONAL**;

Prof. María Alicia JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



Que se propone la designación de la Mag. María José GRANADO como Directora de la Especialización en Comercio Internacional; Magister en Economía, área Políticas Económicas y Sociales, Profesora Asociada de la Cátedra de Comercio Internacional de la Facultad de Ciencias Económicas de nuestra Universidad;

Que la Directora propuesta reúne ampliamente lo requerido en lo relativo a sus antecedentes académicos y profesionales, por lo que resulta idónea para desempeñarse como tal;

Que del análisis de las actuaciones se concluye que el proyecto reúne los requisitos establecidos por el Reglamento General de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional de Tucumán, aprobado mediante Res. N° 2558/12 de este Cuerpo, y lo establecido mediante resolución N° 160/11 del Ministerio de Educación de la Nación, en tanto a los estándares y criterios a considerar en los procesos de acreditación de Carreras de Posgrado;

Por ello, teniendo en cuenta lo dictaminado por el Consejo de Posgrado y la votación efectuada;

**EL HONORABLE CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE TUCUMÁN**

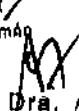
-En sesión ordinaria de fecha 24 de abril de 2018-

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1º:** Aprobar la creación de la carrera de posgrado **ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL**, propuesta por la Facultad de Ciencias Económicas, la que cumple con los requisitos y exigencias especificadas en el Reglamento General de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional de Tucumán, aprobado mediante Res. N° 2558-HCS-12, para ser acreditada formalmente en el sistema de posgrado de la UNT, y que como Anexo forma parte de la presente resolución.-

**ARTÍCULO 2º:** Designar a la **Mag. María José GRANADO** como Directora de la carrera, por el término de 4 (cuatro) años, atento a lo solicitado mediante resolución N° 01/18 del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas, y a lo expuesto en el exordio del presente acto.-

Prof. Marta Alicia JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADÉMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

  
**Dra. ALICIA BARDÓN**  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



**ARTÍCULO 3º: DETERMINAR** que el título a expedirse, una vez cumplidos los requisitos que establece la Reglamentación de la Carrera y la normativa vigente que rige los Estudios de Posgrado en la Universidad Nacional de Tucumán, sea el de **ESPECIALISTA EN COMERCIO INTERNACIONAL.-**

**ARTÍCULO 4º:** Hágase saber, tome razón Dirección General de Títulos y Legalizaciones y vuelva a la Facultad de origen a fin de que se realice el proceso de Acreditación y el consecuente Reconocimiento Oficial y Validez Nacional del título.

RESOLUCIÓN N°: **0655 2018**

s.a.

Prof. María Alicia JUÁREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



Carrera de Posgrado  
ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL  
(ECI – FACE –UNT)

1. FUNDAMENTOS

La Economía Internacional como área de conocimiento ha avanzado de manera fundamental desde mediados del siglo pasado cuando el mundo comenzó a transitar hacia la senda del libre comercio y la integración. El proceso de globalización se acentuó en las últimas décadas por el importante avance tecnológico en las comunicaciones, permitiendo que los individuos de diferentes países se encuentren conectados sin rezagos en el tiempo, logrando una significativa reducción en costos de transporte y de comunicación. Este fenómeno mundial propició el intercambio de bienes, servicios, factores productivos, activos financieros e inversión extranjera directa, a gran escala. Así, el Comercio Internacional constituye una de las principales causas de desarrollo económico y generación de riqueza en el mundo.

Como disciplina económica, el comercio internacional evolucionó en los últimos años, y pasó de un enfoque basado en países e industrias a un enfoque basado en las empresas que llevan a cabo los flujos comerciales. Hasta la década de los '90 los modelos económicos de comercio internacional se preguntaban por qué comercian las naciones, e indagaban el patrón de comercio, las ganancias en bienestar y los efectos distributivos del comercio. Hoy, la pregunta crucial es por qué una empresa es o no es exportadora, el rol de la productividad en el estatus exportador de las firmas, las estrategias necesarias para que una empresa se inserte exitosamente en el mercado internacional, y las diferencias subyacentes entre empresas exportadoras y no exportadoras.

Este nuevo enfoque genera un nuevo nexo entre la economía y la administración, desde el punto de vista de las estrategias de las empresas como determinantes del comercio internacional. Entre estas estrategias se visualiza la necesidad de adaptación de productos y procesos productivos, lo que vincula el comercio con la ingeniería; la necesidad de conocimiento de regulaciones internacionales, que vincula el comercio con el derecho, y la importancia del conocimiento de la operatoria aduanera para reducir los costos de los procesos de exportación e importación. En la experiencia exitosa de muchas empresas exportadoras en el mundo, ha sido determinante el accionar de personal experto en comercio internacional para llevar a cabo las estrategias de transformación necesarias en



una empresa que pasa de servir al mercado interno a servir al mercado externo. De esta manera, se pone de manifiesto que un especialista en comercio internacional debe nutrirse de una formación multidisciplinaria, que reúna en una misma carrera los diferentes y amplios aspectos vinculados a los procesos de exportación e importación.

La provincia de Tucumán y el NOA tienen una amplia oferta exportable, con posibilidad de ampliarse tanto en el margen intensivo (incrementando sus exportaciones a los destinos ya alcanzados) como en el margen extensivo del comercio internacional (ampliando sus destinos y generando nuevos productos). La sociedad ha manifestado, mediante pedidos concretos a la Universidad Nacional de Tucumán, la necesidad de profesionales expertos en comercio internacional, que puedan ser contratados por empresas que llevan a cabo procesos de exportación e importación y que puedan dinamizar estas tareas. La generación de profesionales expertos en comercio internacional por parte de la Universidad, permitirá que la sociedad pueda comprender la importancia de la innovación y diferenciación, vía el desarrollo de nuevos productos exportables, como una fuente alternativa de industrialización y agregado de valor en la región.

Con esta carrera, la Universidad Nacional de Tucumán y, en particular la Facultad de Ciencias Económicas, contribuyen al desarrollo de la economía local y regional mediante la capacitación y formación de graduados que puedan insertarse en el medio con un desempeño profesional de alto nivel, ofreciendo una carrera de Especialización que permitirá a profesionales de diferentes áreas profundizar en el dominio del Comercio Internacional, con una rigurosa formación académica y un fuerte contenido práctico-intensivo, y con un enfoque basado en las posibilidades que abre hoy la revolución en la tecnología y comunicación.

Los contenidos de la carrera reflejan la naturaleza interdisciplinaria, cubriendo aspectos de economía internacional, operatoria aduanera, derecho y regulaciones de los negocios internacionales, logística, transporte y seguros, gravámenes sobre el comercio internacional, gerencia de negocios internacionales, internacionalización de las empresas, comercialización y marketing Internacional, innovación, e-commerce, administración financiera internacional, negociación internacional, financiación y promoción del comercio internacional, caracterización de las producciones regionales exportables, destinos actuales y potenciales de las exportaciones regionales.

La confluencia de profesionales graduados de diferentes carreras como demandantes de esta formación en Comercio Internacional, contribuirá a una fuerte retroalimentación, propia de los ámbitos interdisciplinarios, en el desarrollo de las clases. La constitución de un plantel docente de alto nivel, con una gran experiencia en las diferentes áreas en las que se basa el Comercio Internacional, servirá de base a este propósito.



## 2. OBJETIVOS

### 2.1 Objetivos Generales

- Formar profesionales con un vasto conocimiento y fluido manejo de los temas que se vinculan actualmente al comercio internacional, de modo que puedan desempeñarse de manera sólida y dinámica en empresas y otros ámbitos que llevan a cabo procesos de exportación, importación, inserción en el mercado internacional, inversión extranjera directa y en activos financieros internacionales, negociaciones internacionales, regulaciones internacionales.
  - Generar profesionales especializados, competentes, con un elevado sentido humano y ético-social, capaces de comprender la naturaleza interdisciplinaria del comercio internacional.
  - Formar profesionales que puedan actuar en el gerenciamiento y toma de decisiones de una empresa u otra entidad que lleve a cabo o que tenga entre sus objetivos llevar a cabo procesos y operaciones de comercio internacional.
  - Desarrollar las competencias para que los especialistas puedan actuar como asesores y consultores en materia de comercio internacional.
  - Emplear las teorías más actualizadas para lograr aplicaciones prácticas en el contexto local.
  - Brindar las herramientas para llevar a cabo de manera dinámica los procesos de comercio internacional en el escenario actual de revolución tecnológica y comunicación, con la capacidad de adaptarse a cambios permanentes.
  - Desarrollar habilidades que permitan a las empresas posicionarse en el mercado internacional de manera exitosa, en tiempo y espacio, llevando a cabo los procesos de transformación necesarios para tal fin.
  - Desarrollar la reflexión crítica y el logro de un pensamiento creativo en torno a los fenómenos y políticas internacionales, nacionales y locales que afectan los negocios internacionales.
  - Desarrollar profesionales innovadores que comprendan la importancia de la diferenciación y calidad de los productos como una fuente de industrialización regional.

### 2.2 Objetivos Específicos

- Comprender las nociones micro y macroeconómicas fundamentales relacionadas al comercio internacional y las finanzas internacionales y su utilidad en el desarrollo de los negocios internacionales.
  - Desarrollar destrezas para el adecuado manejo de los instrumentos, documentación, herramientas y técnicas que se utilizan en los procesos de exportación e importación.



