

Diplomatura en Negocios Internacionales

Fundamentación:

Tal como se menciona en el Plan de Internacionalización de la UNLPam, el fenómeno de la globalización -entendida como la integración compleja de capital, tecnología e información a través de las fronteras nacionales- crea un contexto y un mercado mundial cada vez más integrado al que la sociedad debe adaptarse y desarrollar estrategias competitivas en el marco de una economía cada vez más global.

Asimismo, la creciente importancia del conocimiento pone de manifiesto las ventajas que presenta desarrollar y aplicar el conocimiento científico tecnológico a las actividades y desarrollos socioeconómicos. Por su parte, la revolución de la información y la comunicación, ha facilitado una alta capacidad de transmisión de información a bajo costo, disminuyendo así la influencia de las distancias físicas.

En este contexto, se subraya la importancia de la promoción del comercio exterior para el desarrollo de la provincia. La Agencia I-COMEX La Pampa tiene, entre otras funciones, fomentar proyectos de comercio exterior desde la provincia hacia el resto del mundo, estableciendo acciones de cooperación y vinculación comercial, planificando acciones de promoción comercial y generando información técnica y comercial.

Teniendo en cuenta la especificidad de la materia y la escasez de profesionales locales que puedan asesorar a las empresas y al ámbito público en relación con la identificación de mercados internacionales para la colocación de sus productos así como en el diseño de un Plan de Internacionalización y de estrategias de marketing y promoción internacional, la Universidad y la Agencia se han propuesto desarrollar el presente Diplomado en aras de atender esa vacancia, con el propósito final de contribuir a la promoción del desarrollo del comercio exterior de la provincia de La Pampa a través de la formación de profesionales y fortalecer así la cultura exportadora.

El/la profesional estará capacitado/a en el uso de instrumentos modernos que los habiliten para desarrollar procesos, tanto de asesoramiento a las PyMEs sobre operatorias, acceso a mercados internacionales, identificación de los mismos y/o formulación de un Plan de Negocios de internacionalización, de marketing y promoción internacional afín al perfil de la empresa y, respecto del ámbito público, para contribuir con la ejecución de políticas de desarrollo productivo que tiendan a la diversificación de la matriz exportadora de la provincia.

Objetivo General: formar profesionales con capacidad de realizar un abordaje integral de las acciones que implica la internacionalización de una empresa así como para brindar asesoramiento técnico administrativo al sector público y privado de la provincia vinculado a operar en el comercio internacional en las condiciones actuales.

Objetivos específicos:

- Contextualizar las principales características y actores de comercio exterior de la provincia de La Pampa en el marco de la inserción de Argentina en el comercio internacional.
- Brindar herramientas teórico-prácticas para la identificación de mercados y su penetración a través de la formulación de un Plan de Negocios Internacional.
- Promover el diseño de estrategias de marketing y promoción internacional orientadas al comercio exterior.
- Abordar los principales aspectos del régimen legal aduanero, la logística internacional y las operatorias cambiaria y bancaria en los que se desarrollan las prácticas del comercio exterior.
- Identificar los procesos de importación y exportación con énfasis en las etapas de una operatoria para exportar.

Destinatarios/as:

- personas con título terciario, de grado o posgrado afines a las ciencias económicas;
- personas con desarrollo / experiencia profesional acreditable en el ámbito del comercio exterior;
- titulares de pequeñas y medianas empresas con potencial (o perfil) exportador.

Requisitos de ingreso: presentación de título afín a las ciencias económicas; documentación que acredite experiencia profesional en comercio exterior y/o personería de la empresa en la que se desempeña o es titular. La Coordinación de la Diplomatura, se reserva la posibilidad de solicitar una entrevista con la persona interesada en inscribirse en caso lo considere necesario para definir su admisión.

Modalidad:

El Diplomado está compuesto de 4 Módulos. Cada uno de estos propone, además de los contenidos mínimos mencionados, una actividad o “experiencia de campo” afín con el objetivo de visibilizar experiencias concretas de actores locales.

Quienes opten por obtener el título de la Diplomatura, deberán cursar y aprobar los 4 módulos (cada cual cuenta con una evaluación); realizar al menos 2 de las experiencias de campo así como un trabajo integrador.

También es posible que la persona seleccione qué módulo/s cursar en función de sus intereses y obtener la certificación correspondiente. Cada módulo tendrá su evaluación particular.

Las clases serán sincrónicas en modalidad híbrida (presencial + virtual), contemplándose instancias de aprendizaje autoadministrado (tareas, lecturas complementarias, resolución de casos prácticos, etc.).

Carga horaria total: 234 total (módulos; trabajo final integrador y actividades de campo).

Duración: Mayo a Diciembre.

Programa - contenidos mínimos:

MÓDULO 1: Escenario internacional, nacional y local.

Economía Política Internacional. Comercio Internacional: conceptos básicos; evolución; flujos y estructuras actuales. Regímenes (o acuerdos preferenciales) internacionales y regionales: OMC y MERCOSUR (estructura, ámbitos de aplicación, principales objetivos y funciones); barreras arancelarias y no arancelarias, comerciales. Mercados Mundiales. Mercados Emergentes. Actores.

Argentina y su inserción en el comercio internacional: características, organismos de apoyo involucrados, herramientas de promoción de comercio exterior y de apoyo a las PyMEs.

El Comercio Exterior de La Pampa: características y evolución, organismos de apoyo involucrados e instituciones financieras relacionadas al comercio exterior matriz exportadora, herramientas de promoción. Zona Franca La Pampa.

MÓDULO 2: Mercados: identificación y planificación. Penetración y posicionamiento.

Inteligencia Comercial e Investigación de mercados: definición, objetivos, fuentes de información y herramientas. Tipos de investigación (cuantitativa y cualitativa). Recolección y producción de datos. Selección de mercados y países.

Formulación de un Plan de negocios internacional: diagnóstico del potencial exportador; adaptación del producto (política de diferenciación); diseño del plan de acción en función del perfil de la empresa y el mercado de destino. Alianzas estratégicas para la expansión comercial. Estrategias de ingreso a un mercado. Elaboración de la propuesta comercial.

Marketing internacional para la penetración de mercados: elementos, conceptos, diferencias con el marketing local, estrategias.

Promoción internacional (cómo posicionar productos). Rondas de negocio. Misiones comerciales directas e inversas. Ferias internacionales. Agendas comerciales. Plataformas comerciales / comercio electrónico. Modalidades virtuales de promoción de comercio internacional. Presentaciones de impacto, pitching.

MÓDULO 3: Legislación aduanera, Logística internacional y Operatorio cambiaria y bancaria.

Régimen legal aduanero. Código Aduanero. Operatoria y práctica aduanera. Zonas francas (Régimen General). Normativa vigente y documentación. Régimen de exportaciones. Disposiciones generales. Destinaciones definitiva y suspensiva (de exportación temporaria, de tránsito, de removido).

Logística internacional. Concepto y tipos / clases: marítimo, aéreo, terrestre (carretero, ferroviario), multimodal. Planificación. Envases y embalajes para el comercio internacional. Elementos de unitarización de cargas: pallet y contenedor. Seguros. Importancia de la gestión de la cadena de suministros en el comercio exterior. Documentos de transporte.

Operatoria cambiaria y bancaria. Medios de pago (cheque en divisas, orden de pago / transferencia al exterior, cobranza documentaria, carta de crédito). Normativa cambiaria (para el ingreso y egreso de divisas). Financiación en el comercio exterior. Estímulo a las exportaciones. Cobertura de riesgo. Gestión de órdenes, facturas y cobros de exportación (documentación comercial y bancaria).

MÓDULO 4: Procesos de Importación y Exportación.

GENERAL:

Conceptos. Diferenciación entre bienes y servicios (clasificación, cámaras comerciales de apoyo). Registro de operadores de Comercio Exterior de AFIP. Organismos oficiales que intervienen para acreditación de calidad, sanidad y autorización. Contrato de compraventa internacional.

PARTICULAR: Operatoria para exportar. Secuencia de una exportación.

El proceso de exportación ante aduanas (nacional y de destino). Gastos que intervienen. Posición y clasificación arancelaria de la mercancía. Incoterms. Cálculo del precio FOB. Gestión documental internacional: órdenes, facturas y certificados. Régimen de muestras (con y sin valor de aduanas). Otros regímenes. Secuencia de una operación de exportación. Certificaciones necesarias para exportar. Régimen especial Exporta Simple. Grupos Exportadores.

Exportación de Servicios. Características, tipos y operatoria específica. Tendencias mundiales y regulaciones.

Evaluación y requisitos para la aprobación final de la Diplomatura: para obtener el título de la Diplomatura, se requerirá aprobar los cuatro módulos, realizar al menos dos experiencias de campo y una Práctica profesional integradora.