

[Regresar...](#)

## Comercio Exterior

### Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura	2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura
Comercio Exterior	Licenciatura	I5424
4. Prerrequisitos	5. Área de Formación	6. Departamento
Introducción a los Negocios Internacionales	Especializante Obligatoria	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
7. Academia	8. Modalidad	9. Tipo de Asignatura
Comercio Internacional	Presencial	Curso-Taller
10. Carga Horaria		
Teoría	Práctica	Total
40	40	80
12. Trayectoria de la asignatura		

### Contenido del Programa

#### 13. Presentación

Las actividades internacionales principalmente el comercio, se han convertido en un parteaguas para la consolidación de los países. Para México el comercio es sin duda alguna la actividad de más alto crecimiento en los últimos años, de tal manera que se requiere de un profesional que conozca a profundidad las regulaciones y actividades del comercio exterior.

#### 14.- Objetivos del programa

##### Objetivo General

Conocer y Analizar las actividades de comercio exterior, las fortalezas para México y la participación para las empresas.

#### 15.-Contenido

##### Contenido temático

##### **UNIDAD 1.- FUNDAMENTOS DE COMERCIO EXTERIOR (20 HORAS).**

Objetivo Particular: Conocer los fundamentos del comercio exterior mexicano, sus alcances y limitaciones.

##### **UNIDAD 2.- MARCO JURÍDICO DEL COMERCIO EXTERIOR (16 HORAS)**

Objetivo Particular: Identificar el marco normativo del comercio exterior y cómo éste afecta a la operación internacional.

**UNIDAD 3.- POLÍTICA COMERCIAL INTERNACIONAL (16 HORAS)**

Objetivo Particular: Conocer las corrientes de pensamiento comercial en materia global.

**UNIDAD 4.- ORGANISMOS PÚBLICOS Y PRIVADOS PROMOTORES DEL COMERCIO EXTERIOR (16 HORAS)**

Objetivo Particular: Identificar a las instituciones y organizaciones que se encargan de promover al comercio exterior y facilitar ésta actividad.

**UNIDAD 5.- PROYECTOS DE EXPORTACIÓN (12 HORAS)**

Objetivo Particular: Analizar los elementos básicos de un proyecto de exportación y poner en práctica su elaboración.

## Contenido desarrollado

## UNIDAD I. Fundamentos del comercio exterior de México

1.1. Conceptos básicos

1.2. Evolución de la tributación aduanera en México

1.3. Competitividad y productividad en México

1.3.1. Caso relativo a la competitividad de México y la productividad del sector lácteo

## UNIDAD II. Política Comercial y Apoyos a la exportación en México

2.1. Proteccionismo y libre cambio

2.2. Desarrollo del comercio exterior en México por sexenios

2.3. Instrumentos y programas de apoyo a las exportaciones mexicanas

## UNIDAD III. Marco Jurídico del comercio Exterior Mexicano

3.1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos artículos 93, 131 y 133

3.2. ejercicio para identificar cuál legislación internacional y las nacionales es aplicable al producto o servicio elegido para exportación.

3.3. Ley sobre la aprobación de Tratados en materia económica

3.3.1. tipos de Tratados o Acuerdos en vigor en México

3.4. Ley de ingresos de la Federación

3.4.1. Aprovechamientos : Cuotas compensatorias en México

3.5. Ley de los Impuestos generales de Importación y Exportación

3.5.1. Caso y ejercicios de clasificación arancelaria del Sistema Armonizado

3.6. Ley de Comercio Exterior

3.5.1. Casos de discriminación de precios (dumping) en economía de mercado y en centralmente planificada hasta las resoluciones en la O.M.C.

3.7. Código Fiscal de la Federación

3.8. Ley Aduanera

3.8.1. Caso sobre los diferentes regímenes aduaneros en México y la U.E.

3.9. Ley de metrología y normalización.

3.9.1. Caso relativo a NOMs

3.10. Ley Federal de Derechos

3.10.1. derechos por la prestación de servicios aduaneros

3.11. Ley Federal de Competencia Económica.

3.11.1. Caso de Concentración en el sector cervecero en México

## UNIDAD IV. Organismos públicos y privados que promueven, regulan y financian el comercio Exterior mexicano.

4.1. Organismos del Gobierno Federal

4.2. Organismo de las entidades federativas

4.3. Organismos del sector privado.

## UNIDAD V. Organismos Internacionales que promueven el comercio internacional y bloques comerciales.

5.1. Multilateralismo y regionalismo

5.2. Organización Mundial del Comercio (OMC)

5.3. Centro de Comercio Internacional

5.4. Sistema Generalizado de Preferencias

5.5. Bloques Comerciales en el Mundo

## UNIDAD VI. DESARROLLO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

- 6.1 Introducción a la economía de servicios
- 6.2 El sector servicios en la estrategia de desarrollo de México
- 6.3 Capítulo sobre servicios en los Acuerdos comerciales
- 6.4 Identificación de oportunidades para la prestación de servicios de México
- 6.5 Empresas mexicanas en la prestación del comercio internacional de servicios

## UNIDAD VII. Proyectos de exportación de mercancías y servicios.

- 7.1 Análisis mínimo sobre la competitividad del sector y del producto a exportar
- 7.2 Nombre y descripción del producto a exportar y/o diversificar su mercado y su clasificación arancelaria
- 7.3 Perfil del mercado meta
- 7.4 Reglas de origen aplicables específicas según la clasificación arancelaria
- 7.5 Preferencias arancelarias para el producto
- 7.6 Documentación necesaria en el proceso de exportación
- 7.7 Envase, etiquetado y embalaje a emplear y sus normas en el país importador
- 7.8 Estrategias para exportar
- 7.9 Formas de internacionalizar la empresa y canales de distribución
- 7.10 Apoyo gubernamental para promover exportaciones
- 7.11 Aspectos legales en el plano internacional
- 7.12 Logística internacional
- 7.13 Formas de pago e incoterm a utilizar
- 7.14 Aspectos financieros del proyecto
- 7.15 Negociación, contratación y solución de controversias en el comercio internacional
- 7.16 Servicio post venta
- 7.17 fundamento legal nacional y/o internacional de cada fase o aspecto del proyecto de exportación (en los temas que aplica)

## 8. Contenido proyecto de exportación de servicios

- 8.1 Análisis mínimo sobre la competitividad del sector servicios**
- 8.2 Estadísticas de la balanza de servicios global y bilateral con el país objetivo
- 8.3 Estudio del mercado destino (análisis mínimo)
- 8.4 Forma de ingreso de la empresa al mercado internacional (exportación directa, Coinversión ; Franquicia; Contrato de distribución ,etc.)
- 8.5 Regulaciones y barreras no arancelarias aplicables (certificaciones, normas , afiliación a organismos)
- 8.6 Presentación de ofertas y cotizaciones por el servicio contratado ó por contratar (Licitacion internacional ;Asignación directa ; Otros)
- 8.7 Legislación aplicable : Acuerdo multilateral ; Tratado comercial bilateral
- 8.7.1. Leyes laborales, ambientales, fiscales, de protección al **consumidor y otras específicas según el tipo de servicio** proporcionado.
- 8.8 Apoyo gubernamental de promoción
- 8.9 Establecer el tipo de promoción y publicidad necesaria para posicionar el servicio
- 8.10 Contrato(s) internacional(es) que se originan y el método a utilizar para resolver probables controversias comerciales internacionales.
- 8.11 Descripción del proceso de negociación internacional realizado entre las partes (cliente – exportador)
- 8.12 Viaje de negocios al mercado meta: asistencia a ferias especializadas, agenda de encuentros, documentación personal para estancia; aspectos interculturales)
- 8.13 Observaciones y recomendaciones ; Fuentes de información

## 16. Actividades Prácticas

Elaboración de un Proyecto de Exportación. Exposición de los Alcances del Proyecto. Visita a organismos de apoyo al comercio exterior. Así como el desarrollo de casos prácticos enfocados a resolución de problemas comunes en el comercio exterior. Asistir a la semana de la mercadotecnia y negocios internacionales (NEGOMARKET) del 14 al 18 de noviembre de 2016.

## 17.- Metodología

Presentación de materiales multimedia en clase para reforzamiento de los conocimientos adquiridos.

Generación de Debates.

Aplicación de técnicas de investigación para el proyecto de exportación.

## 18.- Evaluación

Proyecto de Exportación y Exposición	40%
Tareas y Actividades	30%
Exámenes	30%
Total	100%

El ciclo escolar 2016 "B" inicia el lunes 15 de agosto de 2016

Negomarket del 14 al 18 de Noviembre del 2016.

Asistencia al 80% de las clases para el periodo ordinario, captura de calificaciones martes 13 de Diciembre del 2016.

Asistencia al 65% de las clases para el periodo extraordinario, captura de calificaciones viernes 16 de Diciembre del 2016.

Vacaciones de Invierno 17 de Diciembre del 2016 al 04 de Enero del 2017.

## 19.- Bibliografía

Libros / Revistas Libro: Ingeniería de la Exportación: Cómo Elaborar Planes Innovadores de Exportación.

Minervini, N. (2014) Cengage Learning No. Ed 1

ISBN:

Libro: Derecho Corporativo y la Empresa

Sanromán Aranda, R., Cruz Gre (2008) Cengage Learning No. Ed 1

ISBN:

## Otros materiales

Sitio Web: Portal de Bancomext

Descripción: <http://www.bancomext.com/>

Sitio Web: Portal de ProMéxico

Descripción: <http://www.promexico.gob.mx/>

Artículo: Emerging economies

Descripción: Anderson, K., Strutt, A. (2014). Emerging economies, productivity growth and trade with resource-rich economies by 2030. Australian Journal of Agricultural and Resource Economics, 58, pp. 590–606"

Artículo: Do Business and Political Ties Differ in Cultivati

Descripción: Dong, M. C., Li, C. B., Tse, D. T. (2013). Do Business and Political Ties Differ in Cultivating Marketing Channels for Foreign and Local Firms in China? *Journal of International Marketing*, 21(1), pp.

Artículo: Genetically modified product use and trade regulation

Descripción: Gargasas, A., Rimkienė, I. (2014). Genetically modified product use and trade regulation of the European Union. *Regional Formation and Development Studies*, 13(2), pp. 25 - 35

Artículo: Marketing Channels in Foreign Markets

Descripción: Grewal, R., Kumar, A., Mallapragada, G., Saini, A. (2013). Marketing Channels in Foreign Markets: Control Mechanisms and the Moderating Role of Multinational Corporation Headquarters–Subsidiary Relationship

Artículo: Is There a Bilateral Trade-Off Between Foreign Direct Investment and Trade?

Descripción: Hsieh, W. J., Huang, J. J., Wei, C. L. (2014). Is There a Bilateral Trade-Off Between Foreign Direct Investment and Trade? Case of China, Japan, and Korea. *The Chinese Economic Review*, 47(3), pp. 8–22.

Artículo: Shattering the Myths About U.S. Trade Policy

Descripción: Lawrence, R. Z., Edwards, L. (2012). Shattering the Myths About U.S. Trade Policy. *Harvard Business Review*. pp. 149 – 153.

Artículo: Outward Foreign Direct Investment

Descripción: Lee, H. S. (2014). Outward Foreign Direct Investment, Interindustry Networks, and U.S. Trade Politics. *The International Trade Journal*, 28 pp. 140–168, DOI: 10.1080/08853908.2013.840546

Artículo: The Economic Impact of Remittances

Descripción: Metelski, D., Mihi-Ramirez, A. (2015). The Economic Impact of Remittances and Foreign Trade on Migration. Granger-Causality Approach. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 26(4), pp. 364–372

Artículo: A conceptualisation of direct and indirect impact

Descripción: Shamsuddoha, A. K., Ali, M. Y., Ndubisi, N. O. (2009). A conceptualisation of direct and indirect impact of export promotion programs on export performance of smes and entrepreneurial ventures, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*

Artículo: Ways of improvement of non-tariff measures of international trade regulation

Descripción: Ganna Solodkovska, G., Olefirenko, V. (2014). Ways of improvement of non-tariff measures of international trade regulation. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*

Artículo: The impact of foreign trade on economic growth

Descripción: Stancheva-Gigov, I. (2014). The impact of foreign trade on economic growth. *Journal of Sustainable Development*, UDC: 330.35:339.5]:303.724

## 20.- Perfil del profesor

El docente deberá contar con una maestría o licenciatura en negocios internacionales, comercio exterior, comercio internacional y afines, así como una experiencia de dos años.

## 21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Aldrete Lozano Fernando

Código: 7703236

Bayardo Moreno Hector Vicente  
Código: 7104162

Fernandez Ocegueda Jose Luis  
Código: 7703236

Herrera Gonzalez Laura Noemi  
Código: 2137666

Maciel Lidia Gutierrez  
Código: 8301387

Orozco Alvarado Javier  
Código: 8118329

Pinedo Rivas Rosalina  
Código: 2950641

#### 22.- Lugar y fecha de su aprobación

Se reviso y actualizo en CUCEA en el Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en el G 306, el 29 de Julio del 2015 en Reunión de Academia.

#### 23.- Instancias que aprobaron el programa

El programa fue evaluado y revisado por los profesores que integran el Colegio Departamental el 21 de Julio del 2016.

#### 24.- Archivo (Documento Firmado)

[Acta de academia.pdf](#)

Imprimir 

[Regresar...](#)