

**UNIVERSIDAD DEL Bío - Bío**  
**VICERECTORÍA ACADÉMICA - DIRECCIÓN GENERAL DE DOCENCIA**

**ASIGNATURA : COMERCIO EXTERIOR**

**CODIGO : 611014**

**1. IDENTIFICACIÓN.**

1.1.- CAMPUS : Concepción

1.2.- FACULTAD : Ciencias Empresariales

1.3.- UNIDAD : Departamento de Auditoría y Administración

1.4.- CARRERA : INGENIERIA COMERCIAL

1.5.- N. de CREDITOS: 04 TEORÍA: 04 PRÁCTICA: -.0

1.6.- REQUISITOS DE LA ASIGNATURA

1.6.1.- MARKETING I CODIGO: 610043

**2. DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS.**

**2.1.- Descripción:**

Asignatura que se preocupa de caracterizar los aspectos centrales de las relaciones comerciales que un país realiza con otras economías del mundo, cuya finalidad es el crecimiento y desarrollo de las naciones. Pone especial énfasis en los procesos que involucra los negocios internacionales de compraventa de bienes y servicios, en consideración a las necesidades que impone la globalización de las economías.

**2.2.- Objetivos**

. Describir y comprender los conceptos y principios teóricos de los procesos de integración económica y comercial de los países.

. Identificar los mecanismos que propician y entran el crecimiento de las corrientes del comercio entre los países.

. Capacitar en el proceso de la negociación en la compraventa internacional.

. Conocer las normas, procedimientos y técnicas que se emplean en las transacciones de exportación e importación.

**3. RESUMEN DE UNIDADES PROGRAMATICAS**

<b>UNIDADES PROGRAMATICAS</b>	<b>HORAS</b>
01. Política comercial e integración económica	12
02 La compraventa extranjera	06
03. Cotizaciones de precios internacionales.	06
04. Formas de pago del comercio exterior	08
05. Aspectos institucionales y normativa	04
06. Procedimientos y normas de exportación e importación	08
07. Incentivos a las exportaciones	08
08. Marketing de exportaciones.	12
<b>TOTAL HORAS</b>	<b>64</b>

## **4. UNIDADES PROGRAMATICAS**

### **UNIDAD 01. POLITICA COMERCIAL E INTEGRACION ECONOMICA**

- 1.1. Estructura y finalidad económica de las exportaciones e importaciones
- 1.2. La especialización y división internacional del trabajo
- 1.3. El orden normativo de las transacciones económicas externas
- 1.4. Integración económica mundial
- 1.5. El MERCOSUR y otros acuerdos de integración
- 1.6. La política comercial de Chile
- 1.7. El nuevo ordenamiento del comercio mundial: La OMC
- 1.8. Mecanismos de regulación y control del comercio exterior

### **UNIDAD 02. LA COMPRAVENTA EXTRANJERA.**

- 2.1. Venta doméstica y venta extranjera.
- 2.2. Organización de la empresa para exportar/importar.
- 2.3. El proceso de negociación.
- 2.4. El contrato de compraventa internacional.

### **UNIDAD 03. COTIZACIONES DE PRECIOS INTERNACIONALES.**

- 3.1. Logística de la compraventa extranjera.
- 3.2. Fundamentos de una terminología uniforme de precios internacionales.
- 3.3. Los Incoterms.
- 3.4. La hoja de costos de exportación.

### **UNIDAD 04. FORMAS DE PAGO DEL COMERCIO EXTERIOR.**

- 4.1. Problemática del pago de una compraventa extranjera.
- 4.2. Términos uniformes aceptados internacionalmente.
- 4.3. Formas de pago:
  - El acreditativo
  - La cobranza documentaria.

### **UNIDAD 05. ASPECTOS INSITUCIONALES DEL COMERCIO EXTERIOR.**

- 5.1. Organismos oficiales del comercio exterior.
- 5.2. Organismos privados en el comercio exterior.
- 5.3. Empresas privadas de servicios y apoyo al comercio exterior.
- 5.4. Principales normas que rigen el comercio exterior en Chile.

### **UNIDAD 06. PROCEDIMIENTOS Y NORMAS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN.**

- 6.1. Operaciones básicas de una exportación.
- 6.2. Normas bancarias.
- 6.3. Normas aduaneras.
- 6.4. Operaciones básicas de una importación.
- 6.5. Normas bancarias y aduaneras que rigen las importaciones.

### **UNIDAD 07. INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES.**

- 7.1. El concepto de fomento a las exportaciones. Importancia y significado.

- 7.2. Mecanismos de incentivo a las exportaciones.  
 7.3. Principales mecanismos de incentivo vigentes en Chile.

## **UNIDAD 08. MARKETING DE EXPORTACIONES.**

- 8.1. Los mercados internacionales.  
 8.2. Estrategia del producto de exportación.  
 8.3. Estrategia de precios.  
 8.4. Estrategia de la distribución.  
 8.5. Estrategia de la promoción.  
 8.6. Estrategias de entrada hacia los mercados externos.

### **5.-BIBLIOGRAFIA.**

- MERCOSUR : Texto constitutivo del MERCOSUR.1991  
 Texto del acuerdo CHILE-MERCOSUR. 1996
- OMC-GATT : La Organización Mundial del Comercio y el  
 GATT. 1995
- Unión Europea : Documentos diversos sobre la Unión Europea.  
 1998
- Banco Central de Chile : Compendio de normas de exportación. 1999  
 : Compendio de normas de importación 1999
- ASEXMA : Medidas de Fomento a las Exportaciones Chilenas.  
 1993
- Dirección Nacional de Aduanas : Compendio de normas aduaneras. 1999
- Cámara de Comercio Internacional : Términos internacionales de comercio.1999  
 : Reglas y Usos Uniformes sobre los Créditos Documentarios. 1999
- Kotler P. : “Mercadotecnia”, Mc Graw-Hill, 1996
- Stanton W. : “Fundamentos de Mercadotecnia”, Mc Graw-Hill.  
 Universidad del Bío - Bío. 1997
- Red internet:
- [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl) : Prochile.
- [www.direcon.com](http://www.direcon.com) : Ministerio de Relaciones Exteriores: Dirección de Relaciones Económicas Internacionales.
- [www.mercosur.org](http://www.mercosur.org) : Mercado Común del Sur (MERCOSUR)
- [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int) : Unión Europea.
- [www.estrategia.cl](http://www.estrategia.cl) : Diario La Estrategia.
- [www.eldiario.cl](http://www.eldiario.cl) : El Diario
- [www.mercurio.cl](http://www.mercurio.cl) : Diario El Mercurio