- Comprender el marco legal y regulaciones que rigen los negocios internacionales, así como las políticas nacionales y locales, y gravámenes que afectan las operaciones internacionales, desde una perspectiva teórica y práctica.
  - Desarrollar habilidades para la adecuada planeación, manejo y control de la gestión de negocios internacionales.
  - Conocer las diferentes herramientas para la adecuada identificación, cuantificación, análisis, evaluación, tratamiento y divulgación de los diferentes riesgos inherentes a un negocio internacional y su impacto en la creación de valor.
  - Comprender los lineamientos del marketing internacional para el acceso a los mercados externos.
  - Desarrollar las estrategias para la internacionalización de una empresa, en producto, proceso productivo y canales de comercialización.
  - Promover las capacidades necesarias para lograr una logística eficiente en los procesos de exportación e importación con los recursos existentes, y para idear canales alternativos y proponer políticas que permitan reducir costos logísticos.
  - Lograr las habilidades para llevar a cabo procesos de negociación internacional frente a diferentes tipos de agentes económicos internacionales, en un entorno competitivo.
  - Fortalecer la capacidad analítica en el manejo de modelos financieros para una óptima administración con instrumentos financieros internacionales.
  - Fomentar el conocimiento profundo de las producciones regionales exportables, su logística y las diferencias y similitudes en los procesos involucrados en la internacionalización de los productos.
  - Visualizar y acceder a la posibilidad de crear negocios digitales, y brindar las herramientas para operar en el comercio electrónico (e-commerce).
  - Propiciar el vínculo entre la academia y el sector privado mediante convenios de cooperación e invitación a expertos del sector privado para la exposición de sus experiencias en los mercados internacionales.
  - Utilizar los medios tecnológicos de última generación; renovados periódicamente, como son los laboratorios de computación y el software requerido, así como el acceso a bibliotecas físicas y virtuales, que ofrecen a los estudiantes la posibilidad de integrarse conceptualmente al mundo globalizado.

### 3. PERFIL DEL ESPECIALISTA

El Especialista en Comercio Internacional será un profesional que promueva la inserción de la empresa en el comercio internacional, vía la exportación de productos, y que pueda coordinar procesos de importación. Que comprenda los fenómenos mundiales, nacionales



y locales relacionados al comercio internacional, y las regulaciones y políticas que afectan a los negocios internacionales, de modo que tome decisiones logrando el óptimo desempeño de la empresa en circunstancias diversas. Que defina las estrategias a seguir por la empresa en cuanto a la adaptación de su producto, mejora en procesos productivos, comercialización y establecimiento de vínculos con canales de distribución en el exterior que le permitan la inserción y continuidad exitosa en el mercado internacional. Que pueda determinar, en búsqueda de la optimización de los recursos de la empresa y sus oportunidades en los negocios internacionales, los instrumentos financieros a usar, las asociaciones con otras empresas, la planificación impositiva y las estrategias de logística. Que conozca en profundidad los procesos de exportación de los principales productos de la región. Que comprenda la importancia de la innovación y diferenciación para el logro de la industrialización de la región, vía el desarrollo de nuevos productos exportables.

#### 4. REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a la Especialización en Comercio Internacional de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNT se requiere Título Universitario de una carrera de grado en el campo de las Ciencias Económicas, la Ingeniería, la Agronomía, el Derecho, el Comercio y las Relaciones Internacionales y afines, con estudios de una duración mínima de 4 (cuatro) años. Las postulaciones de profesionales que no estén enmarcadas en estas áreas, serán evaluadas por el Comité Académico en base a la experiencia profesional e intereses del candidato.

#### 5. NOMBRE DE LA CARRERA

El nombre de la carrera es "Especialización en Comercio Internacional".

#### 6. TÍTULO

El título a otorgar es el de "Especialista en Comercio Internacional".

#### 7. SEDE DE LA CARRERA

Se desarrolla en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tucumán, cuyo domicilio es Avda. Independencia 1900, C.P. 4000, San Miguel de Tucumán, Tucumán, República Argentina.

#### 8. MODALIDAD DE DICTADO

Presencial.





## **9. DIRECCIÓN Y COMITÉ ACADÉMICO**

El programa de la Especialización en Comercio Internacional estará a cargo de un Director y un Comité Académico de carácter consultivo, constituido por tres profesores de la Carrera de Posgrado "Especialización en Comercio Internacional" de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNT.

### **9.1 Propuesta de nominación del Director**

#### **Mag. María José Granado**

Profesora Asociada de Comercio Internacional, Facultad de Ciencias Económicas,  
Universidad Nacional de Tucumán

Magíster en Economía – Universidad Nacional de Tucumán

### **9.2 Propuesta de nominación del Comité Académico**

#### **Dr. Carlos Mariano Ortiz**

Profesor Titular de la Universidad Nacional de Córdoba

Abogado, Procurador, Contador Público Nacional

Doctor en Comercio Internacional - Pacific Western University, California, USA

Mag. en Comercio Internacional - Universidad Robert Schuman- Strasbourg, Francia

#### **Mag. Adriana Diniz**

Profesora de la Universidad Estadual de Ponta Grossa – Brasil

Administradora con Habilitación en Comercio Internacional, Especialista en Gestión Industrial

Mag. en Ingeniería de la Producción

#### **Lic. Virginia Ávila**

Lic. en Economía de la Universidad Nacional de Tucumán

Subsecretaria de Relaciones Internacionales de la Secretaría de Estado de Relaciones Internacionales de Tucumán

Miembro del Consejo Federal de Negociaciones Internacionales de Agroindustria

Referente del Comercio Exterior en Tucumán por su experiencia en Promoción de Exportaciones en el Instituto de Desarrollo Productivo (IDEP)

Prof. María Alicia JUÁREZ DE TUZZA  
SECRETARÍA ACADÉMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



## **10. DURACION Y CARGA HORARIA TOTAL**

La carrera tiene una duración de 2 años, con una carga horaria total de 420 horas.

## **11. DISEÑO CURRICULAR**

El Plan de Estudios de la Especialización en Comercio Internacional tiene la siguiente estructura:

### **Cursos:**

Cada año se estructura en dos cuatrimestres de dictado de las materias, entre marzo y diciembre. Cada año se dictarán 6 cursos de 30 hs. cada uno, y un taller combinado con dos temáticas afines, de 30 hs. Esto implica una programación de 210 hs. de carga horaria para cada año.

### **Trabajo final:**

Después de concluidas las exigencias curriculares de los dos años, los alumnos deberán realizar y defender un trabajo final integrador.

### **Evaluaciones:**

Se utilizará la escala de números enteros de (1) uno a diez (10) para calificar a los alumnos, requiriéndose al menos seis (6) como nota de aprobación.

### **Recuperación:**

Si el alumno desapueba los exámenes de uno o más cursos, tendrá derecho a rendir un examen recuperatorio dentro de los quince (15) días de haber sido notificado de su nota.

La no aprobación de uno o más cursos en los plazos indicados hace perder la condición de alumno regular. En casos excepcionales la Dirección concederá un plazo adicional que no podrá exceder de un trimestre académico ni referirse a más de un (1) curso.

Los que hubieran perdido la condición de alumno regular, podrán inscribirse en una segunda oportunidad para cursar el trimestre en que hubieran perdido su regularidad. La posibilidad de segunda inscripción es válida solamente para el siguiente ciclo de dictado de la carrera. Tomarán solamente los cursos que no hubieran aprobado en la primera oportunidad, debiendo pagar los aranceles correspondientes.

Prof. Marta Alicia JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARÍA ACADÉMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

**Dra. ALICIA BARDÓN**  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



**12. LISTADO DE ACTIVIDADES CURRICULARES**

	Asignatura	Carácter	Carga Horaria
1	Economía Internacional: Comercio Internacional y Política Comercial	Teórico - Práctica	30 hs.
2	Operatoria del Comercio Internacional: Procesos de Exportación e Importación	Teórico - Práctica	30 hs.
3	Derecho y Regulaciones de los Negocios Internacionales	Teórico - Práctica	30 hs.
4	Comercialización y Marketing Internacional	Teórico - Práctica	30 hs.
5	Gravámenes sobre el Comercio Internacional	Teórico - Práctica	30 hs.
6	Negociación Internacional y Análisis de los Destinos Actuales y Potenciales de las Exportaciones Regionales	Teórico - Práctica	30 hs.
7	Taller Combinado: Producciones Regionales Exportables y su Logística Financiación y Promoción del Comercio Internacional	Teórico - Práctica	30 hs.
8	Macroeconomía Financiera Internacional	Teórico - Práctica	30 hs.
9	Gerencia de Negocios Internacionales: Planeamiento, Costos y Control de Gestión	Teórico - Práctica	30 hs.
10	Logística, Transporte y Seguros	Teórico - Práctica	30 hs.
11	Administración Financiera Internacional	Teórico - Práctica	30 hs.
12	Internacionalización de la Empresa: Estrategias para el Acceso al Mercado Internacional	Teórico - Práctica	30 hs.
13	E-commerce y Negocios Digitales	Teórico - Práctica	30 hs.
14	Taller Combinado: Herramientas para presentaciones y negociación en Inglés Proyecto de Exportación	Teórico - Práctica	30 hs.
	<b>Carga Horaria Total</b>		<b>420 hs.</b>



**CURRÍCULA POR CUATRIMESTRE**

<b>AÑO 1</b>	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	Economía Internacional: Comercio Internacional y Política Comercial	Comercialización y Marketing Internacional
	Operatoria del Comercio Internacional: Procesos de Exportación e Importación	Gravámenes sobre el Comercio Internacional
	Derecho y Regulaciones de los Negocios Internacionales	Negociación Internacional y Análisis de los Destinos Actuales y Potenciales de las Exportaciones Regionales
		<b>Taller Combinado:</b> Producciones Regionales Exportables y su Logística Financiación y Promoción del Comercio Internacional
<b>AÑO 2</b>	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	Macroeconomía Financiera Internacional	Internacionalización de la Empresa: Estrategias para el Acceso al Mercado Internacional
	Gerencia de Negocios Internacionales: Planeamiento, Costos y Control de Gestión	E-commerce y Negocios Digitales
	Logística, Transporte y Seguros	<b>Taller Combinado:</b> Herramientas para presentaciones y negociación en Inglés Proyecto de Exportación
	Administración Financiera Internacional	<b>TRABAJO FINAL</b>

