

QUILMES, 7 diciembre de 2011

VISTO el Expediente N° 827-1518/11, y

CONSIDERANDO:

Que por el mismo se propone la creación de la Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales.

Que la Universidad Nacional de Quilmes consolida su programación de posgrado mediante la creación de carreras de interés académico y profesional, vinculadas con las fortalezas con las que la Universidad cuenta en el campo de la investigación y la docencia de grado.

Que es política de la Universidad Nacional de Quilmes estimular el desarrollo de estudios de posgrado bajo la modalidad de la educación virtual.

Que la problemática de los negocios internacionales se encuentra entre las que requieren una atención particular desde una perspectiva interdisciplinaria.

Que la problemática de la enseñanza universitaria y superior se encuentra entre las que requieren una atención particular de estudio e investigación desde el mismo sistema universitario

Que la Universidad cuenta con docentes investigadores y con perfil profesional de las distintas disciplinas que requieren el dictado del presente posgrado.

Que la Comisión de Asuntos Académicos del Departamento de Economía y Administración ha emitido despacho favorable.

Que el Estatuto de la Universidad Nacional de Quilmes, establece como función del Consejo Departamental proponer al Consejo Superior los planes de estudios de las carreras, títulos y grados académicos correspondientes, en el área de su competencia, (artículo 79° inc. i.).

Por ello,



**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL  
DEL DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN  
RESUELVE:**

ARTICULO 1º: Proponer al Consejo Superior la creación de la Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales.

ARTICULO 2º: Proponer al Consejo Superior la aprobación del Plan de Estudios de la Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTICULO 3º.- Regístrese, elévese al Consejo Superior y archívese.

RESOLUCION (CD) N°: 134/11

**Dr. Alejandro Villar**  
Director  
Departamento de Economía y Administración  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES



ANEXO

**ESTRUCTURA Y PLAN DE ESTUDIOS**  
**MAESTRÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**1. Fundamentación**

La Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales ha sido pensada por investigadores y docentes de diversas áreas disciplinares de la Universidad Nacional de Quilmes, y por ello propone un enfoque amplio y crítico sobre la complejidad del contexto internacional de los negocios, el rol y desarrollo para las empresas y la dinámica que el estado, como factor clave, puede y debe tener en las políticas y apoyo al desarrollo de los mismos.

El entramado de relaciones económico-políticas de los estados a nivel internacional, los profundos cambios que dicho entramado presenta, la aplicación de nuevas y viejas teorías del comercio, el esquema de negociaciones internacionales y aquellos aspectos propios de la operatoria aduanera y comercial no resultan meros aspectos del entorno de los negocios. En efecto, el escenario internacional se ha caracterizado por su dinamismo y mutación lo que configura un entorno mundial competitivo y cambiante; situación que impacta decididamente en el accionar empresario y obliga a un replanteo permanente del rol del estado en dicho esquema.

Las empresas tienen la necesidad de comenzar o profundizar sus operaciones internacionales, por cuanto, están soportando la creciente acción de competidores de terceros países, situación que conduce al estado a redefinir su relación con las empresas, y en ese sentido, seleccionar sus estrategias y acciones en ese contexto que contribuya a una mayor inserción internacional, seleccionar sus estrategias y acciones en ese contexto. También, no resulta menor el sesgo, estrategia y aporte que el estado haga en el proceso de administración de la internacionalización de su comercio.

Así, una visión de estado, empresa, ambiente internacional resultan ser las aristas de un triángulo que merece ser estudiado, analizado y comprendido para el accionar de mediano y largo plazo.

Con ese objetivo, con la dinámica de los nuevos desafíos que se imponen a empresas y estado, con la nueva agenda que incluye medioambiente, nuevas tecnologías, rol estatal, competencia y competitividad, alimentos y población, oportunidades y estrategias, la maestría que se propone busca dar formación a los recursos humanos para, tanto en el sector público como en el privado, contar con las herramientas y pensamiento estratégico que sea capaz de mejorar la vinculación con los mercados en el complejo mundo del negocio internacional.

Dado el concreto esquema y dirección estratégica que se impone para estado y empresas, la maestría propone dos orientaciones claras. Por un lado vinculadas a una dedicación mayor a la operación y accionar empresario. La otra (y siendo esto un aspecto único) una dedicación al rol, estrategia y dirección que el administrador de la cosa pública tiene en cuanto vinculación con el escenario internacional

En paralelo no resulta menor señalar los pilares medulares que sostienen la propuesta. La vinculación y auspicio en la investigación de los fenómenos y estructuras del negocio internacional resulta ser el primer pilar en la propuesta que se formula. Asimismo la vinculación intraclaustros con otras disciplinas y campo del conocimiento y carreras de postgrado y el enlace con universidades y profesores extranjeros resulta ser los otros dos pilares en los cuales se asienta esta propuesta en cuanto a su conceptualización.

