

PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS INFORMATIVOS

DEPARTAMENTO: CIENCIAS ECON. ADMIN. Y COMERC		ÁREA DE CONOCIMIENTO: COMERCIO EXTERIOR	
NOMBRE DE LA ASIGNATURA: COMERCIO INTERNACIONAL (4.0)		PERIODO ACADÉMICO: PREGRADO S-II OCT18-FEB19	
CÓDIGO: 33026		No. CREDITOS: 4	NIVEL: PREGRADO
FECHA ELABORACIÓN: 09/05/2018	EJE DE FORMACIÓN	HORAS / SEMANA	
	PROFESIONAL	TEÓRICAS: 3	PRÁCTICAS/LABORATORIO 1

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

Comercio Internacional es una asignatura de profesionalización dentro de las Carreras de Ingeniería Comercial, Ingeniería en Finanzas y Auditoría, Ingeniería en Mercadotecnia Y Comercio Exterior, la misma que busca familiarizar al estudiante con los conocimientos referentes al intercambio mundial de bienes y servicios entre dos o más países o regiones económicas, e instrumentos de análisis relacionados con la normativa y procedimientos que rigen las operaciones del comercio internacional y comercio exterior, con el fin de responder a grandes interrogantes: ¿qué productos importar y exportar? ¿Cuánto comerciar? o ¿con quién comerciar? Además, permite fortalecer los conocimientos del entorno económico y macroeconómico, porque con ellos se puede explicar la evolución, avance, razones y ventajas del proceso de negociaciones en el mercado internacional, también comprender la creación de bloques comerciales como parte del proceso de globalización.

Guía en el conocimiento para dominar técnicas que permitan insertar al estudiante en la dinámica del comercio internacional, especialmente sobre aspectos relacionados con el acceso a mercados, ambientes y operaciones de negocios internacionales, cooperación multilateral e inversión extranjera directa.

CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL:

La asignatura corresponde a la tercera etapa del eje de formación profesional, proporciona al futuro profesional las bases conceptuales, la aplicación de política económica y comercial, y la cooperación, procesos que forman parte de los negocios internacionales, alineados a las necesidades de los estados y de las empresas con el uso de divisas como medio de negociación.

La asignatura contribuye a la formación de profesionales creativos e innovadores, con la aplicación de herramientas conceptuales y metodológicas necesarias para identificar y emprender negocios nacionales con fines de expansión y desarrollo a nivel internacional, en el ámbito de competencia de su formación profesional, con altas posibilidades de éxito, así como una dirección empresarial eficiente.

Acorde a la Misión institucional y a los objetivos de transformación de la matriz productiva del país.

RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA (UNIDAD DE COMPETENCIA):

El estudiante fortalecerá los conocimientos del entorno económico y macroeconómico, para explicar la preparación, evolución, razones, ventajas, beneficios e importancia de los procesos de negociación en el contexto internacional, así como, a identificar las oportunidades que representan las relaciones de los bloques comerciales como parte del proceso de globalización de la economía.

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA:

Analizar el entorno del Comercio Internacional, a través del estudio y aplicación de los conceptos y teorías, desarrollar ejercicios aplicativos y visitas académicas a diferentes empresas que desarrollan y consolidan procesos de internacionalización de la economía, en el ámbito competitivo y de los negocios internacionales.

RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA: (ELEMENTO DE COMPETENCIA):

- Realiza diagnósticos e identifica oportunidades de negocios innovadores para mejorar la gestión y la competitividad empresarial.
- El estudiante se inteligencia de los mercados a fin de obtener información que garantiza calidad y refleje el interés del consumidor en el momento de elegir la compra en el mercado local e internacional.