**13. PLAN DE ESTUDIOS - CONTENIDOS MÍNIMOS - DOCENTES A CARGO**

**1. Economía Internacional: Comercio Internacional y Política Comercial**

**Mag. María José Granado y Mag. Corina María Paz Terán**  
**(Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Tucumán)**

Conceptos económicos fundamentales: Mercados de bienes y servicios, mercados de factores productivos, y actores económicos. Economía cerrada vs. economía abierta. Exportaciones e Importaciones. Mercado de divisas. Tipo de Cambio. Competitividad y tipo de cambio real. Términos del Intercambio. Evidencia para Argentina. Tendencias en el



comercio mundial. La Teoría del Comercio Internacional: modelos clásicos y las nuevas teorías. Ventaja Absoluta y Ventaja Comparativa. Economías de Escala. Demanda por Variedad. Comercio Intraindustrial. Distritos Industriales. Firmas Heterogéneas. Los costos de transporte y barreras geográficas. La política comercial y sus efectos en el comercio internacional. Análisis de las restricciones al comercio exterior: tarifas a las importaciones, retenciones a las exportaciones, cuotas de importación, etc. Evolución de la recaudación aduanera en Argentina. Política Comercial e Industrialización. La sustitución de importaciones. La promoción de las exportaciones. Acuerdos Preferenciales de Comercio e Integración. Las empresas en el Comercio Internacional. Evidencia de diferencias entre empresas exportadoras y no exportadoras. Diferencias en productividad. Relevancia de los costos de exportar. Los efectos de la exportación en la productividad de las empresas. La permanencia en el mercado de exportación. Empresas pioneras que reducen costos futuros. Inversión Extranjera Directa, Multinacionales, Outsourcing y Cadenas Globales de Valor.

## 2. Operatoria del Comercio Internacional: Procesos de Exportación e Importación

*Lic. Ivana Delfini*

*(IDELA - Facultad de Derecho y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Tucumán)*

Organismos Intervinientes en la operatoria de Comercio Internacional. Documentos vinculados a la compra-venta internacional. Secuencia de una importación. Secuencia de una exportación. Papel de la Aduana en la operatoria del comercio exterior. Rol de un Despachante de aduana. Operatoria aduanera de importación y exportación. Destinaciones de Importación-Exportación. Introducción a la Clasificación arancelaria de mercaderías. Consolidados en origen. Operadores confiables. Costos. Instrumentos y modalidades de pago Internacional. Seguros y garantías. Seguros de crédito a la exportación. Dumping y subsidios. Retenciones. Reembolsos. Reintegros. Incoterms.

## 3. Derecho y Regulaciones de los Negocios Internacionales

*Dr. Carlos Mariano Ortiz*

*(Facultad de Ciencias Económicas y Facultad de Derecho - Universidad Nacional de Córdoba)*

Régimen legal del comercio internacional. Código aduanero. Ámbito de aplicación. Régimen arancelario. Sujetos intervinientes. Aspectos jurídicos del comercio internacional. El contrato de compra venta internacional. Nociones de Derecho Internacional. Tratados. La supremacía de la Constitución Nacional. Tratados y convenciones internacionales vinculados al comercio. La Convención de Viena sobre compra – venta internacional de mercaderías. Organismos internacionales vinculados al comercio. Propiedad industrial. Convenciones. Organizaciones privadas internacionales. Cámaras de comercio. Actuación extra territorial de sociedades. Medios de resolución de conflictos. Arbitrajes. Regímenes



de tramitación contenciosos, administrativos y judiciales. Derecho tributario. Tributos aduaneros. Legislación internacional en materia de tributación aduanera. Control aduanero. Responsabilidades. Régimen Penal Cambiario.

#### 4. Comercialización y Marketing Internacional

**Mag. Pablo Ibarreche**

**(Facultad de Ingeniería Industrial – Pontificia Universidad Católica de Valparaíso- Chile)**

Fundamentos del marketing internacional. Precios. Productos. Publicidad. Promoción y ferias internacionales. Marketing de Servicios. Investigación de mercado aplicada. Diseño de la investigación cuantitativa y cualitativa según producto a exportar. Modalidades de comercializar.

#### 5. Gravámenes sobre el Comercio Internacional

**Mag. Gustavo Martín Scarpetta**

**(Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Córdoba;  
Universidad Católica de Córdoba; Universidad Empresarial Siglo XXI)**

Tributos al Comercio Exterior vigentes en Argentina. Principios tributarios de los gravámenes al Comercio Exterior. Tarifas a las Importaciones. Derechos de importación. Normas de Organización Mundial de Comercio (OMC). Otros impuestos en la importación. Impuestos Internos. Retenciones a las Exportaciones. Reintegros de Exportación. Cálculo y ejecución. Nomenclatura Arancelaria. IVA y Ganancias recaudados por la Dirección General de Aduanas. Percepciones y retenciones. Tasas al Comercio Exterior. Planificación fiscal. Planificación fiscal agresiva. BEPS. Precios de Transferencia. Prácticas desleales. Derecho antidumping y compensatorio.

#### 6. Negociación Internacional y Análisis de los Destinos Actuales y Potenciales de las Exportaciones Regionales

**Lic. Virginia Ávila**

**(Secretaría de Estado de Relaciones Internacionales de Tucumán; Consejo Federal de Negociaciones Internacionales de Agroindustria)**

La negociación en el comercio internacional. Métodos de negociación. Desarrollo de criterios. Tácticas para negociar. Enfoques transcultural de una negociación. Cooperación y Competencia. Alianzas estratégicas internacionales. Joint Ventures. Acuerdos de colaboración entre empresas. El rol de los entes oficiales y privados promotores del comercio exterior. Destinos de las exportaciones regionales. Análisis de los diferentes mercados de destino. Requerimientos de cada mercado. Países desarrollados y Países en Desarrollo. Accesibilidad. Morosidad y Cumplimiento. Experiencia de Rondas de Negocios y Misiones Comerciales. Mercados Potenciales para la producción de la región.



## 7. Taller Combinado:

Producciones Regionales Exportables y su Logística  
Financiación y Promoción del Comercio Internacional

*Coordinado por Mag. María José Granado y Mag. Corina María Paz Terán  
(Invitación a expertos locales de cada complejo de exportación, funcionarios del Instituto de Desarrollo Productivo -IDEP- y de entidades financieras que promueven el comercio internacional)*

Las economías regionales y el comercio internacional. Características de la producción, logística, transporte y regulaciones de los diversos complejos exportadores. Zonas de Producción de productos exportables. Volúmenes. Fechas de exportación. Mercados de destino. Competencia internacional. Barreras al comercio. Barreras arancelarias, restricciones fitosanitarias. Azúcar y sus derivados. Agroindustria del limón. Agroindustria del arándano y otros berries. Otras exportaciones locales: Metalmecánica, Autopartes, Golosinas, Biocombustibles. Complejo tabacalero. Energía y Combustibles. Productos de la minería. Exportación de granos, harinas de soja, pellets para ganado, etc. Exportación de otras regiones del país. Visita a establecimientos exportadores.

Políticas de Promoción al Comercio Internacional. Subsidios para actividades específicas. Los costos financieros del comercio. Facilidades crediticias para la exportación e importación. Bancos que promueven las actividades de comercio exterior. Financiación pre y post exportación. Condiciones. Riesgos. Organismos Promotores del Comercio, Públicos y Privados. Cámaras. Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional.

## 8. Macroeconomía Financiera Internacional

*Mag. Regina Martínez Riekes  
(Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Tucumán)*

La relación con el mundo través de la Balanza de Pagos. Flujo de fondos internacionales, cuenta corriente, acumulación de capital y desbalances globales. Sistema Monetario Internacional: Regímenes Cambiarios. Clasificación y evolución de los sistemas monetarios. Crisis financieras: Distintos tipos. Principales factores que las explican. Contagio. Modelos de detección temprana. Perspectiva histórica de los distintos tipos de crisis. Casos de Estudio. Lecciones aprendidas: Crisis Global 2008; Crisis Argentina 1995 vs 2001. Proceso de globalización de la economía mundial: Agenda Global. La arquitectura financiera internacional. Mercado Internacional de Capitales. Banca Internacional. Regulación Financiera: Desafíos y aprendizajes post 2008. Reforma financiera, políticas micro y macro prudenciales. Nuevas herramientas financieras: Surgimiento de empresas financieras con base tecnológica (FINTECH) y medio de pagos digitales (CRIPTOMONEDAS). Oportunidades y amenazas del sector financiero tradicional. Interpretación de las principales variables de política macroeconómica internacional y su impacto en la economía doméstica. Armado de tablero de control de variables financieras internacionales a monitorear.



## 9. Gerencia de Negocios Internacionales: Planeamiento, Costos y Control de Gestión

*Dr. Julio Marcelo Soria*

*(Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Tucumán)*

Planeamiento, Costos y Control de la Gestión Internacional. Valores y pensamientos, en una empresa exportadora. Modelo de Porter para análisis sectorial de una industria y su nivel de competitividad. Teoría de la empresa como Organización. Formulación e interpretación de las estrategias que tiendan a maximizar el valor de la organización. Diseño organizativo: La organización de un departamento de Comercio Exterior. Plan estratégico de negocios y la importancia de acertar con el proceso de implantación. Control de gestión en la operatoria de comercio exterior. Costos relevantes para la toma de decisiones empresariales. Tablero de control.

## 10. Logística, Transporte y Seguros

*Dr. Carlos Mariano Ortiz*

*(Facultad de Ciencias Económicas y Facultad de Derecho - Universidad Nacional de Córdoba)*

Definición de logística. Alcance de la logística empresarial. Cadena de suministros. Funciones específicas. Tipos de contenedores y uso específico de los mismos. Vocabulario específico. Economía del transporte. Factores comerciales, operativos y tecnológicos del transporte marítimo, aéreo y terrestre. Transporte intermodal y multimodal. Operatoria de contenedores, puertos y terminales. Marco regulatorio. Operaciones aduaneras reguladas según los diferentes tipos de transportes. Envases y embalajes. Reciclado de materiales. Análisis del sistema de transporte y su tipo de embalaje. Estimación de riesgos. Costos. Normativas relativas al envase y embalaje de productos peligrosos. Seguros en el transporte. Logística y áreas funcionales de la empresa. Servicios al cliente. Gestión y control de stock. Gestión del transporte. Gestión de almacenes. Gestión de producción. Gestión y control de compras. Impacto de la tecnología y la información en la logística empresarial. Comercio electrónico. Logística integrada. Terminales de carga, aeropuertos, estaciones de transferencias, puertos. Transporte terrestre (automotriz y ferroviario). Ventajas y desventajas. Documentación del transporte de cargas. Pesos permitidos. Limitaciones. Transporte aéreo. Ventajas. Costos. Transporte fluvial y marítimo. Consolidados. Seguros internacionales para la mercadería en tránsito. Tipo de pólizas. Cláusulas de coberturas y montos de la misma. Reclamos.

Prof. Marta Alicia JIMÉNEZ DE TUZZA  
SECRETARÍA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

*Dr. ALICIA BARDON*  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán





## 11. Administración Financiera Internacional

**Mag. Adolfo Jorge Rospide**

*(Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Tucumán)*

Introducción a los mercados financieros internacionales. Mercado a término. Riesgos Financieros. Mercado de Divisas: Antecedentes. El tipo de cambio. Operaciones al contado y plazos. El Arbitraje. El Riesgo de Cambio. El ajuste de tipo de cambio: Antecedentes. Teoría de la paridad del poder adquisitivo. Teoría de la paridad de los tipos de interés. Teoría cerrada o efecto Fisher. Teoría de las Expectativas. Efecto Fisher internacional. Operatoria del mercado de Derivados: Funcionamiento. Sistema de garantía. Negociación. Estructura del Rofex y Matba. Mercados Internacionales: Chicago Board of Trade. Forwards y Futuros: Definición. Modelos de Valuación. Estrategias de Especulación. Cobertura con Futuros. Swaps: Swaps tasa de Interés y Swaps de tipo de cambio. Otras clasificaciones de Swaps. Modelo de Valuación. Estrategias de cobertura. Estrategias de Especulación. Opciones: Call y Put. Opciones Sintéticas. Representaciones Gráficas. Estrategias de Cobertura. Estrategias especulativas, alcistas, bajistas, spreads, mercados estables, mercados volátiles. Valuación Binomial. Valuación Black – Scholes.

## 12. Internacionalización de la Empresa: Estrategias para el Acceso al Mercado Internacional

**Mag. Adriana Gresielly Fabrini Diniz**

*(Departamento de Administración - Universidad Estadual de Ponta Grossa)*

Diferencias políticas, económicas y culturales entre los países. Las estrategias de los negocios internacionales. Organización de los negocios internacionales. Estrategias de entrada al mercado internacional. Operaciones de negocios internacionales: costos para exportar, modalidades de pagos internacionales, Incoterms y marketing internacional. Balanza Comercial Argentina. Incremento de la ventaja competitiva por medio de la ventaja cooperativa. Internacionalización de empresas argentinas y brasileñas: casos de estudio.

## 13. E-commerce y Negocios Digitales

**Mag. Alejandro Jatib**

*(Subsecretaría de Servicios Tecnológicos y Productivos - Ministerio de Producción de la Nación; Cluster Tecnológico Tucumán; Tecnoplus)*

Proyecto y lanzamiento de un sitio web. Análisis de Oportunidades y comportamiento del cliente online. Objetivos y Modelo de Negocios en la web. Diseño de Proyectos Web. Herramientas y habilidades para el Gerenciamiento del Proyecto. Diseño y usabilidad de sitios web. Nombre, Marca y diseño. Análisis de Casos de éxito. Marketing online. Conceptos y Estrategia. Los nuevos medios digitales y el marketing online. El marketing mix en el mundo digital. Estrategias de Marketing integrado online – offline. E-Commerce:



Venta online y Comercio Electrónico. Implementación del ecommerce, evaluación de riesgos Procesos para crear el negocio online. Cobros online y el proceso de entrega de productos. Generar Tráfico Web: SEO, SEM, Adwords, Posicionamiento Natural, Email Marketing, Publicidad Online. Comunicación integrada online offline. Marketing en motores de búsqueda. Email marketing. Publicidad display online. Medición y evaluación de las actividades de marketing digital. KPI y Web Analytics. Ajustes a partir de la medición de resultados. Planificación de campañas basadas en datos y resultados. Los negocios digitales como canal de importación y exportación.

#### 14. Taller Combinado:

Herramientas para presentaciones y negociación en Inglés  
Proyecto de Exportación

*Coordinado por Lic. Virginia Ávila y Lic. Ivana Delfini*

Oratoria. Herramientas para desenvolverse formalmente en la negociación internacional. Relevancia de la actitud, seguridad y confianza mostrada en el proceso de negociación. Experiencia de presentaciones ante organismos internacionales y países socios comerciales en la colocación de productos regionales y en la negociación de aranceles. Nociones fundamentales del idioma inglés para presentaciones internacionales. Formalidades.

Desarrollo de un proyecto de exportación. Evaluación y puesta en marcha. Análisis de costos y beneficios. Cumplimiento de la documentación. Análisis de mercados de destino. Logística y canales de distribución. Presentación del Producto.

#### 14. Bibliografía

- ALBERTO DI LISCIA "CLAVES PARA EXPORTAR" FUND EXPORT-AR, BUENOS AIRES 1997
- ALBORNOZ, F; FANELLI, S.; HALLAK, JC. (2016), "SURVIVAL IN EXPORT MARKETS", JOURNAL OF INTERNATIONAL ECONOMICS, VOLUME 102, SEPTEMBER 2016, PAGES 262-281.
- ALDO FRATALOCCHI "CÓMO IMPORTAR Y EXPORTAR", ERREPAR, BUENOS AIRES. 2008
- ALDO FRATALOCCHI "EL COMERCIO INTERNACIONAL DE MERCADERIAS" ED BUYATTI, BUENOS AIRES 1997
- ALFREDO ABARCA "PROCEDIMIENTOS ADUANEROS" ED UNIVERSIDAD BUENOS AIRES 1999
- ALSINA, BASALDÚA Y OTROS, "CÓDIGO ADUANERO COMENTADO" ABELEDO PERROT, 7 TOMOS.
- ARESE HECTOR "INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR" EDITORIAL ERREPAR (2015)
- ARESE, HÉCTOR FÉLIX (2007), INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR, BUENOS AIRES, GRUPO EDITORIAL NORMA



ARTOPOULOS, A.; FRIEL, D. AND HALLAK, J. (2013), "EXPORT EMERGENCE OF DIFFERENTIATED GOODS FROM DEVELOPING COUNTRIES: EXPORT PIONEERS AND BUSINESS PRACTICES IN ARGENTINA", *JOURNAL OF DEVELOPMENT ECONOMICS*, 105, 19-35.

BALLARIN FREDES EDUARD, ROSANAS MARTI JOSEP, GRANDES GARCI MARÍA JESÚS - "SISTEMAS DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL". ED. DESCLEE DE BROUWER, ESPAÑA, 1996.

BASALDÚA RICARDO "TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR" EDITORIAL ABELARDO PERROT (2017)

BERNARD, A.B., JENSEN, J.B., REDDING, S.J. Y SCHOTT, P.K. (2007), "FIRMS IN INTERNATIONAL TRADE", *JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES*, VOL. 21, Nº 3, 105-130.

BERNARDO PRIDA ROMERO "LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTOS" MC GRAW-HILL, MADRID 1996

BERNARDO PRIDA ROMERO "LOGISTICA DE APROVISIONAMIENTOS" MC GRAW-HILL, MADRID 1996

BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. THE FUTURE OF THE MULTINATIONAL ENTERPRISE. 1. ED. NEW YORK: THE MACMILLAN PRESS LTD., 1976.

BUENO CAMPOS EDUARDO, MORCILLO ORTEGA PATRICIO, SALMADOR SÁNCHEZ MARÍA PAZ - "DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. NUEVAS PERSPECTIVAS TEÓRICAS". ED. PIRÁMIDE, ESPAÑA, 2006.

BUSTOS, P. (2011), "TRADE LIBERALIZATION, EXPORTS, AND TECHNOLOGY UPGRADING: EVIDENCE ON THE IMPACT OF MERCOSUR ON ARGENTINIAN FIRMS," *AMERICAN ECONOMIC REVIEW*, VOL. 101(1), PAGES 304-340, FEBRUARY.

CALLEGARI, OSVALDO M.; DE OLIVEIRA, JOICE H.; DINIZ, ADRIANA G.; GRANADO, MARÍA JOSÉ; LIMAS, CESAR E. (2015). "IMPACTS OF ARGENTINE ECONOMIC DEVELOPMENT MODEL YEAR 1990 IN COMMERCIAL RELATIONSHIP WITH BRAZIL". *BUSINESS AND MANAGEMENT REVIEW*, SPECIAL ISSUE – VII-4-N-12, MAYO 2015. ISSN 2047-0398.

CARLOS LEDESMA – CRISTINA ZAPATA " NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL", EDITORIAL MACCHI, BUENOS AIRES 1993.

CARLOS LEDESMA "PRINCIPIOS DE COMERCIO" , EDITORIAL MACCHI, BS. AS., 1990.-

CARLOS MARIANO ORTIZ; ROMINA DEL VALLE PRADOS. ASPECTOS JURIDICOS DEL COMERCIO EXTERIOR PARTE 1. CÓRDOBA: ADVOCATUS. 2016. PAG.125. ISBN 978-987-551-315-0

CARLOS MARIANO ORTIZ; ROMINA DEL VALLE PRADOS; MARIA JOSÉ GRANADO. PRINCIPIOS Y REGULACION DEL COMERCIO INTERNACIONAL. CÓRDOBA: EDITORIAL ADVOCATUS. 2016. PAG.120. ISBN 9789875513082

CARLOS VILLEGAS "COMERCIO EXTERIOR Y CREDITO DOCUMENTARIO" ASTREA, BUENOS AIRES 1995.



CATEORA, PHILIP; GILLY, MARY; GRAHAM, JOHN. MARKETING INTERNACIONAL. 16ª EDICIÓN. ED. MCGRAW-HILL. 2016.

CHARLES CROUÉ "MARKETING INTERNACIONAL" DE BOECK, BRUSELAS 2007

CIALDINI, ROBERT B: INFLUENCE: THE PSYCHOLOGY OF PERSUASION, NEW YORK: QUILL, WILLIAM MORROW, 1993.

CÓDIGO ADUANERO ARGENTINO

CÓDIGO ADUANERO ARGENTINO

CÓDIGO AERONÁUTICO

CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL ARGENTINO

CONVENCIÓN DE BRUSELAS DE 1924

CONVENCIÓN DE MONTREAL DE 1999

CROUÉ, CH. (2012), MARKETING INTERNACIONAL Y MUNDIALIZACIÓN. EFECTOS SOBRE EL CONSUMIDOR, TRADUCIDO, ADAPTADO Y COMPLETADO POR CARLOS MARIANO ORTIZ. ED. ADVOCATUS, CÓRDOBA.

DANIEL IGLESIAS "NUEVAS MODALIDADES DE CONTRATACION INTERNACIONAL" AD- HOC, BUENOS AIRES 1996

DEARDORFF, A. (2014), "LOCAL COMPARATIVE ADVANTAGE: TRADE COSTS AND THE PATTERN OF TRADE", INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMIC THEORY, VOL.10, ISUUE 1, MARZO 2014.

DERIVADOS FINANCIEROS Y DE PRODUCTOS – AUTOR: VERCHIK, A. – EDICIONES MACCHI - 2000

DIRECCIÓN NACIONAL DE DESARROLLO REGIONAL - DIRECCIÓN NACIONAL DE DESARROLLO SECTORIAL, MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS DE LA NACIÓN, "COMPLEJOS EXPORTADORES PROVINCIALES. INFORME ANUAL 2012", BUENOS AIRES, 2013.

DIRECCIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIONES Y ANÁLISIS FISCAL, "TRIBUTOS VIGENTES EN LA REPÚBLICA ARGENTINA A NIVEL NACIONAL (ACTUALIZADO AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2017)". SUBSECRETARÍA DE INGRESOS PÚBLICOS, SECRETARIA DE HACIENDA, MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS. BUENOS AIRES, 2017.

DOMINGO LOPEZ SAAVEDRA "SEGUROS MARITIMOS SOBRE MERCADERIAS" GENERAL RE, BUENOS AIRES 1992

DR. JULIO DECARO. LA CARA HUMANA DE LA NEGOCIACIÓN: EDITORIAL: MC.GRAW-HILL COMPANIES.2000.

DUNNING, J. H. TRADE, LOCATION OF ECONOMIC ACTIVITY, AND THE MULTINATIONAL ENTERPRISE: A SEARCH FOR AN ECLECTIC APPROACH. IN: OHLIN, B.; HESSELBORN, P.;

Prof. María Alicia JAMPEZ DE FUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDÓN  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



WIJKMAN, P. M. (ED.). . THE INTERNATIONAL ALLOCATION OF ECONOMIC ACTIVITY. 1.ED. NEW YORK: THE MACMILLAN PRESS LTD., 1977. P. 585.

ECHEVARRÍA, GUSTAVO, "MARKETING EN INTERNET", 1ERA EDICIÓN, EDITORIAL GRADI. 2008.

FAIRHURST, GAIL T. Y ROBERT A SARR: THE ART OF FRAMING, SAN FRANCISCO CALIFORNIA, JOSSEY- BASS INC. PUBLISHERS. 1996.

FINANZAS CORPORATIVAS - WESTERFIELD R., JAFFE J., ROSS S. – EDITORIAL MCGRAW-HILL – 2009

FISHER ROGER, ELIZABETH KOPELMAN Y ANDREA KUPPER SCHNEIDER: BEYOND MACHIAVELLI: COPYING WITH CONFLICT. CAMBRIDGE. MA: HARVARD UNIVERSITY PRESS, 1994

FISHER, ROGER Y WILLIAM URY: GETTING TO YES: NEGOTIATION AGREEMENT WITHOUT GIVING IN ; BOSTON: HOUGHTON MIFFLIN CO. 1981.

GONZÁLEZ, A., HALLAK, J. C., SCHOTT, P., SORIA GENTA, T.(2012), "INSERCIÓN DE FIRMAS ARGENTINAS EN CADENAS GLOBALES DE VALOR NO ORIENTADAS HACIA EL MERCADO MASIVO", DOCUMENTO DE TRABAJO DEL BID:IDB-WP-375. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. NOVIEMBRE.

GRANADO, MARÍA JOSÉ (2015). "ANÁLISIS DE EMPRESAS EXPORTADORAS FRENTE A LAS NO EXPORTADORAS". EN ENCUESTA PRODUCTIVA INDUSTRIAL (INFORME FINAL DE LA ENCUESTA PRODUCTIVA INDUSTRIAL REALIZADA EN LA PROVINCIA DE SALTA EN 2015), CAPÍTULO 4, PP. 69-77. TUCUMÁN, NOVIEMBRE 2015.


GRANADO, MARÍA JOSÉ (2015). "ANÁLISIS DE LOS PARQUES INDUSTRIALES EN RELACIÓN AL ÁREA DE INFLUENCIA". EN ENCUESTA PRODUCTIVA INDUSTRIAL (INFORME FINAL DE LA ENCUESTA PRODUCTIVA INDUSTRIAL REALIZADA EN LA PROVINCIA DE SALTA EN 2015), CAPÍTULO 5, PP. 79-102. TUCUMÁN, NOVIEMBRE 2015.


GRANADO, MARÍA JOSÉ; JORRAT, JUAN MARIO; LENCINA, VIVIANA; MENA, JORGELINA (2016). "EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE ESTABLECIMIENTOS PRODUCTIVOS DENTRO Y FUERA DE PARQUES INDUSTRIALES". ANALES DE LA LI REUNIÓN ANUAL DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE ECONOMÍA POLÍTICA. ISSN 1852-0022, ISBN 978-987-28590-4-6. UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN, TUCUMÁN, NOVIEMBRE DE 2016.

HALLAK, J. C. (NOV. 2011), "LOS DESAFÍOS DE EXPORTAR A PRODUCTOS DIFERENCIADOS A PAÍSES DESARROLLADOS", COLECTIVO ECONÓMICO ([HTTP://COLECTIVOECONOMICO.ORG/](http://colectivoeconomico.org/))

HARRISON, ANN Y ANDRÉS RODRIGUEZ-CLARE, "TRADE, FOREIGN INVESTMENT, AND INDUSTRIAL POLICY FOR DEVELOPING COUNTRIES," EN RODRIK AND ROZENSWEIG (ED.), HANDBOOK OF ECONOMIC DEVELOPMENT, 2009.

HAX ARNOLDO, MAJLUF NICOLÁS - "ESTRATEGIAS PARA EL LIDERAZGO COMPETITIVAS". ED. GRANICA, ARGENTINA, 1997.

Prof.  Alicia JUAREZ DE TUZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

  
Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



HILL, C. W. L. NEGOCIOS INTERNACIONALES: COMPETENCIA EN EL MERCADO GLOBAL. ED. 3. MÉXICO: MCGRAW HILL, 2011.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. ESTRATÉGIA INTERNACIONAL. IN: ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA: COMPETITIVIDADE E GLOBALIZAÇÃO. 2. ED. ED. SÃO PAULO: CENGAGE LEARNING, 2011.

HYMER, S. H. THE INTERNATIONAL OPERATIONS OF NATIONAL FIRMS: A STUDY OF DIRECT FOREIGN INVESTMENT. CAMBRIDGE: MIT PRESS, 1976.

INTRODUCCIÓN A LOS MERCADOS DE FUTUROS Y OPCIONES - 8° EDICIÓN – AUTOR: HULL, J. – EDITORIAL PEARSON EDUCACIÓN – 2014

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. BUSINESS RELATIONSHIP LEARNING AND COMMITMENT IN THE INTERNATIONALIZATION PROCES. JOURNAL OF INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP, V. 1, P. 83–101, 2003.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF THE FIRM: A MODEL OF KNOWLEDGE DEVELOPMENT AND INCREASING FOREIGN MARKET COMMITMENTS. JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, V. 8, N. 1, P. 23–32, 1977.

JORDI PAU I COS – RICARDO DE NAVASCUES Y GASCA " MANUAL DE LOGISTICA INTEGRAL" EDICIONES DIAZ DE SANTOS, MADRID 1998

JORGE LUIS RIVA "CREDITO DOCUMENTARIO" DE PALMA BUENOS AIRES 1997

JUAN CARLOS BONZON "DERECHO INFRACCIONAL ADUANERO" HAMMURABI, BUENOS AIRES 1987

JUAN CARLOS MARQUEZ SOSA "COMERCIO EXTERIOR", EDITORIAL EUDECOR, CÓRDOBA 2000

KERTÉSZ, ROBERTO, CLARA ATALAYA, Y VICTOR R. KERTÉSZ : LIDERAZGO TRANSACCIONAL, BUENOS AIRES. EDITORIAL IPPEM, 1992.

KERTÉSZ, ROBERTO: ANALISIS TRANSACCIONAL INTEGRADO, BUENOS AIRES, EDITORIAL IPPEM, 1997.

KINNEAR, THOMAS. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS – ENFOQUE APLICADA. 5B:ED. 1999.

KOUZES, JAMES M. Y BARRY Z. POSNER: CREDIBILITY: HOW LEADERS GAIN AND LOSE IT, WHY PEOPLE DEMAND IT. SAN FRANCISCO CALIFORNIA. JOSSEY- BASS INC. 1993.

KRUGMAN, P. (1980), "SCALE ECONOMIES, PRODUCT DIFFERENTIATION, AND THE PATTERN OF TRADE," AMERICAN ECONOMIC REVIEW, 70: 950-959.

KRUGMAN, P. R., OBSTFELD, M. Y MELITZ, M. J., ECONOMÍA INTERNACIONAL. TEORÍA Y POLÍTICA, 9NA. EDICIÓN, PEARSON EDUCACIÓN, S. A., MADRID, 2012.

LABORDE, GENIE Z.: FINE TUNE YOUR BRAIN: WHEN EVERYTHING'S GOING RIGHT AND WHAT TO DO WHEN IT ISN'T. PALO ALTO. CALIFORNIA. SYNTONY PUBLISHING 1988.

Prof. Marta Alicia JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARBÓN  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



- LAUDON Y TRAVERS, "E COMMERCE" MC GRAW HILL, 2DA EDICIÓN , 2008
- LEDESMA CARLOS A.(2004) "NUEVOS PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL", BUENOS AIRES, EDITORIAL OSMAR BUYATTI,
- LEY DE NAVEGACIÓN
- LÓPEZ PALAZZO, M. R., "TASAS SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR: ANÁLISIS CÍCLICO", ANALES DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE ECONOMÍA POLÍTICA, NOVIEMBRE 2015.G
- LOPRETE, CARLOS A: EL LENGUAJE ORAL: FUNDAMENTOS, FORMAS Y TÉCNICAS, BUENOS AIRES: PLUS ULTRA. 1984.
- LORENZ, KONRAD: HABLABA CON LAS BESTIAS, LOS PECES Y LOS PÁJAROS. EDITORIAL LABOR SA 1991
- LUHMANN NIKLAS: CONFIANZA, BARCELONA: ANTHROPOS EDITORIAL UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, 1996.
- MARCELO PALADINO Y OTROS " TECNOLOGIA Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCOSUR" MACCHI BUENOS AIRES 1999
- MELITZ, M. (2003), "THE IMPACT OF TRADE ON INTRA-INDUSTRY REALLOCATIONS AND AGGREGATE INDUSTRY PRODUCTIVITY," *ECONOMETRICA*, 71, 1695-1725.
- MERCADO E INSTITUCIONES FINANCIERAS – FABOZZI, FRANK J., MODIGLIANI, FRANCO – EDITORIAL PEARSON - 1996
- MINISTERIO DE JUSTICIA DE LA NACION " SOLUCION DE CONTROVERSIAS Y COOPERACION INTERJURISDICCIONAL EN EL MERCOSUR", BUENOS AIRES 1999
- MOINE, DONALD J. Y JOHN H. HERD: MODERN PERSUASION STRATEGIES. THE HIDDEN ADVANTAGE IN SELLING. ENGLEWOOD CLIFFS. NEW JERSEY, PRENTICE- HALL INC 1982,
- MONEDA, BANCA Y MERCADOS FINANCIEROS - AUTOR: MISHKIN, F. – EDITORIAL PEARSON EDUCACIÓN - 2014
- MORCILLO, PATRICIO - "CULTURA E INNOVACIÓN EMPRESARIAL". ED. THOMPSON, ESPAÑA, 2007.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO, INFORME SOBRE EL COMERCIO MUNDIAL 2014. COMERCIO Y DESARROLLO: TENDENCIAS RECIENTES Y FUNCIÓN DE LA OMC, GINEBRA, 2014.
- OSVALDO J. MARZORATI, "DERECHO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES", ASTREA, BUENOS AIRES 2003
- PENROSE, E. THE THEORY OF THE GROWTH OF THE FIRM. OXFORD: OXFORD UNIVERSITY PRESS, 1959.
- PORTER, M. E. A VANTAGEM COMPETITIVA DAS NAÇÕES. IN: COMPETIÇÕES: ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS ESSENCIAIS. RIO DE JANEIRO: CAMPUS, 1999. P. 167–208.



RAYPORT, JEFFREY F. Y JAWORSKI, BERNARD J. "E-COMMERCE" 3RA EDICIÓN . MEXICO, MCGRAW HILL.2003

REGLAMENTO OPERATIVO SOBRE CONTRATOS DE FUTUROS Y OPCIONES – MERCADO ROFEX – BOLSA DE COMERCIO DE ROSARIO – WWW.ROFEX.COM.AR

RICARDO XAVIER BASALDUA "INTRODUCCION AL DERECHO ADUANERO" ABELEDO PERROT, BUENOS AIRES 1988

RÍOS, E. E. Y VEGA, L. E., "COMERCIO INTRA-INDUSTRIAL Y NUEVOS MODELOS DE COMERCIO: FIRMAS HETEROGÉNEAS Y SU APLICACIÓN A LAS EXPORTACIONES DE EMPRESAS TUCUMANAS", TRABAJO DE SEMINARIO DIRIGIDO POR MA. JOSÉ GRANADO, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN, 2011.

SOARES, C. C. INTRODUÇÃO AO COMÉRCIO EXTERIOR. – SÃO PAULO: SARAIVA, 2004.

SORIA, JULIO MARCELO - "INNOVANDO LA ORGANIZACIÓN". ED. OSMAR D. BUYATTI, ARGENTINA, 2013.

STERN, LOUIS Y OTROS. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN. 5ª EDICIÓN . ED. PRENTICE HALL. 1996.

STURZENEGGER,A.(OCT. 2015), "ATRASO CAMBIARIO: ¿CÓMO ABORDARLO?", COLECTIVO ECONÓMICO.

SUSY BELLO KNOLL "ZONAS FRANCAS" DEPALMA BUENOS AIRES 1998

TRIPOLI, A. C. K.; PRATES, R. C. COMÉRCIO INTERNACIONAL: TEORIA E PRÁTICA. ED. 1. CURITIBA: INTERSABERES, 2016.

TYLER, MARY E. Y LEDFORD, JERRI L. (2006). GOOGLE ANALYTICS. USA, 1A EDICIÓN JOHN WILEY & SONS, INC.2006

VIDAL ALBARRACÍN "DELITOS ADUANEROS", MAVE EDITOR, CORRIENTES, 2004.

WATZLANWICK, PAUL: CHANGE. PRINCIPLES OF PROBLEM FORMATION AND PROBLEM RESOLUTION. NEW YORK W. W NORTON AND CO. INC. 1974.

WATZLAWICK, PAUL, JANET BEVIN BALEAS Y DON D. JACKSON. TEORIA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA. BARCELONA. EDITORIAL HERDER. 1993.

WILLIAMSON, O. E. ORGANIZATIONAL FORMS AND INTERNAL EFFICIENCY: MARKET AND HIERARCHIES: SOME ELEMENTARY CONSIDERATIONS. AMERICAN ECONOMIC REVIEW, V.63, N. 2, P. 316–325, 1973.

WILSON, RALPH F. PLANNING YOUR INTERNET MARKETING STRATEGY, USA ;1RA EDICIÓN , JOHN WILEY & SONS, INC.2002

Prof. Marta Alicia JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán





## 15. DOCENTES ESTABLES

- Mag. María José Granado
- Mag. Corina María Paz Terán
- Lic. Ivana Delfini
- Dr. Carlos Mariano Ortiz
- Mag. Pablo Ibarreche
- Mag. Gustavo Martín Scarpetta
- Lic. Virginia Ávila
- Mag Regina Martínez Riekens
- Dr. Julio Marcelo Soria
- Mag. Adolfo Jorge Rospide
- Mag. Adriana Gresielly Fabrini Diniz
- Mag. Alejandro Jatib

## 16. FUENTE DE FINANCIAMIENTO E INFRAESTRUCTURA

La fuente de financiamiento se integra con los aranceles que abonan los participantes, lográndose el autofinanciamiento para la cobertura de sus costos. Se considera que el número mínimo necesario es de 20 alumnos.

La infraestructura con que cuenta la carrera se compone de:

- a) Oficina de uso exclusivo, ubicada en la Facultad;
- b) Aulas, en la cantidad necesaria para el dictado y la evaluación ubicadas en la Facultad;
- c) Biblioteca de Comercio Internacional, y subsidiariamente, la biblioteca de la Facultad;
- d) Laboratorio de computación de última generación con conexión a Internet.

## 17. CONVENIOS DE COOPERACIÓN Y ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN

Se promoverá la firma de convenios de cooperación académica con entidades relacionadas al comercio internacional. En estos convenios marco, la Facultad de Ciencias Económicas y la institución se comprometen a mantener mutua y permanente cooperación, asistencia técnica, investigación, intercambio de datos e información y complementación en trabajos conjuntos sobre temas de interés de ambas instituciones. Las actividades por las cuales se llevará a cabo el objeto principal del convenio marco se instrumentarán a través del mecanismo de Actas Complementarias que se agregarán como anexos.



La firma de convenios con entidades relacionadas al comercio internacional tiene como motor fundamental que los alumnos de la Especialización en Comercio Internacional puedan contar con datos actualizados sobre el comercio internacional y las empresas que llevan a cabo los flujos comerciales, y que estos datos constituyan la fuente de información para el desarrollo de los trabajos finales integradores de la carrera, que consistirán en investigaciones sobre temas específicos de comercio internacional (por ejemplo, logística, estrategias de internacionalización de empresas, regulaciones internacionales y políticas comerciales que afectan a las empresas de la región, ventajas comparativas de la región, productos de exportación potenciales, etc.). Esta estrategia facilitará el desarrollo de los trabajos finales y, en consecuencia, favorecerá las titulaciones, al eliminar para el alumno el inconveniente de no conseguir información, ya que las entidades ponen a disposición de la ECI-FACE los datos con los que cuentan o pueden generar datos mediante el desarrollo de encuestas, a través de los convenios. Por otro lado, los estudios que se lleven a cabo en el marco de un convenio, permitirán un vínculo entre los alumnos y las entidades y empresas del comercio internacional, lo que constituye una sinergia positiva entre los sectores.

Actualmente, la ECI-FACE cuenta con un Acta Complementaria al convenio marco entre la FACE y el Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán (IDEP), donde se establece este tipo de colaboración: Se llevarán a cabo investigaciones o desarrollo de casos de estudio relacionados con el comercio internacional, usando información o estudiando a las empresas tucumanas que actúan en los mercados internacionales, lo que permitirá el análisis de temas específicos. La ECI-FACE propondrá temas de investigación de interés de ambas instituciones, del empresariado tucumano y de los funcionarios que toman decisiones de política. Los planes de trabajo de estas investigaciones surgirán de los proyectos de trabajo final de la carrera de posgrado, dirigidos por los docentes de la ECI-FACE. Los datos a utilizar pueden ser datos de firmas exportadoras con los que ya cuente el IDEP o nuevos datos a generarse vía encuestas o visitas a las empresas. Además, se establece el marco para el desarrollo de actividades comunes, como visitas, encuentros, jornadas y capacitaciones, relacionadas al comercio internacional.

Se realizarán convenios similares con Secretaría de Pymes, Cámara de Comercio Exterior, Aduana de la Provincia y otras instituciones que permitan el acceso a información del comercio internacional en la Provincia o el país.

Prof. Marta Alicia JAREZ DE TUZZA  
SECRETARÍA ACADÉMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA

Universidad Nacional de Tucumán



### **18. MECANISMOS DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA CARRERA.**

Para la evaluación y mejora permanente de la carrera se prevé la implementación de un proceso de evaluación interna. En términos generales las acciones previstas son:

- Autoevaluación anual a cargo de las autoridades de la carrera.
- Reuniones cada tres meses con el Comité Académico para la evaluación del desarrollo del posgrado.
- Reuniones de las autoridades de Posgrado de la Facultad para la evaluación del desarrollo de la carrera.
- Autoevaluaciones docentes y encuestas de evaluación del desempeño del docente por parte de los alumnos al finalizar cada curso.
- Evaluación y seguimiento permanente de la situación de los alumnos en relación a la preparación y desarrollo de los trabajos finales.
- Evaluación permanente de los programas presentados en las materias específicas en relación a: contenidos, bibliografía, propuestas pedagógicas referidas a las estrategias de enseñanza –aprendizaje y de evaluación.
- Reuniones periódicas con el cuerpo docente de la carrera para la devolución de informes sobre el estado de situación de la carrera.

Prof. Marta Alicia JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

  
Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



## REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO:

### Capítulo 1: Título:

Artículo 1.1: Este programa ofrece al aspirante el título de Especialista en Comercio Internacional una vez cumplido el plan de estudios de la carrera y los requisitos exigidos en este reglamento y el Reglamento de Posgrado de la Universidad Nacional de Tucumán.

### Capítulo 2: Admisión e Inscripción:

Artículo 2.1: Podrán solicitar la admisión en la carrera de Posgrado Especialización en Comercio Internacional, los egresados del campo de las Ciencias Económicas, la Ingeniería, la Agronomía, el Derecho, el Comercio y las Relaciones Internacionales y afines de Universidades de la República Argentina, Nacionales o Privadas reconocidas, en carreras de 4 años o más de duración.

Las postulaciones de profesionales que no estén enmarcadas en estas áreas, serán evaluadas por el Comité Académico en base a la experiencia profesional e intereses del candidato.

El trámite deberá realizarse mediante nota dirigida al Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tucumán, la que se establecerá como sede administrativa y académica.

La solicitud de admisión deberá ser presentada por el postulante y estar acompañada por la siguiente documentación: a) Copia autenticada de títulos universitarios b) Curriculum Vitae, con carácter de declaración jurada.

La solicitud de admisión será aceptada por la Facultad de Ciencias Económicas mediante resolución del Decano.

Artículo 2.2: Los postulantes deberán aprobar el proceso de selección a que serán sometidos pudiendo ser citados para entrevistas y otras pruebas diseñadas al efecto. La Comisión de Admisión que se encargará de este proceso, estará integrada por la Dirección y el Comité Académico.

Artículo 2.3: La inscripción de los interesados en los estudios de especialización se realizará luego de finalizado el primer año de cursado. El trámite deberá realizarse mediante nota dirigida al Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, quien elevará el pedido de inscripción ante la Secretaría de Posgrado de la Universidad Nacional de Tucumán dentro de los 60 días de completada la misma.



La inscripción estará acompañada por la siguiente documentación: a) Constancia de admisión, b) Constancia de aprobación del examen de lecto-comprensión para graduados – idioma inglés – expedida por universidades nacionales, c) toda otra documentación exigida por el reglamento interno de la carrera.

La inscripción tendrá tres años de vigencia, periodo en el que el posgraduando deberá completar las exigencias académicas requeridas para la obtención del título. Si el posgraduando no cumpliera con este requisito, podrá solicitar al Consejo de Posgrado de la Universidad Nacional de Tucumán, dentro de los noventa días, y previa presentación de los fundamentos del incumplimiento con los plazos establecidos, una prórroga de un (1) año.

Artículo 2.4: Los graduados de universidades extranjeras deberán presentar la documentación mencionada en el artículo 2.1, autenticada por el Ministerio de Relaciones Exteriores y traducida al español por Traductor Público. Si es de país miembro del acuerdo de la Haya deberá contar con la Apostilla de la misma.

Artículo 2.5: IDIOMA: constancia de aprobación del examen de lecto-comprensión para graduados- idioma inglés - expedida por universidades nacionales. En caso de que otro idioma extranjero se considere relevante para un área disciplinaria dada, se deberán explicitar los fundamentos por los que se reemplazará al idioma inglés, con la aprobación del Consejo de Posgrado de la Universidad Nacional de Tucumán. En situaciones especiales podrá exigirse un segundo idioma extranjero.

### Capítulo 3: Cupo de alumnos admitidos

Artículo 3.1: El programa se dictará cuando se cuente con un mínimo de veinte (20) alumnos y máximo de cuarenta (40).

### Capítulo 4: Cursos y Talleres:

Artículo 4.1: En los cursos se desarrollará una temática propia del Comercio Internacional con clases teóricas, complementadas con clases prácticas; los mismos tendrán una duración de treinta (30) horas. Los talleres son unidades donde se analizan y discuten temas puntuales con participación activa de los alumnos, focalizándose en las experiencias prácticas de éstos, con una duración de treinta (30) horas. A los efectos de este Reglamento los talleres se asimilan a los cursos. Todos son obligatorios.

Artículo 4.2: La asistencia a clases es obligatoria. También podrán asistir los alumnos que se mencionan en el Artículo 4.3.

Artículo 4.3: Los cursos estarán abiertos también para quienes no revistan la calidad de alumnos regulares, pero cumplan los requisitos de admisión que se mencionan



en el Capítulo 2; Esta participación es arancelada. Las personas que aprueben uno (1) o más cursos tendrán derecho a una certificación que acredite esta situación.

#### **Capítulo 5: Evaluaciones de los Cursos y Talleres:**

Artículo 5.1: Cada curso tendrá requisitos de aprobación que deberán ser satisfechos. El alumno deberá asistir al 80 % de las clases del módulo para aprobar el mismo. Al inicio del cursado será informado de los requisitos exigidos. Entre estos requisitos se incluyen controles de lectura, análisis de casos, evaluaciones parciales y finales, informes escritos, monografías y otros a determinar por los profesores

Artículo 5.2: A los fines de la calificación de los alumnos la escala será de números enteros de uno (1) a diez (10), requiriéndose un puntaje igual o superior a seis (6) como nota de aprobación. Las calificaciones no son promediables, en caso de existir dos momentos de evaluación.