Y La propuesta académica de creación de la Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales en el ámbito de la Universidad Nacional de Quilmes y del Programa Universidad Virtual de Quilmes, comprende la necesidad de atender a una importante demanda de graduados de distintas disciplinas interesados en avanzar en su carrera profesional o académica a través de la realización de un posgrado de carácter interdisciplinario que complemente su formación específica y que cuente con el dinamismo para permitir una amplia adaptabilidad a los constantes cambios que caracterizan al contexto de los negocios

internacionales. La formación se estructura tendiendo a encontrar una relación que aportará los contenidos teórico prácticos del plan de estudios incluyendo la generación de estrategias y la aplicación de instrumentos específicos que permitan la actuación en todos los ámbitos que comprenden al desarrollo del comercio internacional y los negocios internacionales y a la concreción mediante una eficiente definición de políticas públicas y sectoriales que apunten al desarrollo de economías regionales y locales con proyección internacional.

La propuesta descansa en la ventaja que presenta la Universidad y su campus virtual. En efecto la Universidad Nacional de Quilmes, y su Campus Virtual poseen una significativa trayectoria en educación superior en el campo de las ciencias sociales, ciencias de la educación, ciencias básicas y tecnológico-aplicadas; tanto en la formación de grado como posgrados. En este sentido la UNQ cuenta con dos ventajas. Por un lado, la existencia de sólidas áreas académicas en posgrados y equipo docente e investigadores especializados en la temática. Posgrados basados en la integración de distintas especialidades y líneas de investigación específicas, justifican la propuesta. Y por otro lado, una sólida experiencia de la Universidad Virtual de Quilmes que ofrece la posibilidad de contar con un programa que permite la modalidad en entornos virtuales en posgrado, gracias al desarrollo, desde hace más de una década, en nuevas tecnologías en formación superior.

#### Algunas líneas diferenciales

Esta propuesta busca dotar a la maestría de ciertos parámetros particulares entre los que cabe mencionar:

- a) Conformación de un cuerpo de profesores internos de la UNQ, tanto de la modalidad presencial, como virtual, junto a un grupo de profesores particularmente interesados en integrar el plantel y un tercer grupo de profesores extranjeros que en forma de "visitantes permanente" permitan a la maestría contar con una permanente actualización por vía de estos aportes.
- b) Vinculación con líneas de investigación de la propia universidad, así como de otras universidades locales, como internacionales en formatos

de videoconferencias o debates similares sobre los resultados de estas investigaciones.

- c) Modalidad dual de titulación con dos orientaciones. Una destinada al ámbito privado y otra al ámbito público.
- d) Modalidad de cursada acentuada en lo Virtual, lo cual constituye un elemento altamente distintivo de otras ofertas de maestría y especializaciones de esta naturaleza.
- e) Vinculación con otras maestrías de negocios internacionales de universidades extranjeras y nacionales, con objeto de promover la integración académica a la actual propuesta, la diversidad de escenarios posibles de formación de posgrado y una mayor flexibilidad de formación.

## 2. Objetivos

### 2.1. Objetivo General

Crear una nueva generación de profesionales y agentes públicos que cuenten con las más modernas herramientas que les permitan implementar estrategias que den valor agregado a todos los procesos de la empresa y el rol del estado en el concierto de los negocios internacionales.

### 2.2. Objetivo específico

- Integrar la práctica y la teoría fundamental de los negocios internacionales a través del estudio de problemas reales y concretos y la conceptualización de los mismos en el marco de las nuevas teorías.
- Desarrollar las habilidades prácticas para manejar los procesos comerciales logísticos, y estratégicos de una empresa que funciona en un contexto internacional dinámico.
- Desarrollar las habilidades interpersonales para ejercer un liderazgo transformador y profundamente humanista con claros esquemas de pertenencia en cuanto al agente público.
- Dotar de habilidades para desarrollar oportunidades de negocios internacionales a partir de la identificación de oferta exportable y su proyección en mercados externos.

- Adquirir destrezas para decidir la forma de entrada y el proceso de negociación más adecuado en mercados externos.

### **3. Perfil del egresado**

El egresado será un profesional que en su grado de Magister estará capacitado para analizar y ejecutar las estrategias y tácticas que permiten abordar el mercado externo interactuar con otros agentes y fijar las pautas para el desarrollo de los negocios internacionales de las empresas. Asimismo estará capacitado para analizar y llevar adelante las políticas públicas vinculadas a la especialidad.

### **4. Destinatarios**

Por el amplio espectro que cubre el área de los negocios internacionales, esta propuesta es de particular relevancia por un lado para, directores y gerentes de las áreas comerciales, de operaciones, producción, logística y distribución, tráfico, servicio al cliente, y negocios internacionales. Por otro lado es de relevancia para agentes públicos locales, provinciales y nacionales de las áreas involucradas con el negocio internacional.

Y en general a todos aquellos, ejecutivos y graduados universitarios en Comercio Internacional, Ciencias Económicas (Administración, Economía, Contador Público), Administración Pública, Derecho, Relaciones Internacionales, Comercialización, Logística y Transporte, entre otras, que desean obtener una formación global y amplia en negocios internacionales, tanto en su faz de administración empresaria, como en la gestión pública.

Profesionales con experiencia en la función pública relacionada con la promoción del comercio exterior, legislación, gestión de empresas, emprendimientos u organismos locales, provinciales, nacionales o internacionales así como también asociaciones gremiales que acrediten título universitario afín.

V Funcionarios y profesionales que ejercen, en mayor o menor medida, responsabilidades intermedias o superiores en el ámbito de la actuación de la administración pública y privada en general.



## 5. Metodología

La formación de los estudiantes estará centrada en la articulación entre los conocimientos propios del campo de estudio, la experiencia profesional previa y la aplicación de los saberes adquiridos en casos concretos. En este marco, la propuesta académica se estructura alrededor de:

- El desarrollo de los aspectos medulares de cada temática mediante exposición, discusión y uso de técnicas variadas que promuevan la apropiación del conocimiento.
- La articulación de conocimientos y experiencia, con el uso de estrategias que faciliten el intercambio entre la teoría y la práctica, con vistas a su mutuo enriquecimiento. Serán parte de esta estrategia las exposiciones, los debates, la consulta bibliográfica y, fundamentalmente, el estudio de casos.
- La adquisición de pericia mediante el trabajo por proyectos, análisis de casos y resolución de situaciones problemáticas. Esta dimensión del saber hacer requiere poner el acento en las aplicaciones en contextos específicos. Serán también parte de esta estrategia; el trabajo colaborativo, los trabajos de campo y la formulación de propuestas de optimización, entre otros.
- La formación orientada a la capacidad de tomar decisiones en torno a situaciones problemáticas del escenario internacional en el que se desarrollan los negocios internacionales, las estrategias de internacionalización de las empresas locales y el cumplimiento de normas, entre otros. En este aspecto se destacan las estrategias que fortalezcan los procesos decisorios y la evaluación de sus consecuencias, tales como simulaciones, debates, discusiones, formulación de normas de procedimiento, instructivos para analizar casos y entrevistas en organismos públicos o privados.

✓ Por ello, las actividades académicas que componen la carrera están articuladas en acciones teóricas, teórico-prácticas y de discusión.

Los profesores responsables del dictado de los cursos y talleres podrán solicitar la presencia en sus aulas virtuales de otros profesores que, en carácter



de invitados, con similares antecedentes académicos y profesionales, puedan ser relevantes para el desarrollo de las temáticas teóricas, la comunicación de investigaciones y la presentación de planteos metodológicos y técnicos vinculados con los contenidos particulares a tratar.

La estructura académica contará además con un sistema de tutorías académicas que tiene como objetivo central guiar al alumno en el proceso de elección de cursos y desarrollo de su propuesta de tesis.

Algunas características de la modalidad:

- Clases virtuales, tutorías personalizadas, solución de casos prácticos, conferencias y seminarios mediados a través del Campus Virtual.
- Asesoría y acompañamiento docente a través del Internet para complementar los trabajos finales.
- Participación activa en clases y grupos interdisciplinarios que permiten compartir experiencias y enriquecer el contenido de las sesiones y del aprendizaje.
- Análisis de problemas relevantes y casos exitosos en cada una de las áreas.
- Sistema de evaluación a través de exámenes, trabajos prácticos y de investigación mediados a través de entornos virtuales de aprendizaje.
- Conferencias virtuales de docentes destacados invitados del exterior y del plano nacional integrarán la dinámica de la Maestría.

#### 5.1. Condiciones de aprobación:

La aprobación de la Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales supone la plena participación durante el desarrollo de las clases virtuales (en foros de debate y mediante las instancias de comunicación que disponga el/los docente/s de cada curso), la presentación adecuada y aprobación de los 12 (doce) trabajos y/o tareas obligatorias solicitadas por los responsables académicos de los 12 (doce) Cursos y los 2 (dos) Seminarios propuestos y 1 (un) curso de Metodología para la elaboración de tesis y cumplir con el total de horas exigidas de tutorías de investigación.

Todos los cursos, como parte de los procesos de enseñanza y de aprendizaje, tendrán incorporado el mismo sistema de evaluación. La

calificación será numérica dentro de la escala del uno (1) al diez (10). La aprobación será con un mínimo de seis (6).

#### 5.1. Duración:

Se estima una duración de la Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales no menor a los dos (2) años.

#### 5.2. Modalidad de dictado:

Los maestrandos podrán desarrollar sus actividades académicas en las modalidades presencial y no presencial en entornos virtuales de aprendizaje, según surja de la oferta académica anual y de sus intereses específicos de la Maestría. El dictado de la modalidad virtual se desarrollará utilizando el campus ofrecido por el Programa Universidad Virtual de Quilmes, debiendo cumplimentarse los contenidos mínimos y las cargas horarias mínimas establecidas para los cursos y seminarios que integran el Plan de Estudios.

La conformación de la oferta académica dependerá de las necesidades académicas de la Maestría.

Adicionalmente, se plantea la realización de actividades complementarias y optativas de carácter presencial como conferencias y seminarios con el fin de profundizar los vínculos con los alumnos.

### **6. Requisitos de ingreso y condiciones de admisión.**

Como condiciones de admisión la Maestría propone los requisitos establecidos en las normas que regulan los postgrados, y en particular los siguientes:

- a) ser graduado universitario con título de grado final expedido por una Universidad Nacional, Universidad Provincial o Universidad Privada reconocida por el Poder Ejecutivo Nacional, correspondiente a una carrera con al menos cuatro (4) años de duración;
- b) en caso de poseer título no universitario de 4 años y demostrar antecedentes suficientes, el Comité Académico podrá eventualmente aprobar el ingreso, proponiendo un plan de cursos complementarios;

- c) ser graduado universitario con título de grado final expedido por una universidad extranjera reconocida por las autoridades competentes de su país, previa evaluación de sus estudios por el Comité Académico. La admisión del candidato no significará en ningún caso la reválida del título de grado;
- d) ser aceptado por el Comité Académico. Para el proceso de selección se aplican los criterios de admisión establecidos por el Comité Académico:
  - evaluación de antecedentes académicos y profesionales;
  - aprobación de un test introductorio;
  - evaluación de la entrevista (presencial y/o virtual).
- e) es requisito que los postulantes posean capacidad de lecto-comprensión de idioma inglés y manejo básico de herramientas informáticas básicas (procesador de textos, planilla de cálculo, correo electrónico, etc.)

En todos los casos, se realizará una evaluación de los postulantes a ingresar para determinar el grado de correspondencia entre su formación, su trayectoria y los requisitos de la carrera. La evaluación se realizará a través del análisis de antecedentes, entrevistas y, en caso de ser necesario, la realización de un coloquio que estará a cargo del Comité Académico y del Director.

El Director y el Comité Académico, en aquellos casos que lo consideren necesario, podrán recomendar la realización de cursos complementarios, organizar cursos de equiparación o actividades de auto aprendizaje para aquellos aspirantes que requieran profundizar o actualizar sus conocimientos en la materia.

En el caso de la Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales, de ser necesario, el alumno tendrá una instancia presencial: la entrevista de admisión.

## **7. Equipo de dirección y funciones**

### **7.1. Director:**

Son sus funciones:



- Ejercer la Dirección de la carrera;
- Planificar la oferta académica anual del posgrado;
- Coordinar la planificación y desarrollo de la maestría;
- Representar a la maestría en las diferentes instancias institucionales, internas o externas;
- Proponer la nómina del personal docente de cada curso o seminario para su aprobación por el Consejo Superior;
- Designar los tutores académicos;
- Controlar el adecuado desarrollo académico del posgrado a su cargo;
- Resolver dentro de sus atribuciones, cualquier cuestión urgente vinculada al desarrollo académico de la carrera.

#### 7.2. Coordinador Académico:

Son sus funciones: colaborar con la Dirección en planificación, organización y supervisión de la carrera.

#### 7.3. Tutor Académico:

Los maestrandos contarán con un tutor académico que los orientará respecto de la inscripción, la selección de seminarios, la agenda del programa, etc. La principal función, sin embargo, será:

- Realizar un seguimiento y tutoría respecto a todas las cuestiones de índole académica relativas a su trayectoria en la Maestría y de la evaluación final;
- Contribuir a la mejora en el desempeño de los/las estudiantes;
- Contribuir al cumplimiento de la agenda de evaluación final de cada curso;
- Orientar al estudiante en la elección del/la Director/a de Tesis;
- Informar periódicamente el Comité Académico sobre el desempeño académico de los/las estudiantes;
- Informar periódicamente al Comité Académico sobre el desempeño académico de los/las becarios/as;

Por lo tanto, los tutores deberán ser a su vez especialistas en el campo de los contenidos que la propuesta de posgrado aborda.



#### 7.4. Comité Académico

Formado por el Director de la Maestría, el Coordinador Académico y tres Docentes de la UNQ designados por el Consejo Superior a propuesta de la Dirección.

Son sus funciones:

- Estudiar los antecedentes de los aspirantes.
- Entrevistar a los aspirantes y examinar su capacidad según los criterios establecidos para la admisión en la reglamentación respectiva.
- Dictaminar sobre la aceptación o el rechazo de los aspirantes.
- Designar a los/las Consejeros/as de Estudios y/o Tutores/as.
- Designar a los Directores y/o Codirectores de Tesis de cada aspirante.
- Acreditar Cursos Especiales realizados o a realizar por el maestrando en otras instituciones académicas.
- Proponer a la Secretaría de Posgrado el jurado que dictaminará sobre las tesis en examen.
- Resolver sobre todas las tramitaciones de licencias o excepción.
- Evaluar las inconductas graves referidas al desempeño académico, las que podrán dar lugar a la aplicación de sanciones que podrían llevar a la extinción del vínculo con la Maestría, actuando de acuerdo con las disposiciones reglamentarias vigentes en la Universidad Nacional de Quilmes.

### **8. Estructura curricular del Plan de Estudios**

#### 8.1. Introducción: Factores diferenciales propuestos

La propuesta de maestría que se expresa busca conjugar las fortalezas de UNQ, tanto de su cuerpo docente, como en la calidad de su oferta de grado en Comercio Internacional, y, particularmente, en el mercado posicionamiento que tiene la UNQ a través de la Universidad Virtual de Quilmes, y su posible ofrecimiento a través de la modalidad virtual; y las posibles implicancias en la preparación, difusión y puesta en funcionamiento de este tipo de oferta de posgrado.

Luego del análisis y consideraciones de los elementos antes expresados, en base a experiencias concretas de maestrías bajo la modalidad virtual de la UNQ y su posible adecuación a ésta, se esbozan los lineamientos principales, los cuales pretenden dar respuesta a los cambios y dinámicas que el mundo presenta en el contexto internacional y al rol de la universidad en el mismo.

### 8.2. Organización y estructura curricular:

Para obtener el título de Magister en Comercio Internacional y Negocios Internacionales (en sus dos orientaciones) el maestrando deberá aprobar doce (12) Cursos trimestrales de 36 hs (432 hs. totales), realizar al menos 60 horas de seminarios intensivos, aprobar el Curso Metodología de investigación (60 horas), aprobar el taller de Tesis (60 hs), tutorías de investigación (160 hs) orientada al desarrollo de la tesis y tener aprobada la Tesis correspondiente.

Una vez acreditados las materias de los núcleos y la orientación, el maestrando ingresa a la fase del taller de tesis:

#### - Taller de Tesis para Maestría:

Se orientan a las siguientes actividades:

- La discusión de trabajos de investigación;
- El dictado de cursos teórico-prácticos intensivos sobre problemas específicos sobre cada una de las orientaciones (con profesores locales y extranjeros);
- La realización de trabajos prácticos y estudio de casos;
- El apoyo temático, conceptual y teórico para la elección del tema de tesis.

### 8.3. Estructura curricular Maestría

1. Total Cursos: 12 (total 432 horas, 36 horas cada uno)

1.1. Núcleo de Cursos básicos obligatorios ambas orientaciones: 8 (288 horas)

1.2. Núcleo de Cursos orientados a cada especialización: 2 (72 horas)

1.3. Núcleo de Cursos electivos: 2 (72 horas)

2. Curso Metodología de investigación: 1 (60 horas)

3. Seminario – taller de tesis: 60 horas (30 horas cada uno)

4. Tutorías de investigación: 160 horas

Total horas Maestría: 712

#### 8.4. Orientaciones

La Maestría en Comercio Internacional y Negocios Internacionales ofrecerá dos orientaciones, a saber en:

- a. Negocios e Internacionalización de la Empresa
- b. Organización Pública

#### 8.5. Integración vertical del plan propuesto

<b>ESQUEMA DE POSGRADO</b>		
<b>Núcleo de cursos obligatorios ambas orientaciones</b>		
<b>MAESTRÍA</b>		
<b>8 Cursos. 36 horas c/u. Total = 288 horas</b>		
CINI101	Administración operativa del comercio internacional I	36 horas
CINI102	Administración operativa del comercio internacional II	36 horas
CINI103	Derecho y negociación	36 horas
CINI104	Economía internacional	36 horas
CINI105	Finanzas, empresas y mercados	36 horas
CINI106	Mercados y accesos	36 horas
CINI107	Mercados, tendencias y consumidores	36 horas
CINI108	Tecnologías y mercados	36 horas

<b>Núcleo de cursos orientado para Maestría</b>			
<b>Cursos orientados Negocios e Internacionalización de la Empresa</b>		<b>Cursos orientados a Organización Pública</b>	
<b>2 Cursos. 36 horas c/u = 72 horas</b>		<b>2 Cursos. 36 horas c/u = 72 horas</b>	
CINI201	Dirección estratégica de organizaciones y empresas	CINI203	Cambios económicos y políticos en el entorno internacional
CINI202	La internacionalización de empresas	CINI204	Producción local, competitividad e inserción internacional

