Fecha Aprobación:
14/03/2014

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS

ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

CARRERA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES MENCION COMERCIO EXTERIOR

Sílabo

1. Datos generales

Materia: NEGOCIACION INTERNACIONAL
Código: CJU0113
Créditos: 4
Nivel: 8
Paralelo: A8-CEX
Eje de formación: PROFESIONAL
Periodo lectivo: PERIODO MAR/2014 - JUL/2014
Total de horas: 64
Profesor: TORRES DAVILA ANTONIO FABIAN
Correo electrónico: atorres@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
CJU0101 LOGISTICA Y DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL

2. Descripción y objetivos de la materia

Negociación Internacional es una asignatura que le permite al estudiante introducirse al conocimiento y estudio de los procesos integracionistas que Ecuador y Latinoamérica han tenido y mantienen con los actores del comercio mundial.

Para el efecto es fundamental partir el análisis con la revisión de las bases conceptuales y la visión de las teorías de la economía y el comercio internacional, enfocado desde la realidad de nuestro país a fin de identificar cuáles son los lineamientos (ventajas) a partir de los cuales se puede establecer una mesa de negociación con diferentes naciones y/o grupos de interés.

Con estos antecedentes, podemos a continuación pasar a introducirnos en la sociabilización de la metodología propuesta para llevar adelante con éxito procesos de negociación internacional ya sea a nivel macro (entre naciones) o a nivel micro (entre sectores empresariales o simplemente empresas).

3. Contenidos

1. INTRODUCCION A PROCESOS DE INTEGRACION

1.01. Conceptos relativos a la nación y a lo internacional (1 horas)

1.02. Conceptos relativos a economía internacional (2 horas)

1.03. Conceptos relativos a negociación internacional (2 horas)

1.04. El escenario mundial (1 horas)

1.05. Visión mercantilista de comercio (1 horas)

1.06. Ventaja Absoluta: Adam Smith (2 horas)

1.07. Ventaja Comparativa. David Ricardo (2 horas)

1.08. El Sistema Internacional y la Integración económica regional (1 horas)

2. TRATADOS DE COMERCIO INTERNACIONALES RELEVANTES EN LATINOAMERICA

2.01. La Organización Mundial de Comercio: entidad base del comercio global (2 horas)

2.02. Asociación Latinoamericana de Integración (1 horas)

2.03. Tratado de Libre Comercio de América del Norte (1 horas)

2.04. Área de Libre Comercio de las Américas (2 horas)

2.05. La Comunidad Andina de Naciones (2 horas)

2.06. El Mercado Común Centroamericano (2 horas)

2.07. El Mercado Común del Sur (2 horas)

2.08. Alternativa Bolivariana para las Américas (2 horas)

2.09. La Unión de Naciones Sudamericanas (2 horas)

3. LA NEGOCIACION INTERNACIONAL

3.01. Qué negociar? (2 horas)

3.02. Metodología ganar ¿ ganar (4 horas)

3.03. Factores de éxito en una Negociación (4 horas)

3.04. Proceso de Negociación (4 horas)

3.05. Formas de Negociación (2 horas)

3.06. Negociación y Ventas bajo el enfoque mercadológico (business to business) (4 horas)

4. PERFILES COMERCIALES EN EL MERCADO INTERNACIONAL

4.04. Canadá y Chile (1 horas)

4.01. Alemania y Bélgica (1 horas)

4.02. Colombia y Dinamarca (1 horas)

4.03. Ecuador y España (1 horas)

4.05. China y Corea del Sur (1 horas)

4.09. Irlanda e Italia (1 horas)

4.06. Egipto y Estados Unidos (1 horas)

4.07. Finlandia y Francia (1 horas)

4.08. Grecia y Hungría (1 horas)

4.10. Países Bajos y Perú (1 horas)

4.11. Polonia y Portugal (1 horas)

4.12. Reino Unido y República Checa (1 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	*Evidencias*
ah. Generar propuestas de cooperación que beneficien a entidades públicas y privadas	
- El estudiante tendrá la capacidad de Identificar oportunidades de negociación comercial a partir de ventajas comparativas y competitivas sustentables en el tiempo	*- Control de lectura - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Estudios de casos - Exámenes escritos - Sustentaciones - Lecciones orales*
ai. Preparar a las empresas e instituciones estratégicamente para afrontar con éxito los procesos internacionales	
- Comprender e interiorizar las tendencias del integracionismo, sus ventajas, sus desventajas y la metodología para su estudio.	*- Lecciones orales - Control de lectura - Sustentaciones - Estudios de casos - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Exámenes escritos*
ap. Conocer las normas y estrategias de negociación de los diferentes países y bloques con el fin de establecer criterios para la toma de decisiones	
- Estudiar el proceso de negociación a seguir en escenarios comerciales internacionales macro y micro.	*- Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Lecciones orales - Control de lectura - Exámenes escritos - Estudios de casos - Sustentaciones*
av. Identificar las responsabilidad de importadores, exportadores y demás operadores de comercio exterior en base a los términos de comercio internacional	
- Asimilar el alcance de responsabilidades de cada actor en los procesos de negociación internacional.	*- Estudios de casos - Control de lectura - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Sustentaciones - Exámenes escritos - Lecciones orales*

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

- Conferencias magistrales, apoyado por diaporamas - Trabajo autónomo de investigación, - Taller de estudio de casos - Taller de análisis y discusión de temas propuestos - Exposición de trabajos por los estudiantes

Criterios de Evaluación

En Informes e Investigación: Se consideraran: La redacción en base a terminología técnica y la coherencia en las ideas presentadas, así como las fuentes de consulta o las técnicas utilizadas en el caso de investigación. En Estudio de Casos: Se considerarán: En el trabajo impreso, la redacción en base a terminología técnica mercadológica y la coherencia de las soluciones presentadas en base al conocimiento teórico y el criterio; por otra parte, en la sustentación se considerará la fluidez de la exposición, el vocabulario utilizado y el lenguaje corporal de cada expositor. En la Prueba escrita: Se considerarán la validez de las respuestas a cada pregunta, en función de la base teórica y del criterio correspondiente según el caso. En la Formulación de Propuesta de Negociación: Se considerarán: En el trabajo impreso, la coherencia de la propuesta en base a la realidad de la empresa en la cual se aplica el modelo; por otra parte, en la sustentación se considerará la fluidez de la exposición, el vocabulario utilizado y el lenguaje corporal de cada expositor. En el Examen Final: Se considerarán: Los conocimientos técnicos, la coherencia en la aplicación de los mismos a los casos y situaciones planteadas; así como el vocabulario técnico mercadológico que se utilice en la resolución.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Llamazares García- Lomas.(2004). Negociación Internacional. 2004: Global Strategy.
- Luna Osorio, Luis.(2007). Economía Internacional del Siglo XXI. ECUADOR: Tinta Fresca. Profesor.
- Marketing Internacional.(2006). Bradley / Calderón. ESPAÑA: Prentice Hall. Profesor.
- Vaillant Marcelo.(2007). Convergencias y divergencias en la integración sudamericana. CHILE: Cepal - ONU.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- CORPEI. Obtenido de CORPEI, Tú negocio al mundo: http://www.corpei.org/.
- MIPRO. Obtenido de Ministerio de Industrias & Competitividad: http://www.mipro.gob.ec/.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **14/03/2014**

APROBADO