Artículo 5.3: El plazo para aprobación de los cursos de un cuatrimestre termina con el inicio de clases del cuatrimestre siguiente.

Artículo 5.4: Podrán solicitar equivalencia por algún curso del programa aquellos alumnos que se encuentren en condición de regulares.

Todo pedido de equivalencia será tratado por el Comité Académico de la carrera, quien decidirá mediante dictamen si corresponde o no otorgar la misma. El trámite será elevado al Consejo de Posgrado de la UNT para su tratamiento y aprobación.

#### **Capítulo 6: Condiciones de permanencia y regularidad**

Artículo 6.1: Los que hubieran perdido la condición de alumno regular por aplicación del Artículo 5.3 podrán inscribirse en una segunda oportunidad para cursar el cuatrimestre en que hubieran perdido su regularidad. La posibilidad de segunda inscripción es válida solamente para el siguiente ciclo de dictado de la carrera. Tomarán solamente los cursos que no hubieran aprobado en la primera oportunidad. Corresponde el pago de aranceles como se estipula en el Artículo 9.4.

Artículo 6.2: Los alumnos regulares podrán solicitar postergación del cursado de sus estudios siempre que no hubieran perdido su condición de alumno regular. Es posible solicitar postergación sólo una vez y por un plazo no mayor de un ciclo de dictado. No procederá al pago de aranceles complementarios por esta situación.

Prof. Marta ANA JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



### Capítulo 7: Trabajo Final:

Artículo 7.1: Al finalizar el cursado, el alumno deberá realizar un trabajo final individual de carácter integrador, y defenderlo ante un tribunal docente constituido a tal efecto, dentro de un año posterior a la fecha en que el alumno haya aprobado la totalidad de los cursos y talleres del programa. Se utilizará la escala de calificaciones referenciada en el Art. 5.2.

El trabajo final integrador consistirá en una investigación o desarrollo de un caso de estudio sobre algún tema específico de comercio internacional (por ejemplo, logística, estrategias de internacionalización de empresas, regulaciones internacionales y políticas comerciales que afectan a las empresas de la región, ventajas comparativas de la región, productos de exportación potenciales, etc.). El trabajo estará dirigido por algún docente de la ECI-FACE.

El alumno decidirá el tema que estudiará en su trabajo final integrador en base a sus intereses. En algunos casos el alumno contará con la información para el desarrollo del trabajo, por ejemplo, si la investigación tiene como objeto la empresa en la que trabaja, o si puede acceder a la información necesaria vía Internet. En otros casos, el alumno puede requerir información propia de ciertas entidades. La carrera facilitará, a través de convenios con instituciones de comercio internacional, la disponibilidad de datos e información necesaria para el desarrollo de los trabajos integradores finales.

Según lo establecido por el Reglamento General de Posgrado de la Universidad Nacional de Tucumán, el jurado del examen final será designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNT, constituido por el director de la carrera, 1 (un) profesor de la misma, y 1(un) profesor especialista, con idoneidad en el área temática, que sea externo a la carrera.

Artículo 7.2: En caso de no aprobar, el alumno tendrá derecho a rendir en una segunda oportunidad. El Trabajo Final debe aprobarse en el periodo para completar los estudios que establece el Reglamento General de Postgrado de la Universidad Nacional de Tucumán.

### Capítulo 8: Becas:

Artículo 8.1: Las becas serán otorgadas por el Decano de la Facultad de Ciencias Económicas sobre la base de las propuestas de la Dirección de la Especialización y de la Dirección de Posgrado e Investigación de la Facultad.

Prof. Marta Alicia JUAREZ DE TUZZA  
SECRETARIA ACADEMICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDON  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán



### Capítulo 9: Aranceles:

Artículo 9.1: Los alumnos pagarán aranceles. Se estima que el programa se autofinancia por lo que los aranceles se fijan en función de los costos necesarios para su implementación.

Artículo 9.2: La falta de pago de las obligaciones por financiación de aranceles dará lugar a la pérdida de la condición de alumnos regular. Cada caso será resuelto por la Dirección.

Artículo 9.3: Los aranceles se abonarán íntegramente en el caso de alumnos que abandonen la carrera habiendo aprobado o no cursos del cuatrimestre en que se produzca su deserción.

Artículo 9.4: Los alumnos que cursen un cuatrimestre en segunda oportunidad conforme lo establecido en el Artículo 6.1, pagarán, por cada curso que repitan.

Artículo 9.5: Si se tomaran cursos aislados sin integrarse al programa conforme lo establecido en el Artículo 4.3, los mismos serán arancelados según corresponda.-

Artículo 9.6: Es requisito indispensable para defender el trabajo final, que el alumno haya cumplido con los requisitos académicos establecidos por la Especialización y abonado la totalidad de los aranceles que se fijan en este capítulo.

### Capítulo 10: Convenios

Artículo 10.1: La Dirección y el Comité Académico se comprometen a propiciar la firma de convenios que promuevan vínculos institucionales locales, nacionales e internacionales con el objetivo de fomentar la cooperación y acceso a datos de empresas como fuente de información para los trabajos finales de carrera.

### Capítulo 11: Cuerpo Docente:

Artículo 11.1: Para integrar el cuerpo docente se requiere poseer título de Posgrado de nivel equivalente al de Especialista o superior. En casos excepcionales podrán integrar el cuerpo Profesores de esta u otra Universidad Nacional o Extranjera o Profesionales con sólida formación y acreditada trayectoria en los temas de la carrera aunque no cumplan con el requisito de estudios de Posgrado.

Artículo 11.2: Los Profesores tendrán a su cargo el desarrollo de un curso o parte del mismo. El encargo de las materias será propuesta por la Dirección del Postgrado, debiendo ser designados por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas UNT. Estas resoluciones tendrán una duración de 2 años (que es la duración de la carrera)





Artículo 11.3: Son funciones de los Profesores:

- a) Confeccionar el programa y seleccionar la Bibliografía pertinente a los objetivos de cada curso.
- b) Elaborar y presentar ante la Dirección una Planificación de Actividades y una Memoria Anual con detalle de sus Tareas.
- c) Elaborar guías de lectura y actividades prácticas.
- d) Atender las consultas de los alumnos relacionados con temas académicos.
- e) Desarrollar en los encuentros presenciales, los aspectos teóricos y prácticos del curso.
- f) Conducir los talleres.
- g) Confeccionar y corregir los exámenes y demás requisitos de aprobación que se mencionan en los capítulos 3 y 5.
- h) Constituir el jurado encargado de la evaluación de Trabajo Final.

#### Capítulo 12: Dirección y Comité Académico:

Artículo 12.1: La Dirección del programa de Especialización estará a cargo del Director. También se constituirá un Comité Académico de carácter consultivo.

Artículo 12.2: El Director y los integrantes del Comité Académico deberán ser o haber sido Profesores del área de Comercio Internacional, con estudios de postgrado de nivel de Especialización o superior. En casos excepcionales, la ausencia de estudios de postgrado podrá reemplazarse con una formación equivalente demostrada por sus trayectorias académicas y profesionales. La designación será por cuatro años y podrá ser renovada a propuesta del Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas.

Artículo 12.3: Las funciones del Director son:

- a) Integrar la Comisión de Admisión junto al Comité Académico.
- b) Proponer que se encargue el dictado de las actividades académicas a los profesores responsables de los cursos, talleres y evaluaciones de nivel.
- c) Establecer el Calendario Académico de cada ciclo y trimestre.
- d) Proponer la designación de los profesores que integran el jurado encargado de evaluar el Trabajo Final.
- e) Conceder las prórrogas que se mencionan en los Artículos 6.1. y 6.2
- f) Seleccionar a los docentes y graduados que soliciten beca para el cursado de sus estudios.
- g) Conceder plazos para el pago de los aranceles y decidir la caducidad de la condición de alumno por incumplimiento de las obligaciones en materia de aranceles.
- h) Proponer el temario básico a considerar en las reuniones del Comité Académico.



- i) Coordinar y supervisar las actividades del programa.
- j) Actuar como representante de la Carrera en las situaciones en que fuera necesario.
- k) Disponer la adquisición de material bibliográfico y elementos didácticos.
- l) Gestión de la acreditación de la carrera y trámites ministeriales correspondientes.

Artículo 12.4: El Comité Académico estará integrado por tres profesores de la Carrera de Posgrado "Especialización en Comercio Internacional" de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNT, debiendo al menos dos ser del área de Comercio Internacional. Serán propuestos por el Decano y la designación será por cuatro años.

Artículo 12.7: El Comité Académico actúa como ente consultivo respecto de la puesta en marcha y funcionamiento de la carrera. Sus funciones son:

- a) Brindar asesoramiento al Director en los temas a los que se refieren los incisos b), c), d), e) y f) del Artículo 12.3 y cualquier otro que se le requiera.
- b) Diseñar e implementar mecanismos de evaluación de la carrera.
- c) Velar por la actualización de la carrera aportando las ideas que puedan enriquecerla.
- d) Servir de nexo con la comunidad empresarial y otras organizaciones sociales.
- e) Funcionar como Comisión de Admisión junto al Director.

Artículo 12.8: El Comité Académico en su primera reunión elegirá un Presidente de entre sus miembros. Se reunirá por lo menos una vez por bimestre o cuando lo pida la Dirección del programa o uno (1) de sus integrantes, teniendo quórum con dos (2) de sus miembros.

Prof. María Inés J. ESTEVEZ  
SECRETARÍA CLÍNICA  
Universidad Nacional de Tucumán

Dra. ALICIA BARDÓN  
RECTORA  
Universidad Nacional de Tucumán