PROGRAMA ANALÍTICO

2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

UNIDADES DE CONTENIDOS	
<p>Unidad 1</p> <p>ECONOMÍA INTERNACIONAL, TEORÍA ECONÓMICA, COMERCIO INTERNACIONAL.</p>	<p>Resultados de Aprendizaje de la Unidad 1</p> <p>Relacionar los negocios internacionales con la evolución y desarrollo de las relaciones internacionales y la economía mundial.</p>
<p>1. Economía Internacional y Teoría Económica</p> <p>Teoría pura del comercio</p> <p>Teoría de la política comercial.</p> <p>La Balanza de pagos</p> <p>Ajustes de la Balanza de Pagos.</p> <p>2. Teorías del Comercio Internacional</p> <p>La economía feudal como antecedente del mercantilismo.</p> <p>El mercantilismo</p> <p>3. Otras teorías del comercio Internacional.</p> <p>Ventaja absoluta y comparativa</p> <p>Ventaja natural</p> <p>Ventaja adquirida</p> <p>Teoría de proporciones de los factores.</p> <p>4. Ciclo de vida de los productos</p> <p>Patrones comerciales.</p> <p>Diferencia entre países</p> <p>Teoría de semejanza de países. Guerras e Insurrección</p> <p>Relaciones comerciales bilaterales</p> <p>Independencia, dependencia e interdependencia.</p> <p>5. Razones de la intervención gubernamental</p> <p>Desempleo.</p> <p>Industria naciente</p> <p>Industrialización</p> <p>Rendimientos agrícolas marginales.</p> <p>6. Nuevo Orden Económico Internacional (Bretton Woods)</p> <p>Economía internacional en la posguerra</p> <p>Banco Mundial (BM)</p> <p>Fondo Monetario Internacional (FMI)</p> <p>Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC).</p>	
<p>Unidad 2</p> <p>POLÍTICA COMERCIAL Y ASPECTOS LEGALES</p>	<p>Resultados de Aprendizaje de la Unidad 2</p> <p>Identificar los mecanismos de Política Comercial y los organismos internacionales que influyen sobre el comercio mundial</p>
<p>Políticas de ajuste y Equilibrio de la Balanza de Pagos</p> <p>Fiscal</p> <p>Monetaria</p> <p>Cambiaria</p> <p>Integración Económica y Economía Política del Comercio Internacional</p> <p>niveles</p> <p>argumentos a favor y en contra</p> <p>sistemas</p> <p>instrumentos</p> <p>Desarrollo del sistema mundial de comercio</p> <p>La economía política de la política comercial</p> <p>Los argumentos a favor del libre comercio</p> <p>Los argumentos del bienestar nacional contra el libre comercio.</p>	

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDADES DE CONTENIDOS

Acuerdos, ventajas y tensiones ¿Quién obtiene protección?

Acuerdos de Integración y Cooperación

Acuerdos de Integración y Cooperación

UE

ALCA

TLCNA (NAFTA)

CAN,

MERCOSUR

UNASUR

Asia

Pacífico Sur

Organismos e instituciones Internacionales de apoyo al comercio internacional

GATT

OMC,

FMI,

Banco Mundial

Examen de las políticas comerciales de Ecuador-OMC (Lectura OMC)

Ventajas y desafíos del acuerdo de la facilitación del comercio de la OMC

Promoción de flujos de Inversión

Diversificación

Términos de Intercambio

Sustitución de importaciones vs. promoción de exportaciones.

Instrumentos de política comercial y proteccionismo

Subsidios a la exportación

Cuotas de importación

medidas ambientales

salvaguardias

medidas laborales,

requisito del contenido nacional

otras medidas de control y seguridad.

Divisas

Términos y definiciones

Operación del mercado de divisas

. Determinación de los tipos de cambio.

Sistema monetario internacional

Modelos cambiarios

Unidad 3

NEGOCIOS INTERNACIONALES, AMBIENTES Y OPERACIONES.
GLOBALIZACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Resultados de Aprendizaje de la Unidad 3

Identificar los mecanismos para la internacionalización de empresas, de productos y servicios

1. Introducción

cómo encajan los gobiernos internacionales.