#### **Núcleo de cursos electivos para Maestría**

Los cursos que componen la oferta del núcleo de electivos son un listado de cursos posibles, lo que no implica que todos ellos se oferten en todos los períodos de clase, pudiendo el Comité Académico de Maestría reemplazarlos o incorporar otros según la disponibilidad docente y la demanda académica

<b>MAESTRÍA</b>		
<b>2 Cursos. 36 horas c/u = 72 horas</b>		
CINI201	Dirección estratégica de organizaciones y empresas	36 horas
CINI202	La internacionalización de empresas	36 horas
CINI203	Cambios económicos y políticos en el entorno internacional	36 horas
CINI204	Producción local, competitividad e inserción internacional	36 horas
CINI301	Aspectos operativos y normativos del comercio exterior.	36 horas

<b>Seminarios para Maestría</b>			
<b>Maestría: Total 60 horas.</b>			
Procurarán contribuir a la formación del maestrando, estimulando la reflexión crítica y la discusión sobre una diversidad de temas que encuentran estrecha relación con desarrollo del concierto internacional de los negocios internacionales, según la orientación escogida por el alumno.			
<b>Orientados a Negocios e Internacionalización de la Empresa</b>		<b>Orientados a Organización Pública</b>	
CINI402	Seminario: Emprendimientos en negocios internacionales (30 horas)	CINI404	Seminario: El rol del administrador público en el concierto del comercio internacional (30 horas)
CINI403	Seminario: Los nuevos negocios para la argentina en el contexto mundial (30 horas)	CINI405	Seminario: La estrategia y la inteligencia pública en la administración del comercio internacional (30 horas)

<b>Maestría ambas orientaciones.</b>	
CINI401	Metodología para la elaboración de producción de tesis (60 horas)
Tutorías de investigación: 160 horas	
Elaboración de Tesis	

## 9. Contenidos mínimos

### Administración operativa del comercio internacional I:

Las operaciones aduaneras en importación y exportación. Intervenciones administrativas. Las formas de administración del comercio y su implicancia práctica. Obstáculos y LNA. Comercio desleal: la OMC respecto al dumping, salvaguardias, subsidios a las exportaciones y los derechos compensatorios. Estrategias en la fijación de precios de venta. Precios internacionales. Impuestos en las operaciones de importación y exportación. Planificación tributaria. Calculo del costo de exportación y determinación de precio de exportación. Precios de transferencia. Otras formas avanzadas de operación y administración del comercio internacional.

### Administración Operativa del Comercio Internacional II:

Logística de la Distribución Física Internacional (DFI). Servicios complementarios del transporte y su interacción en la cadena de la DFI. El transporte. Formas de transporte y vinculación con los mercados. Forma de pago del transporte. Estiba. Transporte interno. El rol del Agente de Transporte Aduanero y del Despachante de Aduanas. Seguros. Los riesgos a cubrir. Los distintos tipos de pólizas y los factores que determinan el costo de la misma. Aplicación. Seguros internacionales. El seguro en los distintos medios de Transporte. Seguro de Mercaderías, Caución y Seguro de Crédito a la exportación. Usos y Documentos.

### Aspectos operativos y normativos del comercio exterior

Requisitos operativos básicos: clasificación aduanera, Valoración de las mercaderías en aduana y verificación en aduana. Operaciones y recaudos. Ley 22415. Decreto 1001/82. El código aduanero: disposiciones generales. Regímenes especiales y avanzados. Destinaciones aduaneras de exportación e importación. Usos. Zona Franca. Territorio Aduanero General y Especial. La declaración comprometida en Aduana. Circuitos de una operación de exportación e importación. Aduanas: La organización Aduanera. Funciones. Facultades. Regímenes de promoción del comercio exterior.

### Cambios económicos y políticos en el entorno internacional

Presentación de un sistema de relación para comprender el proceso de la internacionalidad, la formación de escenarios y los negocios que en los mismos se presentan. Procesos de Integración Económica y Política: Unión Europea, ALADI, Mercosur, ASEAN. Política internacional y Economía Internacional. Las raíces históricas. Globalización, Regionalización y competencia por país. Los bloques y la integración. Formación de espacios competitivos. Cambios en las direcciones y paradigmas de comercio. La crisis como catalizador de los procesos de integración. La crisis económica internacional y su impacto en el intercambio de bienes y servicios.

### Derecho y negociación

Principios de derecho internacional. Importancia. Organización. Público y privado. Las seguridades del negocio internacional. Ámbitos. Jurisdicción y competencia. Solución de conflictos. Contratos de aplicación internacional. Arbitraje. La negociación como solución de conflictos. Técnicas de negociación por intereses. Las negociaciones comerciales internacionales, regionales y multilaterales. Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido (ATV), Servicios.

### Dirección estratégica de organizaciones y empresas

La administración y la dirección. Política y estrategia de producción orientada a la internacionalización de la empresa. Organización de un departamento de comercio exterior: su relación con el resto de las áreas de la empresa. Personal. Objetivos en materia de personal. Política de personal. Planeamiento de la producción. Planeamiento y control. Objetivos del planeamiento y control. Sistemas de información para la administración y sistemas de información para la dirección. Sistemas de apoyo para la decisión. Planeamiento estratégico de sistemas. Decisión: concepto. Componentes de la decisión. Clasificación de las decisiones. Decisiones no programadas - semiprogramadas y programadas. Decisiones estratégicas, tácticas y operativas. Proceso lógicos para la toma de decisiones. Resolución de problemas. Métodos para analizar y resolver problemas. Toma de decisión. Pasos del proceso. Técnicas. El objetivo del empresario: de la competitividad a la competitividad sustentable. Estrategia competitiva. Análisis de las fuerzas competitivas. Ventajas competitivas de la empresa. El liderazgo.

### Economía Internacional

✓ Comercio Internacional y sus efectos sobre la economía; términos de intercambio, industria naciente, distribución del ingreso, competitividad y productividad. Aranceles y restricciones al comercio internacional, tipos y efectos sobre el bienestar. Sistemas cambiarios; tipo de cambio fijo, variable, controlados. Balanza de pagos; ajustes. Divisas, tipo de cambio, ajuste del tipo de cambio y la balanza de pagos.

### Finanzas, empresas y mercado

Mercados y empresas. La empresa, el mercado y las finanzas. Formas de financiar empresas y operaciones. Formas modernas. Organización de los sistemas de financiación. Fuentes de financiación internacional. Esquemas y evaluación de riesgos del financiamiento a las actividades de exportación, de importación y a los proyectos de inserción en nuevos mercados. Elementos esenciales de las finanzas. Mercados del dinero, swaps, futuros, opciones en el mercado de divisas y bonos. Definición, valuación y cálculo de rendimientos de Bonos y Obligaciones Negociables. Proyectos de inversión. La evaluación de proyectos de cartera. Formas y riesgos. Los métodos de evaluación de riesgo aplicado a los negocios. Análisis de riesgo para la toma de decisión. Riesgo financiero y económico. Sustentabilidad de proyectos. Formulación de plan de negocios.

### La internacionalización de empresas

Criterios para la detección del potencial de internacionalización de una empresa: ¿Qué es la capacidad exportadora? ¿Puede medirse?; Variables a considerar: motivaciones, grado de compromiso con la internacionalización, recursos disponibles, características del sector y el producto, barreras del sector y de los mercados objetivos; Factores críticos: motivación, operativa internacional, recursos disponibles, experiencia acumulada, producto adecuado, expectativas adecuadas, información disponible, barreras existentes, capacidad de precios razonables, compromiso del equipo directivo.

### Mercados y accesos

Los nuevos mercados. El mapa mundial de la producción y el consumo. Las tendencias aplicables a la administración de los mercados. BRIC. Los BRIC y el nuevo reordenamiento internacional. Los BRIC y el Mercosur. El nuevo desarrollo de los países emergentes. Una nueva lógica de intercambio comercial: el eje sur-sur. Acceso a los nuevos mercados. Normas de acceso. El medioambiente. Debate prospectiva. Los nuevos esquemas del comercio.

Biotecnología y comercio. Relación de las economías emergentes con la Unión Europea y EE.UU.

#### Mercados, tendencias y consumidores

De la exportación a la definición de negocios para el consumidor. Del marketing local al marketing global. Variables controlables e incontrolables. Planeación estratégica. Misión. Definición del Negocio. Análisis del contexto. El Plan de marketing. Sistema de información para el comercio y los negocios internacionales. Identificación de la competencia. Ventaja competitiva. Segmentación. Segmentación de mercados y consumidores

#### Producción local, competitividad e inserción internacional

La producción local y su incorporación a las cadenas nacionales, regionales y globales. Nuevas formas de organización de la producción: Cadenas globales y regionales de valor. Cadenas globales y regionales de valor (CGV). Tipos de CGV y formas de organización de la producción. La estructura del comercio exterior argentino y sus potenciales ventajas competitivas. Cambios y continuidades en el comercio exterior argentino de las últimas décadas. Composición del comercio exterior argentino: principales socios y complejos. Exportaciones no tradicionales: valor agregado, tecnología y diferenciación. Tendencias prospectivas para la Argentina.

#### Tecnología y mercados

La tecnología y los mercados. La Conectividad física y cultural. Tecnología de información y tecnología de vinculación física y cultural. La tecnología y la promoción comercial. Internet como fuente de inteligencia competitiva; Herramientas TIC para el comercio exterior: eficiencia y agilización de procesos, bases de datos, publicidad, redes sociales. E-commerce, e-business.

#### ORIENTACIÓN: NEGOCIOS E INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

Metodología y Taller de Trabajo final

La materia se complementa impartir conceptos y elementos metodológicos para la producción científica y un régimen de tutoría y apoyo para la presentación del trabajo final, colaboración en la selección de temas

Cursos electivos: Se cursa la materia optativa sobre una selección que el estudiante debe realizar de una oferta de materias propuestas que se cursan en otras maestrías, pudiendo ser estas de la Universidad Nacional de Quilmes o de otras Universidades nacionales o extranjeras.

Seminario: Emprendimientos en negocios internacionales (taller): son cursos talleres con un marcado perfil hacia la orientación escogida por el maestrando, la cual podrá modificarse en función del experto convocado para este seminario y temas de actualidad relacionados con el tópico.

Seminario: Los nuevos negocios para la argentina en el contexto mundial: son cursos talleres con un marcado perfil hacia la orientación escogida por el maestrando, la cual podrá modificarse en función del experto convocado para este seminario y temas de actualidad relacionados con el tópico

#### ORIENTACIÓN: ORGANIZACIÓN PÚBLICA

##### Metodología y Taller de Trabajo final

La materia se complementa impartir conceptos y elementos metodológicos para la producción científica y un régimen de tutoría y apoyo para la presentación del trabajo final, colaboración en la selección de temas

Cursos electivos: Se cursa la materia optativa sobre una selección que el estudiante debe realizar de una oferta de materias propuestas que se cursan en otras maestrías, pudiendo ser estas de la Universidad Nacional de Quilmes o de otras Universidades nacionales o extranjeras.

Seminario: La estrategia y la inteligencia pública en la administración del comercio internacional: son cursos talleres con un marcado perfil hacia la orientación escogida por el maestrando, la cual podrá modificarse en función

del experto convocado para este seminario y temas de actualidad relacionados con el t3pico.

Seminario: El rol del administrador p3blico en el concierto del comercio internacional: son cursos talleres con un marcado perfil hacia la orientaci3n escogida por el maestrando, la cual podr3 modificarse en funci3n del experto convocado para este seminario y temas de actualidad relacionados con el t3pico

## **10. Tesis de Maestría**

La tesis de maestría se propone sea confeccionada durante el cursado de la materia metodol3gica. El estudiante deber3 proponer al inicio de la materia el tema el cual ser3 aprobado por el Comit3 Acad3mico de Maestría. Asimismo, el Plan de Tesis deber3 ser presentado ante el Comit3 Acad3mico de Maestría para su aprobaci3n, en un plazo no mayor a los tres (3) meses, una vez que el/la estudiante haya finalizado y aprobado el/los taller/es de tesis.

El director de tesis debe ser propuesto al finalizar el seminario de tesis y aprobado por el Comit3 Acad3mico.

El trabajo de Tesis podr3 presentarse una vez que se hayan acreditado el total de cursos y seminarios exigidos por el Plan de Estudios de la Maestría correspondiente, as3 como haber aprobado el/los Taller/es de Tesis –en los casos que corresponda- y el Plan de Tesis. La presentaci3n de la tesis deber3 ser acompaãada con el aval escrito del/la Directora/a y Codirector/a de la misma, en caso que corresponda.

Para la realizaci3n del trabajo de tesis, los alumnos tienen un plazo m3ximo de 4 aãos desde la fecha de inscripci3n en el programa de maestría. S3lo excepcionalmente, y por razones fundadas, se autorizar3 una pr3rroga de hasta un aão adicional al plazo establecido. La presentaci3n y defensa de la tesis se realizar3 de acuerdo con las reglamentaciones de la universidad para el funcionamiento de las maestrías. La defensa de la tesis ser3 presencial ante un jurado oportunamente designado.

### **11. Requisitos para la obtención de los títulos**

Para la aprobación de la carrera de Maestría se exigirá haber aprobado los trabajos de evaluación de los cursos y seminarios, cumplir con las horas de tutorías e investigación requeridas por la Maestría y tener aprobado el trabajo de tesis ante un jurado designado a tal efecto. La tesis de maestría será un trabajo de investigación inédito y original, basado en la revisión crítica y exhaustiva de un tema en la recopilación, tratamiento y análisis de la información primaria referida al mismo.

ANEXO RESOLUCION (CD) N°: 134/11



**Dr. Alejandro Villar**  
Director  
Departamento de Economía y Administración  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES