



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales
Departamento: Ciencias Económicas
Area: Economía y Gestión Pública

(Programa del año 2026)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 01/09/2026 22:21:49)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
Comercialización	ING.INDUSTRIAL	OCD N° 20/22	2026	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MORA, ELSA	Prof. Responsable	P.Tit. Exc	40 Hs
LLANOS, SERGIO MARTIN	Responsable de Práctico	JTP Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
5 Hs	3 Hs	2 Hs	Hs	5 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
03/08/2026	13/11/2026	15	75

IV - Fundamentación

En esta asignatura se abordarán los aspectos referidos a la comercialización desde una perspectiva general para introducirnos en el proceso de internacionalización de la empresa. Se analizarán las cuestiones relacionadas con el comercio internacional, el sistema multilateral de comercio y los instrumentos de política comercial.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Resultados de aprendizaje:

- Comprender los conceptos básicos de comercialización en el entorno internacional para desempeñarse en empresas que comercializan a nivel internacional
- Adquirir conocimientos de comercio internacional y del funcionamiento de los organismos económicos internacionales para comprender el funcionamiento de los mismos.
- Analizar e interpretar información proveniente de fuentes documentales y estadísticas que les permitan aplicar al estudio del comercio internacional.

VI - Contenidos

Unidad 1: Comercialización

Comercialización: Conceptos básicos. El proceso de comercialización. La empresa en el entorno internacional

Unidad 2: Comercio Internacional

Comercio Internacional. Conceptos y Fundamentos. Consideraciones básicas de la Teoría del Comercio Internacional. Evolución del intercambio comercial argentino.

Unidad 3. Organismos Económicos Internacionales

El Sistema de Cooperación Internacional. GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio). OMC (Organización Mundial del Comercio). Los Acuerdos de la OMC.

Unidad 4: Integración Económica

Concepto y tipos de Integración Económica. La integración económica en América Latina y el Caribe. MERCOSUR. La integración económica en Europa. Unión Europea.

Unidad 5: Los Instrumentos de Política Comercial

Instrumentos de Política Comercial. Barreras arancelarias y Barreras no arancelarias. La Nomenclatura Arancelaria. Clasificación de mercancías en el Sistema Armonizado. Los destinos aduaneros de las mercancías.

Unidad 6: La Empresa en el Comercio Internacional

La decisión de exportar. Análisis de la Empresa. Marketing internacional. Investigación y Selección de Mercados Externos. Los INCOTERMS en el comercio internacional. Los Medios de Pago en el comercio internacional.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

El Plan de Trabajos Prácticos a desarrollar comprende:

- Resolución de ejercicios prácticos.
- Buscar información de empresas radicadas en la ciudad y especificar los productos comercializados a nivel internacional.
- Buscar información estadística de exportaciones argentinas.
- Lectura, discusión y presentación de trabajos sobre temas económicos de actualidad referidos a los contenidos de la asignatura.

La metodología a utilizar será de aprendizaje colaborativo

VIII - Regimen de Aprobación

A - METODOLOGÍA DE DICTADO DEL CURSO:

En el transcurso del cuatrimestre, las clases de desarrollarán de forma teórico práctica.

Se impartirán clases expositivas de los distintos temas del programa.

Todos los trabajos prácticos de la asignatura se realizarán en equipo, a excepción de presentaciones personales.

Durante el trabajo en aula se solicitará la participación a las estudiantes, para trabajar en la construcción de conceptos de forma colectiva. Se brindarán ejemplos prácticos relativos al ejercicio de la profesión de los docentes a cargo de la asignatura.

B - CONDICIONES PARA REGULARIZAR EL CURSO

Asistir el 80 % de las clases teórico-prácticas. Aprobar 2 (dos) exámenes parciales con su correspondiente recuperatorio. La nota mínima será de 6 (seis).

Los alumnos podrán acceder a un 3° recuperatorio por cada parcial que se tomará al final del cuatrimestre.

C – RÉGIMEN DE APROBACIÓN CON EXÁMEN FINAL

Aquellos alumnos en condición de Regulares, aprobarán la asignatura cumpliendo lo siguiente:

- Aprobar examen final teórico sobre los contenidos de la materia.

D – RÉGIMEN DE PROMOCIÓN SIN EXAMEN FINAL

Asistir el 80 % de las clases teórico-prácticas. Aprobar 2 (dos) exámenes parciales. La nota mínima será de 8 (ocho). Aprobar 1 (una) evaluación final integradora de todos los contenidos. La nota mínima será de 8 (ocho).

E – RÉGIMEN DE APROBACIÓN PARA ESTUDIANTES LIBRES

Aprobar un examen escrito de los contenidos de la asignatura para acceder a un examen oral

IX - Bibliografía Básica

[1] Apuntes de Cátedra. Mora E. (2026)

[2] KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., MELITZ, M. (2016): Economía Internacional. Teoría y Política. Pearson Educación. España. Disponible en la cátedra.

[3] KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY (2013): Fundamentos de marketing Decimoprimer edición Pearson Educación, México. Disponible en la cátedra.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY (2012): Marketing Decimocuarta edición Pearson Educación, México. Disponible en la cátedra.
- [2] KOTLER, PHILIP y ARMSTRONG, GARY (2013): Fundamentos de marketing Decimoprimera edición Pearson Educación, México. Disponible en la cátedra.
- [3] MORA, E. (2008): "La Regulación del Comercio de Servicios". Información Comercial Española. Revista de Economía. número 843. Madrid. Disponible en la cátedra.
- [4] MORA, E. (2002): "Aspectos de la Valoración del Comercio Internacional de Servicios en el Marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios". Tesis doctoral. Universidad de Alcalá. España. Disponible en la cátedra
- [5] OMC (2025): Informe Anual 2025. https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/anrep25_s.htm
- [6] OMC (2025): Informe sobre el Comercio Mundial 2025. https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/anrep25_s.htm
- [7] OMC (2026): Perspectiva del Comercio Mundial y Estadísticas.
- [8] https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/gtos0326_s.htm

XI - Resumen de Objetivos

Resultados de aprendizaje:

- Comprender los conceptos básicos de comercialización en el entorno internacional para desempeñarse en empresas que comercializan a nivel internacional
- Adquirir conocimientos de comercio internacional y del funcionamiento de los organismos económicos internacionales para comprender el funcionamiento de los mismos.
- Analizar e interpretar información proveniente de fuentes documentales y estadísticas que les permitan aplicar al estudio del comercio internacional.

XII - Resumen del Programa

Unidad 1: Comercialización
Unidad 2: Comercio Internacional
Unidad 3. Organismos Económicos Internacionales
Unidad 4: Integración Económica
Unidad 5: Los Instrumentos de Política Comercial
Unidad 6: La Empresa en el Comercio Internacional

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

Aprendizajes Previos:

- Tener conocimiento sobre la Oferta, la Demanda y el Mercado.
- Tener conocimiento de las áreas que conforman una industria, y las funciones de cada una de ellas.
- Detalles de horas de la Intensidad de la formación práctica.
- Cantidad de horas de Teoría: 50
- Cantidad de horas de Práctico Aula: (Resolución de prácticos en carpeta) 25
- Aportes del curso al perfil de egreso:
- 1.1. Identificar, formular y resolver problemas. (Nivel 3)
 - 2.6. Evaluar críticamente ordenes de magnitud y significación de resultados numéricos. (Nivel 2)
 - 3.1. Desempeñarse de manera efectiva en equipos de trabajo multidisciplinarios. (Nivel 3)

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	