Las fuerzas que impulsan la globalización: económicas, tecnológicas y políticas.

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE LA GLOBALIZACION

Aumento de tecnología

Liberalización del comercio

Desarrollo de servicios

Crecientes presiones del consumidor

Aumento de la competencia global

Cambio de situaciones políticas

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDADES DE CONTENIDOS

Cooperación internacional ampliada.

LOS COSTOS DE LA GLOBALIZACION

Crecimiento económico y presión medioambiental

INVERSIÓN EXTRANJERA

Significado de la Inversión Extranjera Directa (IED).

Relación entre el comercio y movilidad de factores

Motivación para la realización de negocios internacionales por medio de IED

Expansión del mercado

Inversiones y Comercio

Inversiones para la adquisición de recursos

Motivos políticos.

MOTIVOS DE LA PRESENCIA DE LAS COMPAÑÍAS INTERNACIONALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio en el proceso de internacionalización, ampliación de negocios, adquisición de recursos.

MODOS DE OPERACION EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Exportaciones e importaciones de mercancías

Exportaciones e importación de servicios

Inversiones

Tipos de organizaciones internacionales.

FACTORES QUE HACEN QUE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES DIFIERAN DE LOS NACIONALES

Factores físicos y sociales

Entornos competitivos

3. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA

(PROYECCIÓN DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE QUE SE UTILIZARÁN)

- 1 Grupos de Discusión
- 2 Estudio de Casos
- 3 Clase Magistral

PROYECCIÓN DEL EMPLEO DE LA TIC EN LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE

- 1 Aula Virtual
- 2 Herramientas Colaborativas (Google, drive, onedrives, otros)
- 3 Material Multimedia
- 4 Redes Sociales

4. TÉCNICAS Y PONDERACIÓN DE LA EVALUACIÓN

- En este espacio se expresarán las técnicas utilizadas en la evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje o evaluación formativa y sumativa.
- Las técnicas que se recomienda usar son: Resolución de ejercicios, Investigación Bibliográfica, Lecciones oral/escrita, Pruebas orales/escrita, Laboratorios, Talleres, Solución de problemas, Prácticas, Exposición, Trabajo colaborativo, Examen parcial, Otras formas de evaluación.
- Recordar que mientras más técnicas utilicen, la evaluación será más objetiva y el desempeño del estudiante se reflejará en su rendimiento (4 o 5 técnicas).
- Para evaluar se deberá aplicar la rúbrica en cada una de las técnicas de evaluación empleadas. Se debe expresar en puntaje de la nota final sobre 20 puntos. No debe existir una diferencia mayor a dos puntos entre cada técnica de evaluación empleada.
- En la modalidad presencial existen tres parciales en la modalidad a distancia existen dos parciales, toda la planificación de periodo académico se la realiza en función del número de parciales de cada modalidad.
- La ponderación a utilizarse en la evaluación del aprendizaje del estudiante será la misma en las tres parciales.
- Para la aprobación de una asignatura se debe tener una nota final promedio de 14/20, en los tres o dos

PROGRAMA ANALÍTICO

5. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA/ TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

Titulo	Autor	Edición	Año	Idioma	Editorial
NEGOCIOS INTERNACIONALES 12A. ED.	Daniels, John D.	-	2010	-	Pearson
Gestión administrativa del comercio internacional / Francisca Peirats Mecho y otro	Peirats Mecho, Francisca	4	2017	spa	Marcombo
Comercio internacional	Feenstra, Robert C	-	2011	spa	Barcelona : Reverté
Comercio internacional I:	Mercado H. Salvador	3	1997	spa	Limusa
Comercio Internacional: Aspectos operativos, administrativos y financieros / Claudio Maubert Viveros	Maubert Viveros, Claudio		1998	spa	Trillas

6. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

MARIA ELENA JEREZ CALERO
COORDINADOR DE AREA DE CONOCIMIENTO

DIRECTOR DE CARRERA

JULIO TAPIA LEON
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO