

UNIVERSIDAD NACIONAL

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Relaciones Internacionales

BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Puede leer al final la malla actualizada

Setiembre, 2008
Heredia, Costa Rica

En la elaboración del diseño de este plan de estudios participaron varias unidades académicas con la asesoría del Programa de Diseño y Gestión Curricular de la Dirección de Docencia.

- Dr. Alexander López R., Director Escuela de Relaciones Internacionales
- MSc. Max Sáurez, Subdirector Escuela de Relaciones Internacionales
- Lic. Adrián Moya, Escuela de Relaciones Internacionales
- MSc. Donald Miranda M., Escuela de Economía/CINPE
- MSc. Jeanette Valverde Ch., Escuela de Relaciones Internacionales
- MSc. Randall Arce A., Escuela de Economía
- MSc. Vinicio Sandí, Escuela de de Relaciones Internacionales
- Dr. Edwin Chávez E., Director de la Escuela de Matemática
- MSc. Randall Hidalgo, Escuela de Matemática
- Licda. Viviana Gómez, Programa de Diseño y Gestión Curricular
- MSc. Ma. Agustina Cedeño, Dirección de Docencia
- Licda. Viviana Santamaría G., Coordinadora del Plan de Estudios

Lista de abreviaturas

ASADAS	Asociaciones Administradoras de Sistemas de Acueductos y Alcantarillados Sanitarios
APPRIS	Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones
CEPAL	Centro de Estudios para América Latina
CINPE	Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible
CONARE	Comisión Nacional de Rectores
CONESUP	Consejo Nacional de la Educación Superior Privada
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación
FMI	Fondo Monetario Internacional
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio
IESTRA	Instituto de Estudios del Trabajo
OEA	Organización de Estados Americanos
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMA	Organización Mundial de Aduanas
OMC	Organización Mundial de Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OPES	Oficina de Planificación de la Educación Superior
PNUMA	Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente
PYME	Pequeña y medianas empresas
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Índice de contenido

Presentación de la Dirección	7
1. Justificación	9
1.1. Experiencia de la Escuela de Relaciones Internacionales y su aporte al mercado costarricense	13
1.2. Fortalezas de la Escuela de Relaciones Internacionales .	14
1.3. Población estudiantil y el mercado laboral	21
1.4. Dimensión administrativa y docente	23
2. Fundamentación	27
2.1 El objeto de estudio	27
2.2 Objetivos de la carrera	28
2.3 Áreas disciplinarias	30
a. Economía	31
b. Derecho internacional	33
c. Administración y mercadeo internacional	34
d. Comercio y negocios internacionales	35
e. Área instrumental	37
3. Ejes curriculares	38
4. Ejes transversales	40
5. Estrategia metodológica y de evaluación	43
5.1. Metodología y Pedagogía	43
5.2. Estrategia de Evaluación	44
5.3 Normativa para el cuerpo docente	46
5.4 Principios de Evaluación de la Carrera	46
6. Metas de formación de la carrera	46
7. Perfil ocupacional	48
8. Perfil profesional del graduado	49
9. Estructura curricular de la carrera	52
9.1 Malla curricular	58

9.2 Descripción de los cursos	59
10. Requisitos de ingreso a la carrera	152
11. Requisitos de graduación	152
12. Permanencia del estudiante en la carrera	152
13. Títulos y grados	152
14. Administración y gestión curricular	153

Índice de Tablas

Tabla 1.	Proyectos de investigación vigentes (permanentes)	17
Tabla 2.	Proyectos de investigación vigentes (temporales)	18
Tabla 3.	Lista de académicos	25
Tabla 4.	Cursos del Área de Economía	33
Tabla 5.	Cursos del Área de Derecho Internacional	34
Tabla 6.	Cursos del Área de Administración y Mercadeo Internacional	35
Tabla 7.	Cursos del Área de Comercio y Negocios Internacionales	36
Tabla 8.	Cursos del Área Instrumental	37
Tabla 9.	Desglose de créditos por áreas disciplinarias	52
Tabla 10.	Desglose de créditos por áreas disciplinarias	53
Tabla 11.	Estructura disciplinaria, según número de créditos y horas destinadas a cada curso	55
Tabla 12.	Requisitos y Correquisitos de los cursos	57
Tabla 13.	Malla curricular	58

Índice de Figuras

Diagrama 1.	Áreas disciplinarias	31
-------------	----------------------------	----

Presentación

Desde el 2007 la Escuela de Relaciones Internacionales inició el proceso de conformación de una nueva carrera, como una iniciativa universitaria que viene a favorecer el desarrollo nacional en el marco del nuevo contexto económico internacional que vivimos.

Entre los primeros pasos para la conformación de esta propuesta académica, la Escuela realizó una serie de entrevistas, entre los potenciales empleadores de profesionales en el área del Comercio y Negocios Internacionales, tanto en el sector público como en el privado costarricense, con el propósito de evaluar la oportunidad y pertinencia de la carrera. Para tales efectos se realizaron entrevistas a los representantes de las principales cámaras empresariales, así como de instituciones y entidades relacionadas con el tema.

De manera simultánea, se conformó una comisión interdisciplinaria con representantes de la Escuela de Economía, del Centro Internacional de Política Económica (CINPE) y de la Escuela de Relaciones Internacionales, bajo la coordinación de la profesora Viviana Santamaría y la asesoría de representantes del Programa de Diseño y Gestión Curricular, quienes de manera conjunta y coordinada trabajaron fuertemente en la realización del Plan de Estudios. Asimismo, se han llevado a cabo reuniones con las Unidades Académicas de Matemática y el Instituto de Estudios del Trabajo (IESTRA) con el fin de incorporar su aporte dentro de la estructura curricular de esta nueva carrera.

El Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales está constituido por cuarenta y un cursos que, en conjunto, representan un total 137 créditos. Se trata de una carrera diseñada para promover una base de conocimiento teórico-práctica que permitirá un análisis sistémico de la realidad y el conocimiento de experiencias, de forma que contribuyan al desarrollo de destrezas como la innovación y la capacidad de análisis. Además, de convertirse en una valiosa herramienta para ampliar la oferta académica que la Facultad de Ciencias Sociales brinda al pueblo costarricense.

En diciembre del 2007, este Plan fue sometido a consideración de la Asamblea de Académicos, oportunidad en la que recibió una valiosa retroalimentación y un positivo aval. Al tiempo que durante la primera semana de abril del 2008, fue sometido a la consideración de la Asamblea de la Escuela de Relaciones Internacionales en sesión

01-2008 celebrada el 08 de abril del 2008, donde también recibió un decidido apoyo.

Una vez cumplidos los requisitos que dispone la normativa institucional a nivel de la Unidad Académica, corresponde ahora someter a consideración del Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Sociales el documento adjunto.

Dr. Alexander López Ramírez
Director
Escuela de Relaciones Internacionales

1. Justificación

Como desde hace casi tres siglos el filósofo francés Montesquieu, en su famoso libro *El Espíritu de las Leyes* (1748), reconocía que el efecto natural del comercio es conducir a la paz, cada vez más países en desarrollo han venido promoviendo su inserción inteligente en el mercado internacional, como una alternativa para hacer crecer sus economías y procurar recursos suficientes que les permitan luchar contra la pobreza. Hoy son más los países que han comprendido que la potencialidad de su crecimiento va más allá de sus fronteras.

La transición del socialismo hacia economías de mercado, el auge del sistema multilateral de comercio, el giro en la política comercial externa de los Estados Unidos y la Unión Europea, así como el surgimiento de importantes interlocutores, en especial de Asia, en el contexto económico-político mundial han marcado una nueva dinámica para hacer negocios. Desde la perspectiva comercial, la eliminación de barreras arancelarias para acceder a los mercados internacionales -- tanto para bienes como para servicios--, las exigencias de estándares cada vez más elevados para la comercialización de productos, el surgimiento de nuevas tecnologías y la continua búsqueda de innovación se han convertido en ingredientes determinantes en el mercado mundial.

La intensificación de los intercambios comerciales, tanto de bienes como de servicios, parecen continuar en aumento. Según estimaciones de la Organización Mundial del Comercio (OMC), en el 2006 las exportaciones reales de mercancías aumentaron en un 8 por ciento, tasa casi 2 puntos porcentuales más alta que la de 2005 y muy superior al promedio observado durante los 10 últimos años (1996-2006). La expansión del comercio superó el crecimiento de la producción mundial en más de 4 puntos porcentuales (OMC, 2007) al mismo tiempo, a julio del 2007 la OMC tenía registrados un total de 380 acuerdos comerciales regionales. La proliferación que se ha producido durante los últimos cincuenta años de estos instrumentos ha implicado reglas del juego, no solo más abundantes sino más complejas. Lo que Bhagwati y Panagariya (1999), Estevadeordal (2006) y algunos otros autores han denominado el "spaghetti bowl" de las normas que rigen el comercio internacional.

Comprender esta dinámica, las normas que rigen y regirán el intercambio de bienes y servicios entre los países, sus tendencias y continuos cambios, resulta fundamental para las economías, pero muy especialmente para las empresas, quienes --en definitiva-- son las generadoras del comercio.

En este contexto, Costa Rica no ha sido la excepción. Desde hace más veinte años este país inició su proceso de apertura e inserción en la economía mundial, primero con su incorporación al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés) en 1990, que a partir del 1995 pasó a ser la Organización Mundial del Comercio y, segundo, por la decisión unilateral de reducir las barreras arancelarias, intensificar su política de diversificación del aparato exportador y una continua búsqueda de nuevas oportunidades de mercado.

La política comercial del país ha descansado, fundamentalmente sobre dos pilares: la firma de acuerdos comerciales regionales o bilaterales y el estímulo a la atracción de inversión extranjera directa. Lo anterior ha conducido a que el país cuente con instrumentos especializados para regular las relaciones comerciales con sus homólogos centroamericanos (desde 1963), México (desde 1995), Canadá (desde 2002), República Dominicana (en 2002) y Chile (en 2002) y, a partir de la aprobación de las leyes de implementación con su socio más importante, Estado Unidos. Asimismo cuenta con un acuerdo firmado, en proceso de aprobación legislativa, con Panamá y se encuentra en negociaciones de un acuerdo de asociación económica con la Unión Europea; al tiempo que ha venido estrechando sus relaciones comerciales con la República Popular de China. Igualmente importante, ha sido la firma de los Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones con más de quince países alrededor del mundo.

Este conjunto de reglas, sin duda han implicado nuevos retos pero también nuevas oportunidades para las empresas. Cada vez es mayor el número de empresas vinculadas al comercio internacional, de manera directa o indirecta, que además tienen una visión de negocios más globalizada. En este proceso, la tecnología ha sido un aliado para acortar distancias y rebasar con mayor rapidez las fronteras.

La llegada de nuevos competidores al mercado ha transmitido no solo una nueva cultura de hacer negocios, sino que ha servido de estímulo para ir modernizando el aparato productivo nacional. Pero este nuevo enfoque de negocios no debe buscar solamente producir y generar riqueza, sino hacerlo de manera socialmente responsable, en armonía con el ambiente y, en procura, de un crecimiento más equitativo y sostenible, que permita finalmente generar desarrollo.

El acelerado mundo de los negocios, a nivel nacional e internacional, requiere empresas e instituciones y, por ende, empresarios o empleados públicos matriculados con la ética, la transparencia y con capacidades para promover las prácticas anti-corrupción. La adecuada utilización de los recursos naturales, las buenas prácticas productivas y los modelos de responsabilidad social empresarial deben constituirse en parte integral de las operaciones ordinarias de cualquier empresa moderna. Se trata, por tanto de una visión de negocios integral, que promueva la sostenibilidad ambiental, social y económica, con un fuerte compromiso ético, entre sus trabajadores y la sociedad, en general.

En este contexto, las empresas, las instituciones nacionales y los organismos internacionales demandan profesionales con mayores capacidades de innovación y rápida adaptación al cambio, pero al mismo tiempo con sensibilidad social. La creatividad y los conocimientos técnico-prácticos, en este contexto, son fundamentales no solo para entender su entorno sino para desarrollar las capacidades que permitan analizarlo e interiorizarlo en la toma de decisiones tanto a nivel privado como público.

Como respuesta a lo señalado en los párrafos anteriores, la Escuela de Relaciones Internacionales, mediante la elaboración de este plan de estudio pretende promover la formación de los profesionales a través de una interacción sostenible entre negocios-ambiente-sociedad, que vaya más allá de simple filantropía o la satisfacción de un objetivo fundamentalmente económico.

Como insumo para la elaboración de esta propuesta de formación académica, la Escuela de Relaciones Internacionales realizó una serie de entrevistas, entre los potenciales empleadores de profesionales en el área del Comercio y Negocios Internacionales, tanto en el sector público como en el privado costarricense, con el propósito de evaluar la

demanda futura de los graduandos. Para tales efectos se realizaron entrevistas a los representantes de las principales cámaras empresariales, así como de instituciones y entidades relacionadas con el tema.

Producto de este intercambio, se determinó que para el sector empresarial y algunos representantes del sector público relacionados con esta temática, una de las características más valiosas que esperan observar en el graduado de una carrera como ésta, es la posibilidad de integrar en una sola formación varias ramas del conocimiento, como son: los temas aduaneros, el derecho internacional, el comercio, la economía y, además, una visión de negocios. Según los entrevistados, el mercado no cuenta con profesionales que integren en una sola formación todas estas habilidades. Por el contrario, los especialistas en estas ramas del conocimiento se encuentran de manera dispersa y corresponde a las empresas o entidades desarrollarlos en áreas complementarias. Una de las conclusiones más importantes de las entrevistas es que ante la ausencia de un perfil como éste dentro de la oferta laboral costarricense, sumado a la corriente de apertura y a la influencia del mercado internacional sobre el entorno del país, sin duda, hacen pertinente un profesional de esta naturaleza.

Al igual que como lo reconoce el Plan Nacional de Educación Superior Universitaria Estatal 2006-2010, "la sociedad costarricense, igual que las diferentes sociedades del mundo, se ha venido transformando rápida y profundamente en los últimos años; este fenómeno obliga a las organizaciones en general, y a las instituciones educativas en particular, a replantearse su quehacer para atender en forma adecuada y oportuna las diversas expectativas de las personas en este tiempo". En virtud de lo anterior, la Escuela de Relaciones Internacionales, en su interés por promover la generación de pensamiento y conocimiento propositivo, según la demanda nacional e internacional, pretende poner a la disponibilidad de la comunidad costarricense profesionales más integrales, cuyo perfil integre no solo una sino varias áreas del conocimiento.

1.1 Experiencia de la Escuela de Relaciones Internacionales y su aporte al mercado laboral costarricense

Como respuesta a una necesidad de la comunidad nacional y por iniciativa del sacerdote Dr. Benjamín Núñez, fundador y primer rector de la Universidad Nacional, nació en marzo de 1974 la Escuela de Relaciones Internacionales. Desde su creación, tal y como se refleja en su Plan Estratégico 2007-2011, esta Escuela ha tenido como finalidad la conformación de una oferta académica docente, investigativa y de extensión, de excelencia, actualizada y flexible, capaz de incidir efectivamente en el desarrollo del país y en el contexto internacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible. Objetivo acorde con uno de los pilares que rigen el quehacer de la Universidad Nacional: crear una institución capaz de responder a la dinámica de los cambios contemporáneos y de la compleja realidad nacional, con el propósito de coadyuvar a la solución de los problemas reales que enfrenta el país¹.

La visión globalizada de la realidad circundante o internacionalización de la mente de los educandos ha sido uno de los principales resultados de experiencia didáctica de los Estudios Internacionales con sus áreas de conocimiento en Política Internacional; Derecho Internacional; Economía Internacional, articuladas con las dimensiones de sustentabilidad ambiental, humanística, social y cultural. Esta ha sido una cualidad distintiva en la formación de los profesionales de la Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional y, al mismo tiempo, ha facilitado la orientación y asesoría a diversas instancias del sector público y privado del país. Con cada vez mayor frecuencia, los profesionales de esta Escuela encuentran, además de los espacios tradicionales de la Cancillería y dependencias que manejan cooperación internacional, nuevas oportunidades de empleo en áreas como comercio exterior, ecoturismo y finanzas internacionales, tanto en el ámbito público como privado.

La experiencia acumulada por más de tres décadas, así como esta visión pionera por atender las demandas laborales que requiere el país, sus empresas y el mundo son los principales alicientes para que la Escuela de Relaciones Internacionales promueva la apertura de un nuevo plan de estudios en un área más especializada, cuyo eje principal lo constituyen las relaciones internacionales, pero que articula dos ámbitos: el comercio y los negocios.

¹ Universidad Nacional, Memoria anual de labores 2006-2007. San José, pp. 11.

La posibilidad de integrar varias áreas de conocimiento (economía, derecho, administración, mercadeo internacional, comercio y negocios), con habilidades teórico-prácticas, que respondan a las exigencias de la economía globalizada y de las empresas con una visión de negocios internacional, es en definitiva el objetivo que persigue esta nueva carrera que aspira ofrecer la Escuela de Relaciones Internacionales. Los fundamentos teóricos de la economía y el derecho internacional, aunados a los principios fundamentales del mercadeo y los negocios, servirán de base para que a través de la práctica sucesiva y el contacto con la realidad circundante, los educandos puedan entender y analizar con mayor facilidad el complejo mundo del comercio internacional.

1.2 Fortalezas de la Escuela de Relaciones Internacionales

Vocación social

Por más de tres décadas los esfuerzos académicos de esta unidad académica han estado marcados por una alta vocación social. En la misma dirección que el compromiso de su primer rector, el Presbítero Benjamín Núñez, esta carrera se ha dado a la labor de generar conocimientos científicos a partir de la investigación, así como de incentivar en los profesionales la reflexión profunda y una capacidad para el nacimiento de un nuevo humanismo que permita un desarrollo sostenible.

Algunos ejemplos concretos de esta vocación social son los proyectos de investigación para el fortalecimiento institucional de las Asociaciones Administradoras de Sistemas de Acueductos y Alcantarillados Sanitarios (ASADAS), por medio de la transferencia de conocimientos en el ámbito de la gestión del recurso hídrico, de la operatividad del marco institucional y del desarrollo de habilidades regionales para la resolución de conflictos hídricos en las cuencas hidrográficas de los ríos Nosara y Térraba; así como también el proyecto de desarrollo local y su relación con las articulaciones económicas y ambientales transfronterizas en el Municipio de la Cruz (Costa Rica) y San Juan del Sur (Nicaragua).

Pionera en su quehacer

La creación de la Escuela de Relaciones Internacionales en marzo del 1974, la convirtió en la primera de la región centroamericana en su

campo y una de las primeras siete de América Latina y El Caribe. A la fecha, sólo una Escuela de Relaciones Internacionales existe en Costa Rica y aunque otras universidades ofrecen carreras conducentes a grados académicos similares todavía no desarrollan integralmente otras áreas de la disciplina como lo hace nuestra unidad académica (docencia, investigación, extensión y producción académica).

Casi todas las carreras que se ofrecen en Relaciones Internacionales a nivel centroamericano y, particularmente, a nivel costarricense reflejan las orientaciones pedagógicas, los contenidos temáticos y los grados académicos que ofrece la carrera en Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional. Muchos de los graduados han dado sus primeros pasos profesionales dirigiendo y enseñando en otros centros de educación universitarios privados. La experiencia en el seguimiento y análisis de los procesos político-económicos durante más de tres décadas, así como el éxito obtenido en la internacionalización de la mente del estudiantado constituyen un gran fortaleza para que la Escuela de Relaciones ponga a disposición este nuevo bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales. .

Amplia oferta académica

En la actualidad y, a diferencia de otras universidades públicas y privadas, la Universidad Nacional a través de la Escuela de Relaciones Internacionales, ofrece al estudiante la posibilidad de cursar el bachillerato, la licenciatura, grado en que cada estudiante puede optar por una de cinco áreas de énfasis (Política Exterior y Diplomacia, Comercio Internacional, Cooperación Internacional, Finanzas Internacionales y Ecoturismo); así como el posgrado mediante una maestría que tiene dos modalidades (académica y profesional). Desde 1993, la maestría ha atendido 14 promociones distribuidas en diversos énfasis tales como Negocios Internacionales, Estudios Europeos, Administración de Proyectos de Cooperación Internacional, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, Centroamérica y El Caribe y América Latina. Mediante estas especialidades se han logrado graduar más de 50 profesionales.

Idoneidad del profesorado

La idoneidad, la calidad y la pertinencia del personal docente ha sido una preocupación permanente de quienes han administrado la Escuela de Relaciones Internacionales. Entre quienes han ejercido la labor de docencia en estas aulas figuran distinguidos costarricenses, cuyos aportes a la vida nacional han sido de gran valor. Tal es el caso de dos expresidentes, seis exministros de Relaciones Exteriores y Culto, siete legisladores, dos jueces de la Corte Suprema de Justicia, siete Embajadores, cuatro Cónsules Generales y nueve exministros de otras carteras, quienes han combinado su sólida formación académica y su trayectoria pública para ofrecer al estudiantado una formación integral.

Algunos de los grandes aportes de la Escuela de Relaciones Internacionales a la sociedad costarricense

En complemento a los programas de estudio, la Escuela de Relaciones Internacionales, ha venido desarrollando una extensa tarea de extensión universitaria. Ejemplos de lo anterior lo constituyen: la creación del Instituto del Servicio Exterior de la República, la creación de la Comisión Permanente de Relaciones Internacionales de la Asamblea Legislativa, la creación y puesta en marcha de numerosas Direcciones de Cooperación Internacional dentro de las instituciones autónomas del país, la creación del Premio de Comunicación Internacional "Joaquín García Monge", la inauguración y apertura del Centro Depositario Total de Documentación de las Naciones Unidas, la inauguración y apertura de la Biblioteca Especializada en Relaciones Internacionales "Luis y Felipe Molina", ambas únicas en Costa Rica; la edición y publicación de la Revista de Relaciones Internacionales, la creación de la Cátedra Prima en Relaciones Internacionales, "Florencio del Castillo", la fundación de la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Relaciones Internacionales y Diplomacia; el establecimiento del Colegio Profesional de Politólogos e Internacionalistas; la creación de los Centros de Ambiente y Desarrollo; Estudios Europeos; Estudios Asiáticos y el Centro de Estudios de Estrategia así como el Ciclo Anual de conferencias y un gran número de mesas redondas y coloquios, entre muchas otras actividades.

La investigación, eje central de la tarea académica

La Escuela se ha preocupado desde sus inicios por inculcar en los estudiantes una conciencia crítica, pero al mismo tiempo, constructiva,

con un alto componente de investigación sistemática de los problemas nacionales, particularmente aquellos ligados al acontecer mundial. Una gran cantidad de trabajos y publicaciones son el producto de este esfuerzo investigativo que ha logrado la Escuela de Relaciones Internacionales.

Tal y como se muestra en las Tablas 1 y 2, en la actualidad esta Escuela se encuentra manejando 16 proyectos de investigación, algunos de los cuales se han llegado a convertir en actividades permanentes.

Tabla 1
Proyectos de investigación vigentes
(de carácter permanente)

Nombre del Proyecto	Docente Responsable
Modelo de la Asamblea General de la OEA.	Lic. Frank Salazar
Apoyo estudiantil en la gestión de los procesos académico-administrativo en la Escuela de Relaciones Internacionales.	M. Sc. Dunnia Marín
Centro de documentación de las Naciones Unidas.	M.Sc. Jorge Rivera Hernández
Biblioteca Especializada "Luis y Felipe Molina".	Licda.. Ma Isabel Jirón Castellón
Cronología de la Política Exterior de C.R.	M.Sc. Jorge Rivera Hernández
Publicaciones de la Escuela de Relaciones Internacionales	Dr. Oscar Alvarez Araya

Tabla 2**Proyectos de investigación vigentes (de carácter temporal)**

Nombre del Proyecto	Docente Responsable	Vigencia
Relaciones China Taiwán y sus políticas a través del estrecho del siglo XXI.	M.A. Thaís Córdoba Ramírez	Febrero a diciembre 2006
Análisis de la Política Exterior de Costa Rica.	M. Sc. Elaine White	Febrero 2005 a diciembre 2010
Capacidades institucionales y condiciones estructurales determinantes de la dinámica innovadora en las empresas exportadoras en C.R.-	Dr. Juan Carlos Bermúdez	2008
Seguridad multidimensional y política exterior costarricense.	Dr. Jorge Cáceres Prendes	2008
Centro de Estudios del Medio Oriente y Norte de África.	M.Sc. Antonio Barrios Oviedo	2008
Integración regional: desafíos para Costa Rica en el marco de las negociaciones con la Unión Europea y la APEC.	Dr. Willy Soto A.	2008
Transformaciones de las relaciones transfronterizas en América Central y su influencia sobre el proceso de integración regional: caso de estudio: Frontera CR-Panamá.	Dr. Alexander López	2008
Fortalecimiento institucional de las asadas por medio de la transferencia de conocimientos en el ámbito de la gestión del recurso hídrico, de la operatividad del marco institucional y del desarrollo de habilidades regionales para la resolución de conflictos hídricos en las cuencas hidrográficas de los ríos Nosara y Térraba”	M.Sc. Aurora Hernández Ulate	Lo ejecutará la E.R.I y la Escuela de Geografía de la Universidad de C.R.
Desarrollo local y su relación con las articulaciones económicas y ambientales transfronterizas en el Municipio de la Cruz (C.R.) y San Juan del Sur (Nicaragua)	M.Sc. Aurora Hernández Ulate ERI/ M.Sc. Juan Carlos Picón Cruz Sede Regional Chorotega	Enero del 2008 a diciembre 2008
Geoestrategia sudamericana a principios del siglo XXI. Tendencias a la Unión y la Independencia Internacional.	Dr. Eduardo Saxe	2007-2008

Ligamen con el mundo

La Cooperación mutua con Organismos Internacionales Gubernamentales y No Gubernamentales, con otras instituciones prestigiosas de educación superior fuera y dentro del país, con naciones acreditadas en territorio nacional, ha sido la tónica permanente de la Escuela de Relaciones Internacionales, en su afán de desarrollar vínculos firmes y duraderos que permitan robustecer y consolidar los programas que ofrece la unidad. A manera de ejemplo destaca la relación con la Biblioteca Central de las Naciones Unidas, la Dirección de Asuntos Culturales de la Organización de los Estados Americanos, el Programa de Relaciones Internacionales de América Latina, la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Relaciones Internacionales y Diplomacia, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, el Instituto del Servicio Exterior de la República, "Manuel María de Peralta", las tres Universidades Nacionales, Universidad de Costa Rica, la Universidad Estatal a Distancia y el Instituto Tecnológico de Cartago, las Universidades de Oslo, Noruega; Universidad de Texas en Austin, Florida State University, Universidad Hebrea en Jerusalén, los gobiernos de Noruega, China, Corea, Japón, los Estados Unidos, Holanda, Canadá, Panamá y Sudáfrica, son tan sólo algunos ejemplos de las muy amplias relaciones de intercambio que fortalecen las tareas que realiza año con año la Escuela de Relaciones Internacionales.

Este ligamen con el mundo y la realidad nacional motivan a esta Escuela a ofrecer, con este nuevo plan de estudios, una alternativa novedosa desde varios puntos de vista. En primer término, no existe una oferta académica con características similares a ésta, que integre, al mismo tiempo, cuatro ramas del conocimiento (economía, derecho, administración y mercadeo y comercio internacional) en un solo bachillerato. De acuerdo con lo reportado por el Consejo Nacional de la Educación Superior Privada (CONESUP) a febrero de 2008, dentro del sector privado, la gran mayoría de las opciones disponibles en los centros de enseñanza superior parten de un bachillerato en administración de empresas y brindan un énfasis, por medio de licenciatura o maestría, en comercio o negocios internacionales. Por otra parte, entre las universidades estatales, la única que ofrece una carrera similar, aunque más inclinada al tema aduanero, es el Bachillerato en Administración Aduanera con énfasis en Comercio

Internacional ofrecido por la Escuela de Administración Pública de la Universidad de Costa Rica. Adicionalmente, ninguno de los planes de estudios disponibles en el mercado nacional cuenta con un porcentaje de cursos-taller donde el enfoque para transmisión del conocimiento sea fundamentalmente práctico.

Este Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales, más bien, se asemeja a los planes de estudios ofrecidos por prestigiosas universidades latinoamericanas como la Licenciatura en Negocios Internacionales de la Universidad de Guadalajara o la Ingeniería Comercial ofrecida en Suramérica en las Universidades Católica de Chile y la Universidad de Chile.

Acogida profesional

El reconocimiento y la acogida profesional recibida por los graduandos de esta Escuela, por parte de importantes instituciones nacionales y extranjeras, son el mejor reflejo de cuanto son valorados por la sociedad. Más allá de las labores tradicionales destinadas al Servicio Exterior del Estado, hoy día, los profesionales de la Escuela han encontrado nuevas oportunidades de laborar en otras instancias relacionadas con el comercio internacional, el sector productivo, la academia, agencias de cooperación y organismos internacionales, entre muchos otros. Nuevos espacios laborales se han abierto para nuestros profesionales en labores como planificadores de políticas y proyectos institucionales, negociadores capaces de impulsar una inserción más ventajosa del país en los distintos mercados internacionales, promotor de transacciones y relaciones diversas a nivel nacional, bilateral y multilateral, investigador académico en temas sensibles al bienestar y seguridad nacional, administrador de servicios internacionales en agencias o dependencias gubernamentales y no gubernamentales, públicas o privadas; asesores dentro de los poderes de la República, evaluadores de proyectos de cooperación internacional, funcionarios en los organismos internacionales y como docente en las distintas instituciones de educación superior.

Visión de futuro

El mundo cambia, cada vez, más rápidamente y la educación no puede estar al margen de esta dinámica. La Escuela de Relaciones Internacionales concedora del entorno nacional e internacional, ha impulsado acciones tendientes a promover la calidad de la educación de sus estudiantes de forma que responda con oportunidad a las demandas sociales y económicas del país, actuales y futuras. La actualización permanente de su cuerpo de docentes, la realización de charlas, talleres y seminarios de actualización, así como la búsqueda permanente de nuevas formas de enseñanza-aprendizaje reflejan el esfuerzo que ha venido haciendo la Escuela por introducir parte de esta dinámica mundial en los programas de estudio.

Con esta visión de futuro y en un esfuerzo constante por mejorar la calidad de la educación, a través de una carrera innovadora y oportuna, tanto desde la perspectiva nacional como internacional, es que se pone a disposición de la población este bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales. Por medio de la conjugación de cuatro disciplinas (la economía, el derecho, la administración y el mercadeo, aunados al comercio internacional) más un grupo de cursos tendientes a fortalecer las destrezas instrumentales este plan se convierte en un área más especializada y pragmática de las relaciones internacionales y su base conceptual se alimenta permanentemente de éstas. Lo anterior, sin duda, contribuye a complementar la dimensión externa de la Escuela y, a la vez, crea nuevas formas de vinculación entre la academia, la realidad de los sectores productivos y el aparato estatal costarricense.

1.3 Población estudiantil y el mercado laboral

La matrícula de la Escuela de Relaciones Internacionales, tradicionalmente, ha venido en ascenso, en especial para el grado de licenciatura. No obstante, con el fin de incrementar la tasa de matriculación, en particular para el grado de bachillerato, se ha venido trabajando en la definición de una política propia de la Unidad que permita identificar y seleccionar a los mejores estudiantes, que deseen continuar en la carrera, de manera que se logre: disminuir la deserción, mejorar las condiciones de estudio y la calidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Este nuevo plan de estudios en Comercio y

Negocios Internacionales forma parte de la materialización de ese objetivo.

La internacionalización de la mente del estudiantado y la profundización de los conocimientos en el conjunto de disciplinas que conforman este bachillerato, lo hacen atractivo para un segmento amplio de la población. Tal es el caso de los estudiantes recién graduados de secundaria, interesados en el acontecer internacional, así como también profesionales en otros campos de estudio como el derecho, la economía, las ciencias políticas, la administración de empresas, la administración pública, el periodismo y cualquier otra rama complementaria de estudio; quienes, en definitiva, conformarían la población meta del programa.

Desde el punto de vista del mercado laboral, según las encuestas elaboradas por la Oficina de Educación Superior (OPES), cuyos resultados fueron incorporados en el Informe sobre el Estado de la Educación (2006), en promedio, un 93 por ciento de los graduados de las universidades estatales se encontraban ocupados o laborando - porcentaje que asciende a un 91 por ciento en el caso de quienes se gradúan de la UNA-. Estas cifras implican que el porcentaje de desocupación de los graduados de los centros de educación superior estatales no se aleja mucho del observado a nivel nacional (6,4 por ciento) para esos mismos años (2001-2002).

Un aspecto que merece la pena resaltar de la información recopilada por la OPES-CONARE es que la gran mayoría de los nuevos profesionales graduados de la UNA se emplean en el Gobierno Central (40,1 por ciento de los graduados). Situación que se explica fundamentalmente por la cantidad de graduados en las áreas de educación y el sector social. No obstante, también pone de manifiesto la necesidad de reforzar la vinculación entre las carreras que ofrece la Universidad y los requerimientos del sector privado nacional, principal empleador del país.

Con el Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales se atenderán parte de estas necesidades del sector empresarial y se contribuirá a estrechar los vínculos entre la academia y el sector productivo nacional, por medio de la generación de profesionales innovadores, con amplias capacidades para analizar su entorno, adaptarse al cambio y con una visión integral del mundo y la realidad que los circunda.

Aunque en años recientes ha venido variando, tradicionalmente quienes se egresan de la Escuela de Relaciones Internacionales tienen como principal empleador el sector público. Con la incorporación de este nuevo plan de estudios dentro de la oferta académica de la Escuela se pretende atender un espectro más amplio del mercado laboral. De manera que los graduados puedan desempeñarse en empresas nacionales e internacionales en áreas relacionadas con el comercio; en organismos privados de apoyo al comercio; montar su propia empresa, o bien, ocupar puestos en dependencias de gobierno en asuntos relacionados con el control de importaciones y exportaciones; en política económica internacional y análisis económico del comercio exterior; en dependencias de organismos internacionales o en el campo de la docencia y la investigación académica.

La moderna visión del estudiantado de la Escuela de Relaciones Internacionales, que se refleja en el libre quehacer asociativo del estudiante, la autonomía de su gobierno estudiantil y su participación en los órganos de decisión dentro de la estructura de autoridad, se hará extensiva a esta nueva carrera.

1.4 Dimensión administrativa y docente

Por tratarse de una carrera que articula varias disciplinas, para su diseño la Escuela de Relaciones Internacionales trabajó en estrecha coordinación con representantes de otras unidades académicas como: la Escuela de Economía, el Instituto de Estudios del Trabajo (IESTRA) y el Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible (CINPE).

De igual forma, la dirección de la Escuela ha venido coordinando con otras unidades académicas como la Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje, la Escuela de Matemática e Informática para trabajar sobre los contenidos de los cursos del área de destrezas instrumentales, con el fin de lograr el enfoque que requieren los cursos para un mejor aprovechamiento por parte de los estudiantes.

La Escuela cuenta con una Biblioteca Especializada en Relaciones Internacionales la cual inició funciones en 1977, pero no es sino hasta 1979 en que es inaugurada y bautizada con el nombre de los Hermanos Molina, como un reconocimiento a su labor en los inicios de la política

internacional de Costa Rica. Dentro de los servicios que ésta pone a disposición de los usuarios se encuentran: la orientación a estudiantes en el uso de bases de datos, préstamo a sala y a domicilio de libros y documentación, búsqueda especializada de material, trámites de préstamo interbibliotecario, consultas telefónicas, confección de bibliografías especializadas, boletines de nuevos títulos de revistas y de libros, búsquedas en Internet de nuevas bases de datos, entre otros.

Además, cuenta con el Centro de Documentación de la Organización de Naciones Unidas el cual adquirió estatus de Centro Depositario Total para Costa Rica en 1979. Este centro inició sus actividades en 1977 y su importancia radica en que funciona como un depositario de Costa Rica, al recibir toda la documentación publicada por los principales órganos de las Naciones Unidas: Asamblea General, el Consejo de Seguridad, el Consejo Económico y Social, la Secretaría, la Corte Internacional de Justicia y el Consejo de Administración Fiduciaria, además de gran parte de sus organismos especializados como la UNESCO, OEA, OIT, OMPI, FAO, CEPAL, UNCTAD, FMI, OMC, PNUMA, etc. Esto lo convierte en el único centro del país, que por el tipo de información, la diversidad, la calidad, la actualización y la disposición de los temas que publica, favorece todas las áreas de conocimiento de las Ciencias Sociales.

Adicionalmente, operan el Centro de Estudios Asiáticos y el Centro de Estudios Europeos como actividades académicas de carácter permanente que promueven el intercambio de experiencias mediante el desarrollo de charlas, conferencias, diálogos, entre otras actividades.

En la actualidad, la Escuela cuenta con 14 docentes propietarios y 32 interinos, de los cuales una parte importante formarán parte del cuerpo docente de la nueva carrera. No obstante, también se han incorporado algunos especialistas en ciertas áreas, como se muestra en las Tabla 3 siguiente:

Tabla 3²

Lista de académicos

Profesores Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales

² Cabe aclarar que en esta Tabla no han sido incluidos los docentes que impartirán los cursos de servicio o cursos impartidos por unidades académicas diferentes a la Escuela de Relaciones Internacionales, los cuales ascienden a nueve en total.

Marzo, 2008

ACADEMICOS	GRADO ACADÉMICO	ESPECIALIDAD	ÁREA DE DESEMPEÑO	AÑOS DE SERVICIO	CURSO A IMPARTIR
Bermúdez Mora, Juan Carlos	Doctor	Ciencias Económicas y Empresariales	Ciencias económicas e innovación	3	Comercio Electrónico (Optativo)
Cascante Segura, Carlos	Máster	Derecho y diplomacia	Diplomacia y relaciones internacionales	2 años	Introducción al Derecho / Derecho Internacional
Fernández Hidalgo, Claudio	Licenciado	Contaduría Pública	Contabilidad	2 años	Medios de Pago Internacionales
González Hernández, Kattia	Licenciada	Relaciones Internacionales con énfasis en Relaciones Económicas	Relaciones internacionales	6 años	Fundamentos del Comercio y Negocios Internacionales
Hernández Pereira, Rose Mary	Máster	Administración de Empresas	Negocios internacionales	3 años	Taller sobre tecnologías de la información
Hernández Ulate, Aurora	Máster	Geografía	Docencia e investigación	6 meses	Geografía Política / Geografía Económica
López Ramírez, Alexander	Licenciado	Ciencias Políticas con especialización en Ambiente y Desarrollo Económico	Ambiente y desarrollo económico	9	Comercio y Ambiente
Murillo Zamora, Carlos	Máster	Relaciones Internacionales con mención en Negocios Internacionales	Negocios internacionales	7 años	Negocios Corporativos / Metodología de la investigación para la toma de decisiones
Moya Ramírez, Adrián	Licenciado	Relaciones Internacionales y Diplomacia con énfasis en Política Internacional	Negocios internacionales	20	Finanzas Internacionales/ Mercadeo Internacional

ACADEMICOS	GRADO ACADÉMICO	ESPECIALIDAD	ÁREA DE DESEMPEÑO	AÑOS DE SERVICIO	CURSO A IMPARTIR
Sandí Meza Vinicio	Máster	Relaciones Internacionales con mención en Negocios Internacionales	Negocios internacionales	5 años	Política Comercial
Valverde Cháves Jeanette	Máster	Relaciones Internacionales con mención en Negocios Internacionales	Docencia e investigación	12	Teoría del Comercio Internacional/Práctica Profesional Supervisada

Arce, Ronald	Máster	Economía	Investigación de mercados	--	Taller de Investigación de Mercados
Chavarría, Marcela	Máster	Mediación y arbitraje internacional	Solución de controversias	--	Solución de controversias comerciales
Garita López, Ronald	Máster	Derecho en Estudios Internacionales	Derecho aduanero y tributario	--	Derecho Aduanero/Derecho del Comercio Internacional
Libby Hernández, Margarita	Licenciada	Administración y gerencia de empresas	Logística y aduanas	--	Logística y Distribución
Monge, Fabián	Licenciado	Aduanas con énfasis en comercio internacional	Comercio internacional y aduanas	--	Clasificación arancelaria de mercancías
Ocampo Sánchez, Fernando	Máster	Derecho con especialidad en Política Pública Internacional	Comercio internacional	--	Herramientas del Comercio internacional/ Responsabilidad Social Empresarial
Zúñiga Hernández, Juan Luis	Máster	Administración aduanera	Comercio internacional y aduanas	--	Taller de Técnicas de negociación internacional

2. Fundamentación

2.1 El objeto de estudio

El comercio y los negocios internacionales es una rama interdisciplinaria cuyo objeto de estudio son las normas y las nuevas corrientes que rigen el intercambio de bienes, servicios y los flujos de inversión entre los países; así como la interacción de los diversos factores que influyen en las decisiones de internacionalización de las empresas u organizaciones, sean éstas de carácter público o privado. Por esta razón, esta rama del conocimiento no puede mirarse desde una sola óptica, sino que requiere de un enfoque que conjugue diversas disciplinas.

La gran mayoría de los textos y estudios especializados en esta materia, definen los negocios internacionales como el conjunto de factores que influyen en la decisión de internacionalización de una empresa o en la incursión de nuevos productos o servicios en determinado mercado. Este conjunto de factores propios de las firmas y provenientes de su entorno no son solo múltiples sino cada vez más complejos y sofisticados.

Para lograr esta incursión en los mercados externos, las empresas deben valorar una gran cantidad de variables, tanto desde una perspectiva macroeconómica como a nivel macro. Algunas de los elementos que deben ser estudiados son: los costos y la disponibilidad de recursos, la demanda potencial, el comportamiento del consumidor, la competencia, la oferta, la logística y distribución, los medios de pago internacionales, la estrategia de penetración y la capacidad tecnológica. Aunado a este conjunto de factores se encuentran los aspectos relacionados con el entorno que también influyen en el proceso de internacionalización. Tal es el caso del clima de negocios, el marco legal, las condiciones económicas y las interrelaciones políticas. Aspecto que en conjunto determinarán el riesgo de penetrar un mercado.

Por estas razones, la finalidad social del conocimiento en Comercio y Negocios Internacionales es la promoción de una base conceptual que permita el análisis sistémico de la realidad del intercambio de bienes y servicios y, dentro de éste, el papel que juegan las empresas. Lo anterior combinado con un alto contenido práctico y de experiencias, a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación,

de forma que los profesionales graduados en esta áreas sean capaces de identificar, diseñar, aplicar y evaluar oportunidades comerciales, técnicas de negociación intercultural y estrategias de logística internacional con un alto compromiso con la ética empresarial y el desarrollo sostenible.

Para alcanzar este objetivo, la experiencia de los docentes en las áreas de estudio, no solo desde la perspectiva académica sino desde la perspectiva laboral y de campo, resultan fundamentales para impregnar de una fuerte dosis de realidad a la carrera.

2.2 Objetivos de la carrera

Los objetivos del Plan de Estudios se enfocan primordialmente en la calidad profesional y el desarrollo de competencias de los graduados.

Objetivos generales:

1. Formar profesionales en el ámbito del comercio y los negocios internacionales con capacidad de aportar soluciones constructivas al desarrollo nacional y la exitosa inserción del país en los mercados internacionales.
2. Desarrollar procesos de reflexión, análisis e investigación sobre los diversos tópicos que ocupan el comercio y los negocios internacionales, que contribuyan a la elaboración a la toma de decisiones por parte de las empresas vinculadas al mercado externo.
3. Estrechar los vínculos entre la academia, el sector privado y las instituciones u organismos nacionales e internacionales relacionados con los temas comerciales con el fin de discutir y analizar las experiencias adquiridas, de manera que se logre enriquecer el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Objetivos específicos:

Se persigue la formación de profesionales capaces de:

- a. Cumplir un papel preponderante en los procesos de innovación y vinculación de las empresas nacionales con los mercados internacionales, en el marco de los principios de la ética y la responsabilidad empresarial.
- b. Contar con una visión integral del entorno nacional e internacional que le permita prever los cambios del comercio mundial que se avecinan e incorporarlos dentro de la toma de decisiones de las empresas.
- c. Propiciar los cambios requeridos en los proyectos que lideren que les permitan adaptarse a las nuevas corrientes del mercado mundial, a través de la mejora continua y la creación de capacidades.
- d. Identificar y atender las necesidades que emergen de los procesos de cambio tecnológico y del entorno que les permitan diseñar las estrategias o políticas adecuadas para sobrevivir en mercados altamente competitivos.
- e. Generar una visión prospectiva, autocrítica y proactiva para la solución de problemas relacionados con el comercio y los negocios internacionales que puedan afectar el desarrollo nacional sostenible.
- f. Actuar como agentes catalizadores que propicien los cambios requeridos para que el país y las empresas donde se desempeñen logren aprovechar las oportunidades de mercado que se vislumbran.
- g. Promover la ética, los principios morales en el ejercicio de la profesión, la responsabilidad y el compromiso social.
- h. Aplicar herramientas metodológicas que favorezcan la innovación, el uso de nuevas tecnologías y la adaptación a un entorno cambiante.

2.3 Áreas disciplinarias

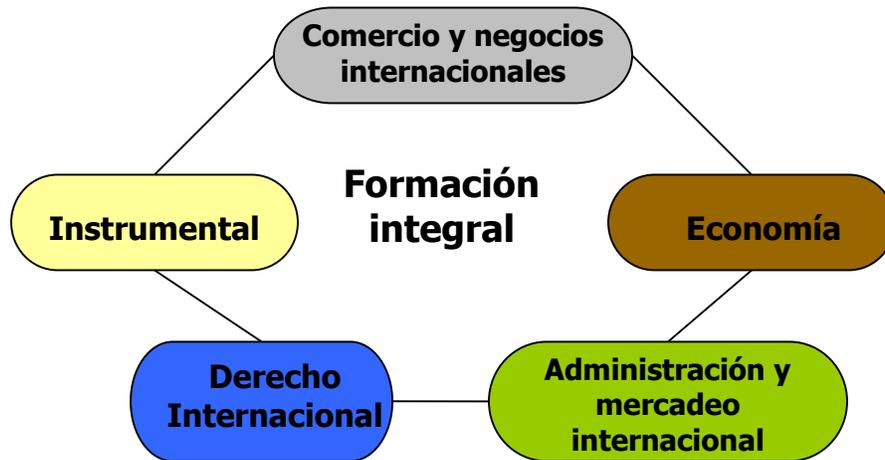
El comercio y los negocios internacionales se nutren del aporte de disciplinas tales como la economía, el derecho internacional --tanto público como privado--, la administración de empresas, el mercadeo internacional. Todo dentro del marco de las relaciones internacionales.

La economía que le permite conocer como asignar recursos escasos para satisfacer necesidades y conocer las ventajas de la especialización; el derecho internacional que contribuye al conocimiento de las leyes y normas que rigen las relaciones entre los Estados --cuando se analiza desde la perspectiva pública-- y aquellas normas que regulan las relaciones entre agentes privados en sus transacciones con el exterior; Tal es el caso del derecho comercial internacional. La administración y el mercadeo internacional, en lo referente a la planeación, organización y el mercadeo de los productos y la incursión en los mercados externos. Y, finalmente, el comercio y los negocios internacionales, área en la cual se conjugan las bases teóricas de las disciplinas anteriores, para comprender, analizar la incidencia del entorno político-económico sobre las decisiones de internacionalización de los países y las empresas.

Estas áreas de conocimiento alimentan la base conceptual y teórica de este Plan de Bachillerato y se articulan en la práctica académica de manera interdisciplinaria, elemento que favorece una visión y comprensión de los problemas internacionales desde una perspectiva de conjunto. Mediante la quinta área disciplinaria o área instrumental, se complementan las áreas temáticas, con la promoción de una serie destrezas o habilidades, plasmadas en diversas materias, que vienen a enriquecer la formación del profesional en Comercio y Negocios Internacionales. Tal es el caso del idioma, los fundamentos matemáticos y estadísticos, los talleres de tecnologías de la información y comunicación, las técnicas de investigación y la práctica supervisada, entre otras.

Diagrama No.1

Áreas disciplinarias



a. Economía

En el mundo, todos los problemas que se relacionan con la producción y distribución de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades humanas pueden clasificarse dentro del campo de estudio de la Economía. Efectivamente, aquellos factores que inciden sobre la determinación del precio de los bienes y servicios, el análisis de actividades que implican costos y que producen beneficios ya sean tangibles e, incluso, intangibles pertenecen a esta amplia rama de las ciencias sociales. Tal y como lo definió el profesor *Lionnel Robbins* el campo de estudio de la Economía es gigantesco, pues se trata de una ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines ilimitados y medios limitados con una diversidad de aplicaciones.

Los fines ilimitados que van desde la satisfacción de las más elementales necesidades biológicas hasta el disfrute más elevado de goces culturales o espirituales, deben satisfacerse a través de los medios. Los gobiernos, los empresarios, el consumidor y todos los seres humanos, diariamente deben elegir cuál es el uso óptimo de estos medios para satisfacer sus necesidades. La economía, por tanto, estudia los métodos para valorar las diferentes alternativas y los efectos que esas decisiones tienen sobre el entorno.

El comercio indiscutiblemente es una decisión económica. La búsqueda de la especialización, derivada de las ventajas comparativas, ha hecho que los países tiendan a producir cada vez más aquello que son capaces de producir comparativamente mejor, es decir, donde la ventaja es mayor o la desventaja menor. Los recursos generados de la venta de estos bienes o servicios especializados en el mercado externo son los que permiten la adquisición en otros países de aquello que localmente no se produce. En esta búsqueda hacia la especialización y como resultado del proceso de globalización, los mercados metas de las empresas han dejado de limitarse a las fronteras nacionales o regionales. La conjugación de los factores productivos como trabajo, capital, recursos naturales y tecnología, son determinantes para crear esas ventajas comparativas o el grado competitividad de las empresas en los mercados internacionales.

El objeto de interés de esta área del conocimiento, dentro del nuevo Plan de Estudios es, no solamente comprender esa realidad económica circundante desde la perspectiva macro, sino incorporar en este análisis el comportamiento de agentes individuales como el productor y el consumidor, desde el punto de vista micro. Pero además, comprender cuáles son los factores determinantes para que exista comercio y cómo éstos inciden sobre las empresas y sus procesos de incursión en el mercado globalizado.

Desde la perspectiva social, el objetivo de esta área disciplinaria es promover en el estudiante la permanente búsqueda de ventajas comparativas pero con un estricto apego a los principios éticos, la moral y la responsabilidad con el medio ambiente. Solo de esta manera el comercio puede ser justo, sostenible y generador de desarrollo humano.

Para lograr este enfoque interdisciplinario, la Escuela de Relaciones Internacionales ha coordinado esfuerzos con la Escuela de Economía, para que en esta área especializada tres de los cursos sean impartidos por esta última.

El Plan de Estudios incluye cuatro cursos dentro de esta área disciplinaria para un total de 15 créditos, los cuales se muestran a continuación:

Tabla 4

Cursos del Área de Economía

I Ciclo	II Ciclo	III Ciclo	IV Ciclo	V Ciclo	VI Ciclo	VII Ciclo	VIII Ciclo
	Economía General (3)	Microeconomía para comercio y negocios(4)	Macroeconomía para comercio y negocios (4)	Teoría del Comercio Internacional (4)			

b. Derecho internacional

Conocer y entender los deberes y derechos que rigen las relaciones entre Estados y entre individuos, en el plano internacional, así como las normas que regulan el comercio internacional, es otra de las áreas disciplinarias que conforman la base conceptual de la carrera de Comercio y Negocios Internacionales.

La diversidad legislativa y la existencia, entre ciudadanos de distintos Estados, de múltiples relaciones (sociales, económicas, políticas, culturales, entre otras) hacen que, con mayor frecuencia, se originen conflictos entre los particulares y al mismo tiempo entre las normas de uno y otro Estado donde esos particulares se amparan, sean éstos persona físicas o jurídicas. Este conjunto de normas o criterios, o bien, la colisión entre los diferentes ordenamientos jurídicos, que conforman el derecho internacional, inciden en las decisiones de los Estados y en las operaciones diarias de las empresas vinculadas a los mercados internacionales.

Quienes se dediquen al comercio más allá de sus fronteras deben, sin duda, contar con los conocimientos básicos sobre este juego de relaciones jurídicas. Esta normativa forma parte integral de las estrategias de penetración de los mercados y de las decisiones de inversión de las empresas.

Ante este panorama, es fundamental que un profesional en comercio y negocios internacionales conozca, tanto su capacidad para poder reclamar la protección de los derechos humanos fundamentales ante instancias internacionales específicas, como también los recursos existentes a los que se puede recurrir para resolver los conflictos derivados del intercambio de bienes y servicios, surgidos a raíz de la disparidades legislativas entre los Estados o la inobservancia de las

leyes. Pero al mismo tiempo, debe tener claridad sobre aquellas normas, procedimientos y mecanismos que regulan la actividad aduanera. Rama del derecho que incluye las obligaciones y derechos de cada agente público o privado que interviene en las operaciones comerciales; el pago de impuestos al comercio de mercancías, las obligaciones no arancelarias y los regímenes aduaneros a los que pueden acogerse las empresas vinculadas al mercado externo.

En virtud de lo anterior, este nuevo Plan de Estudios incorpora cinco cursos en esta área del conocimiento para un total de 15 créditos:

Tabla 5
Cursos del Área de Derecho Internacional

I Ciclo	II Ciclo	III Ciclo	IV Ciclo	V Ciclo	VI Ciclo	VII Ciclo	VIII Ciclo
		Introducción al derecho (3)	Derecho internacional (3)	Derecho del comercio internacional (3)	Derecho aduanero (3)	Solución de controversias comerciales (3)	

c. Administración y mercadeo internacional

La expansión de la tecnología, las políticas de liberalización de los gobiernos en materia de flujos transfronterizos de bienes, servicios y recursos para producirlos, el desarrollo de las instituciones para apoyar y facilitar estas transacciones internacionales, la tendencia hacia un consumidor cada vez más exigente y el rápido crecimiento de la competencia global, han impuesto otra dinámica a la tradicional forma de hacer negocios.

Hoy, cada vez más empresas participan en los mercados internacionales para expandir sus ventas, diversificarse, adquirir recursos, o simplemente, disminuir sus riesgos. De manera que los profesionales que laboran para, o dirigen, estas empresas deben no solamente tener conocimiento sobre las operaciones internacionales, sino sobre las ciencias sociales fundamentales como la política, la economía, el derecho y hasta la sociología. Lo anterior por cuanto cada una de estas áreas influencia o tienen algún efecto sobre sus negocios.

De manera que, a través de la conjugación de los fundamentos teóricos de áreas como contabilidad, análisis financiero, costos, mercadeo, negocios corporativos y responsabilidad social empresarial, con cursos de naturaleza totalmente práctica --materializados a través de talleres-- se promoverá una visión de negocios en el estudiantado. Esta visión de negocios le permitirá desarrollar destrezas para identificar nichos de mercado, diseñar la estrategia de entrada de un producto a determinado mercado y realizar planes de exportación, en otros aspectos. Para lograrlo, esta área disciplinaria se compone de seis cursos que suman en total 16 créditos:

Tabla 6
Cursos del Área de Administración y Mercadeo Internacional

I Ciclo	II Ciclo	III Ciclo	IV Ciclo	V Ciclo	VI Ciclo	VII Ciclo	VIII Ciclo
		Contabilidad general (3)	Mercadeo Internacional (3)		Finanzas Internacionales (4)	Negocios corporativos (3)	Responsabilidad social empresarial (3)

d. Comercio y negocios internacionales

El escenario internacional no solo ha cambiado sustancialmente en las últimas décadas sino que todo parece indicar que esos cambios continuarán sucediendo. El resurgimiento de nuevas potencias económicas, la creciente interdependencia entre las naciones, la internacionalización de los procesos tecnológicos, el fortalecimiento de la integración regional y entre bloques económicos, la apertura de las economías y la creación de zonas de libre comercio, el desarrollo de nuevos patrones de competitividad entre las naciones, la revolución en los medios de transportes y los grandes procesos migratorios y la creciente preocupación por el comercio justo y en armonía con el ambiente, entre muchos otros aspectos; hacen del contexto internacional la base para esta nueva carrera. Esta área disciplinaria guiará al estudiante para que no solamente esté consciente de lo que pasa dentro del país por efecto del entorno externo, sino que sea capaz de entender los diversos fenómenos socioeconómicos e incorporarlos en sus operaciones de negocios.

La globalización es una realidad. Las empresas, especialmente las pequeñas empresas, deben afrontar este reto creciente para poder

sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo. Estos retos van desde limitaciones superables en el ámbito de la oferta (producción, embalaje, requisitos normativos, financiamiento) hasta la adquisición de información comercial e inteligencia de mercado, aspectos vitales para aprovechar las oportunidades de penetración de mercado y superar las amenazas que el cambiante entorno implica.

Los cursos que conforman esta área disciplinaria se conjugan entre la teoría y la práctica, a través de talleres como el de Investigación de Mercados, Técnicas de Negociación Internacional o Herramientas del Comercio Internacional, para permitir al estudiante utilizar la base conceptual de las otras tres áreas disciplinarias e incorporarlas dentro de sus análisis del entorno internacional. De manera que los cursos que conforman esta área de Comercio y Negocios Internacionales constituyen verdaderas áreas de convergencia de los conocimientos adquiridos en las otras áreas disciplinarias.

Esta área disciplinaria incluye once cursos para un total de 35 créditos, como se indica a continuación:

Tabla 7
Cursos del Área de Comercio y Negocios Internacionales

I Ciclo	II Ciclo	III Ciclo	IV Ciclo	V Ciclo	VI Ciclo	VII Ciclo	VIII Ciclo
Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales (3)			Clasificación arancelaria de mercancías (3)	Taller de investigación de mercados (4)	Herramientas del comercio internacional (3)	Comercio y ambiente (3)	
				Logística y distribución (3)		Medios de pago internacionales (3)	Taller de técnicas de negociación internacional (4)
					Política comercial (3)	Geografía política (3)	Geografía económica (3)

e. Área instrumental

El área instrumental promueve la capacidad analítica, las habilidades y destrezas requeridas para la generación de conocimientos relacionados con el Comercio y los Negocios Internacionales, por medio de los cursos

de Matemática General y Matemática para Economía y Negocios, Estadística Aplicada, Metodología de Investigación para la toma de decisiones, Inglés Integrado y la Práctica Profesional Supervisada.

Como complemento a este conjunto de instrumentos se encuentran los cursos optativos. Dentro de los cuales se han incorporado algunas materias tendientes a profundizar las destrezas de los estudiantes como es el caso del Taller de Comunicación Efectiva Oral y Escrita y el Inglés Técnico para Negocios Internacionales.

A través de esta área del conocimiento se pretende integrar las dimensiones multidisciplinarias, interdisciplinarias y transdisciplinarias del estudio del Comercio y los Negocios Internacionales. Específicamente se pretende fortalecer la visión integral del quehacer científico, desarrollar habilidades metodológicas y técnicas que le permitan enfrentar entornos globales, promover valores y actitudes que faciliten un desarrollo ético de la profesión y favorezcan una mejor convivencia social. Por lo tanto esta área instrumental está conformada por los siguientes siete cursos que suman un total de 32 créditos:

Tabla 8
Cursos del Área Instrumental

I Ciclo lectivo	II Ciclo lectivo	III Ciclo lectivo	IV Ciclo lectivo	V Ciclo lectivo	VI Ciclo lectivo	VII Ciclo lectivo	VIII Ciclo lectivo
Matemática General (4)	Matemática para economía y negocios (4)	Taller sobre tecnologías de la información (4)	Estadística Aplicada a los negocios (4)				
Inglés integrado I (4)	Inglés integrado II (4)	Metodología de la investigación para la toma de decisiones (4)					Práctica Profesional Supervisada (4)

3. Ejes curriculares

Los ejes curriculares de la carrera en Comercio y Negocios Internacionales son el producto de un análisis minucioso del enfoque que persigue este nuevo plan de estudios y de las demandas derivadas de la sociedad actual, tanto desde la perspectiva nacional como

internacional. Una de las características fundamentales de estos ejes radica en que las actividades formativas están íntimamente ligadas a los aspectos metodológicos que orientan el plan de estudios.

Como parte de la formación integral del estudiante, la investigación, el conocimiento científico-pedagógico y el humanístico constituyen los tres ejes curriculares de esta carrera, los cuales además de estar presentes a lo largo de toda la etapa formativa, constituyen el vínculo con la realidad social e influyen la práctica profesional de los graduados. De igual forma, existe un conjunto de temas recurrentes, que se reflejan tanto en el Plan de Estudios como en el contenido temático de los cursos y la línea que los integra, que influyen en la práctica educativa de los estudiantes. Tal es el caso de lo de los ejes transversales como el ambiental, el de desarrollo humano sostenible, el eje tecnológico y el de equidad de género.

– Eje de Investigación

Este eje responde a una de las líneas de desarrollo históricas dentro de los programas de estudios que ha venido desarrollando la Escuela de Relaciones Internacionales. Con este Plan de Estudios se busca desarrollar en el estudiantado una conciencia crítica y efectivamente constructiva, que lo capacite y le permita dedicarse o realizar investigación sistemática de los continuos cambios en los mercados internacionales que puedan afectar el quehacer de las empresas, con el objeto de identificar y proponer medidas o estrategias para enfrentarlos. Mediante la investigación se aspira poner el avance de la disciplina al servicio de la capacidad nacional de promover el desarrollo.

Cabe indicar que si bien este eje se materializa a través del curso Metodología de Investigación para la Toma de Decisiones, también se encuentra presente en la gran mayoría de los cursos de contenido teórico y, evidentemente, en aquellos cuya base es práctica --como son los talleres--. Lo anterior, debido a que en buena parte de los cursos que conforman este plan de estudios se incluye el análisis de casos y asignaciones con un alto componente investigativo.

Al igual que en las otras ofertas académicas de la Escuela de Relaciones Internacionales, la investigación es asumida como un proceso continuo

de construcción que ofrece al profesional el perfeccionamiento y actualización, tanto de sus conocimientos como de sus destrezas adquiridas más allá del aula universitaria.

– Eje práctico-pedagógico

Implica el proceso de inserción progresiva del estudiante en la realidad que lo circunda, contextualizada dentro de una dinámica de relaciones económicas, políticas, sociales y culturales. Lo anterior permite el encuentro y la comprensión del estudiante con la realidad, a partir de la cual se construye su propia perspectiva del mundo, pero al mismo tiempo sujeta a confrontación, así como a un continuo mejoramiento y reconstrucción. En otras palabras, se busca que el estudiante aplique los conocimientos teóricos para entender la realidad, pero al mismo tiempo sean sus experiencias prácticas las que le permitan adentrarse en la investigación, el análisis y la generación de proyectos vinculados al mercado internacional.

A través del análisis a fondo de situaciones derivadas de la vida real de las empresas o los Estados, así como de la búsqueda de soluciones alternativas, ya sea mediante el trabajo en grupo o individual, el enfoque práctico- pedagógico de esta carrera le permite al estudiante tener un contacto más cercano con la realidad.

Dentro de este eje el apoyo de las herramientas tecnológicas, como conferencias y foros de discusión virtuales, el uso de bases de datos en Internet y demás insumos disponibles en línea, juegan un papel fundamental en el proceso pedagógico.

– Eje del talento humano

La conjugación de conocimientos, habilidades, capacidades, motivaciones y actitudes puestas en práctica por una persona o grupos de personas comprometidas que logran resultados positivos constituyen el talento humano. Mediante este eje se persigue la formación de sujetos autónomos, creativos, emprendedores e innovadores, capaces de desarrollar su propio proyecto laboral, en total armonía con su entorno

social y natural, que a su vez puedan desarrollar las potencialidades de cada uno de los trabajadores de la empresa, promover la motivación, la eficiencia y eficacia laboral.

Con esta visión, el profesional logrará un desarrollo holístico de sus múltiples potencialidades, al tiempo que propiciará la innovación y las facilidades para adaptarse a los cambios de su entorno, con rapidez.

4. Ejes transversales

Desde el III Congreso Universitario de la UNA (2003), en esta institución se le ha dado prioridad al desarrollo de actividades, proyectos y programas que contribuyan a la creación del conocimiento, así como al estudio de la realidad nacional y/o regional, a través del aporte de soluciones a los problemas y necesidades que plantea la sociedad, de manera que se procure desarrollar al máximo sus potencialidades. En ese sentido, los ejes transversales institucionales como: desarrollo humano sostenible, diversidad cultural, educación ambiental y equidad de género, se insertan en la estructura curricular mediante dos formas articuladas y complementarias. Por una parte a través del diseño de cursos específicos como: Comercio y Ambiente, Introducción al Derecho, Derecho Internacional, Responsabilidad Social Empresarial y, algunos optativos como, Cultura de Negocios y las PyMEs y el Comercio Internacional. Por otra, están presentes de forma transversal en el contenido de los cursos de toda la carrera y en las actividades que permanentemente desarrolla la Escuela de Relaciones Internacionales.

– Eje de Desarrollo Humano Sostenible

Este eje, que une a todos los demás ejes transversales de la UNA, solo se logra transmitir por medio de la justicia social, la paz, la libertad, la participación ciudadana, una sana economía, el desarrollo científico y técnico, de la responsabilidad individual y colectiva, la solidaridad social y el equilibrio ambiental.

La decisión racional y ética que asume la Escuela de Relaciones Internacionales contempla el firme compromiso de contribuir en el plano nacional a erradicar la pobreza, promover la dignidad humana y combatir las desigualdades, alcanzar la paz, contribuir al fortalecimiento de la democracia y la sostenibilidad ambiental. Esta Escuela asume el

reto como parte de la exigencia histórica que se impuso la Universidad Nacional de consagrar sus mejores esfuerzos a un nuevo humanismo, donde el centro del desarrollo y el crecimiento tenga como objeto el ser humano y convertirlo en un sujeto de cambio.

– Eje Ambiental

La definición y análisis de la cultura ambiental debe partir de las creencias, los conocimientos y los valores, que son los elementos que determinan las actitudes y comportamientos colectivos o individuales frente al ambiente. Promover en los estudiantes una visión integral de la cultura ambiental que permita preservar el ambiente es el objetivo fundamental de este eje transversal.

El crecimiento sostenido exige que los países vean el desarrollo desde una perspectiva más amplia. Los ecosistemas y recursos naturales resultan fundamentales para un sinnúmero de actividades productivas. Por tanto, las decisiones que tomen las empresas pueden influir positiva o negativamente sobre el ambiente. Cada vez más la normativa internacional viene incorporando el componente ambiental, en áreas que han sido tradicionalmente de interés económico. La responsabilidad social empresarial para el uso de tecnologías limpias, uso racional de los recursos naturales y, en especial, del agua, así como la reducción de los impactos sobre el entorno, son solo algunas de las tareas que ocupan la ética empresarial. Crear esta conciencia de los vínculos existentes entre el comercio y los negocios internacionales con el desarrollo sostenible, en general, y con el ambiente, en particular, es una decisión que ha asumido la Escuela de Relaciones Internacionales en todos sus planes de estudio y éste no es la excepción.

– Eje de diversidad cultural

La diversidad cultural implica reconocer, respetar y aceptar las diferencias entre culturas, independientemente de su etnia, religión, clase social, género, ideología política o habilidades cognitivas. Pero al mismo tiempo, implica propiciar la participación y aporte de personas de otras culturas en todas aquellas actividades que las puedan afectar directa o indirectamente.

Esta tolerancia y aceptación se encuentra implícito dentro de la misma carrera de Comercio y Negocios Internacionales, en la medida en que cada operación comercial o decisión empresarial tiene un efecto sobre el consumidor, quien forma parte --en la mayor parte de los casos-- de sociedades diferentes a la costarricense. El ámbito de acción de esta carrera trasciende las fronteras y, por ende, involucra a cultural más allá de la propia.

– Eje de equidad de género

Entendido como el conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas asignadas a las personas en forma diferenciada de acuerdo al sexo. Estas diferencias o desigualdades se manifiestan en los roles que uno desempeña en la sociedad, las responsabilidades que se le asignan, las necesidades, las prioridades, el acceso, manejo, uso y control de los recursos.

De acuerdo con los principios institucionales de la UNA, este Plan de Estudios reconoce e incorpora de forma transversal las diferencias y la diversidad de las personas, al ofrecer oportunidades accesibles y viables para todas las personas, sin discriminaciones de ninguna índole.

5. Estrategia metodológica y de evaluación

5.1 Metodología y Pedagogía

Por su constitución, el Comercio y los Negocios Internacionales se rigen por una serie de principios teóricos, desde una perspectiva interdisciplinaria, como son las teorías económicas, la doctrina jurídica, la administración de negocios y las relaciones que explican el entorno internacional. No obstante, esta base del conocimiento, resulta insuficiente si no es complementada con un alto componente de

desarrollo práctico cuyo propósito sea desarrollar la capacidad de análisis y habilidad para entender, enfrentar y resolver los problemas que puedan presentarse en las operaciones con el exterior de una empresa, en la incursión de productos en determinado mercado o en el análisis investigativo. Razón por la cual, el contenido de los cursos y del Plan en Estudios ofrece una metodología que trasciende la docencia magistral e involucra al estudiante de una manera más profunda en el proceso de transmisión del conocimiento.

La utilización de técnicas tales como: estudios de casos, la realización de visitas *in situ*, la realización de talleres ubicados después de cursos de alto contenido teórico, así como talleres integradores, todo sobre una base de alto contenido tecnológico, buscan una simbiosis metodológica entre la teoría y la práctica

El proceso de enseñanza-aprendizaje se orienta hacia la aplicación de nuevos instrumentos, a la solución de problemas reales, haciendo uso de la tecnología de la información y la comunicación en la mayor parte de sus fases. De manera que se promueva el aprendizaje mediante situaciones planteadas o estudio de casos reales que han debido enfrentar países y empresas vinculadas a los mercados internacionales en el ejercicio diario de sus operaciones.

La inclusión de los análisis de casos dentro del contenido temático de varios de los cursos que conforman la carrera permite una mayor efectividad en la transmisión de herramientas y conceptos fundamentales para el comercio y los negocios internacionales, a la vez que desarrolla habilidades analíticas, capacidad de comunicación, creatividad y confianza en sí mismos en los estudiantes

Mientras el docente actúa como guía y facilitador del aprendizaje, el estudiante juega un rol preponderante en el proceso enseñanza-aprendizaje. Por una parte, desde su bagaje de conocimiento, incorpora conceptos e instrumentos en el proceso de análisis y, por la otra, integra nuevos insumos a sus experiencias previas.

Este enfoque permite que el estudiante adquiera las competencias que requiere para su desarrollo profesional, entre ellas: la capacidad de reacción, las habilidades analíticas, la capacidad de comunicación, la creatividad y el espíritu innovador, el trabajo en equipo, la capacidad de

resolver situaciones, las responsabilidad social y la confianza en sí mismos.

Este conjunto de instrumentos, además, logran una mayor flexibilidad curricular y una mejor articulación temática, debido a que como puede observarse en la Malla Curricular y en la Descripción Temática de cada curso, aún aquellos que cuentan con un alto contenido teórico incluyen el análisis de casos prácticos y experiencias. Asimismo, los fundamentos teóricos que se ubican en los primeros cuatro o cinco ciclos del plan de estudios, son sujetos de aplicación práctica, mediante cursos integradores, en las materias impartidas durante los últimos ciclos de la carrera.

El apoyo de las tecnologías de la información y comunicación en las diferentes áreas temáticas del Plan de Estudios constituyen una herramienta primordial para la transmisión del conocimiento y para la consecución de este enfoque metodológico teórico-práctico.

5.2 Estrategia de Evaluación

La Escuela de Relaciones Internacionales está convencida que la participación activa del estudiante en el proceso de aprendizaje es fundamental para establecer los parámetros de evaluación. De manera que éste no debe limitarse a las formas tradicionales, sino que deben crearse formas y mecanismos que posibiliten la participación activa y creadora del estudiantado en su tarea principal: el estudio.

Lo anterior ha obligado a la aplicación de nuevos principios, organizados precisamente alrededor de la actividad académica colectiva emprendida por el estudiante. Se ha venido trabajando no solo en racionalizar la actividad de estudiar, sino que también esto ha dado pie para que la unidad académica adecue la docencia a nuevas pautas académicas y pedagógicas, dando un salto cualitativo, que va de una docencia tradicional y magistral a una inserción creativa en la producción del conocimiento.

A través del proceso de evaluación, en el programa de Comercio y Negocios Internacionales, se reforzarán cuatro elementos claves, a saber: una concepción clara del objetivo social a ser alcanzado; un cambio en la docencia acorde con la realidad del entorno; permitir que

sea el estudiante quien identifique su grado de progreso y fortalecer la confianza en sí mismos.

Desde el punto de vista del estudiante, el proceso evaluativo se basará en la medición del progreso en tres aspectos: a) *aprendizaje significativo*, el cual se refiere a la adquisición de conocimientos que exigen un alto grado de interpretación tanto desde la perspectiva misma de la disciplina, como desde la concepción social que tienen los individuos de ella. Es un aprendizaje que sirve para la vida y para desenvolverse de una forma apropiada en el mercado laboral; b) *posibilidad de usar los conocimientos*, en este aspecto si el aprendizaje es significativo hay más posibilidades favorables de emplear, en forma práctica, los conocimientos adquiridos y c) *capacidad de proponer e innovar*, que se refiere a las posibilidades que tienen los individuos dedicados a una disciplina de buscar nuevas relaciones y anticiparse a los acontecimientos de la realidad. Estas capacidades de anticipación y proposición harán del profesional una persona proactiva, capaz de construir escenarios posibles hacia el futuro.

En esta misma dirección, la evaluación busca identificar y potenciar las habilidades cognitivas, entre las cuales destacan: aquellas relacionadas con la expresión oral y escrita de las ideas; el ordenamiento y clasificación de los conocimientos, sus destrezas a la hora de construir hipótesis e investigar temas vinculados a su disciplina y por su puesto la habilidad para diseñar estrategias y soluciones que les permitan enfrentar el futuro.

Por esta razón, la evaluación de cada uno de estos elementos varía de acuerdo con el tipo o modalidad del curso. De manera que los estudiantes serán evaluados en cada curso de manera diferente. Por ejemplo, en aquellos cuyo contenido es más teórico la evaluación se hará a través de exámenes o análisis y planteamiento de soluciones a determinadas situaciones o casos. En tanto, en otros cursos --como los talleres-- la evaluación se hará a través de la elaboración de investigaciones o trabajos por parte del estudiante, bajo la supervisión del docente. Y en el caso de la Práctica Profesional Supervisada, la evaluación radicará en la rapidez con que el profesional logre incorporarse al mercado laboral.

5.3 Normativa para el cuerpo docente

Las normas esenciales para la docencia adoptadas por la Escuela de Relaciones Internacionales son: excelencia académica, rigor científico, honestidad intelectual, compromiso con el desarrollo integral de la sociedad, promoción del desarrollo humano, binomio profesor-estudiante, libertad de cátedra y respeto al ser humano y sus ideas.

Sobre la base de estos principios, se han adoptado reformas al contenido de los cursos y al proceso evaluativo, con miras a lograr una mejor calidad educativa y mejorar la administración y la docencia. Conjuntamente con la Vicerrectoría Académica de la Universidad se han iniciado procesos de evaluación académica de todos los cursos y personal docente de la unidad y en el desempeño docente. Oportuno resulta aclarar que dichos procesos de evaluación se han hecho por áreas temáticas e ítems, según periodo lectivo. El docente es evaluado por el estudiante al finalizar cada curso.

Entre las áreas temáticas de la evaluación del desempeño docente se destacan: ética profesional del profesorado, puntualidad, objetivos y desarrollo del curso, mediación pedagógica del profesorado, ambiente de aula y relaciones interpersonales y evolución de los aprendizajes del curso por parte del profesorado. El mejoramiento y continuidad de esta práctica es fundamental para esta nueva carrera.

5.4 Principios de Evaluación de la Carrera

La carrera se guía por las "Normas Generales de Evaluación del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje de la UNA". El estudiante será evaluado en forma continua desde el inicio de sus estudios. Se considerarán aspectos a evaluar todos aquellos que puedan ser usados para conocer su madurez académica y el grado de logro alcanzado.

Asimismo, otros principios de la evaluación de la carrera responden a aspectos sustanciales de la formación universitaria, tales como: actitudes positivas hacia los objetivos de la universidad; el interés por el estudio y trabajo académico; actitud crítica hacia la realidad nacional y mundial; actitudes favorables hacia los objetivos de la educación superior.

Más allá del aprendizaje formal que se desprende de los cursos y conocimientos que ofrece la carrera, el proceso evaluativo del plan de estudios sobre comercio y negocios internacionales distingue y sopesa la capacidad que tiene el estudiantado para interpretar, enfrentar y transformar la realidad de su entorno; la capacidad de poner en práctica lo aprendido y, sobretodo, la capacidad de construir una sociedad mejor.

El Plan de Estudios será evaluado de manera integral, por parte de las autoridades de la Unidad Académica y los actores sociales involucrados en el proceso, al concluir la primera promoción. No obstante, la primer área de evaluación será la curricular y económica-administrativa, para posteriormente --transcurridos aproximadamente dos años de la primera promoción-- evaluar los aspectos relacionados con la absorción de los graduados por parte del mercado laboral. De esta evaluación surgirán los lineamientos a seguir en las futuras promociones de modo que la oferta académica esté acorde con las necesidades reales del mercado laboral y la sociedad en su conjunto.

6. Metas de Formación de la carrera

Este programa pretende abrir con una promoción mínima de 35 estudiantes y un máximo de 75. Se considera del grupo mínimo de discentes un margen de deserción del 10 por ciento a lo largo del desarrollo del plan de estudio.

7. Perfil Ocupacional

Cada bachiller en Comercio y Negocios Internacionales podrá desempeñarse en el ámbito público o en el privado, así como en organismos internacionales, en los siguientes cargos o gestiones:

Ámbito público

- Negociador comercial internacional
- Promotor de comercio exterior
- Analista de la oferta exportable de Costa Rica y de estudios sobre inteligencia de mercados.
- Especialista en materia comercial en diversas instituciones del Estado relacionadas con la administración de los acuerdos comerciales internacionales vigentes y por suscribir por el país.
- Promotor de atracción de inversiones
- Investigador en temas relacionados con el comercio

Ámbito privado

- Encargado de las operaciones internacionales de una empresa nacional o internacional.
- Asesor de empresas en el diseño, planeamiento y ejecución de estrategias de incursión o posicionamiento en los mercados internacionales.
- Investigador de mercados, en general, así como de sectores o productos, en particular.
- Asesor de cámaras, asociaciones o gremios en el tema comercial y de negocios internacionales.
- Asesorar y laborar en el departamento mercadeo internacional de una empresa

Organismos internacionales

- Investigador en materia de acceso a mercados
- Analista de segmentos de mercado, sectores o productos
- Especialista en análisis de clima de negocios
- Analista del entorno político-económico de determinados mercados
- Investigador sobre procesos de internacionalización de las empresas

- Asesor en temas relacionados con el comercio, los negocios y el mercado internacional

8. Perfil Profesional del Graduado

Los profesionales graduados del Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales, son profesionales que poseen conocimientos disciplinarios específicos, humanísticos y tecnológicos, así como aptitudes que les posibilita su desarrollo laboral.

Para lograr lo anterior, debe *saber*:

- El idioma inglés y tener las bases de un tercer idioma por lo menos.
- El uso de las herramientas matemáticas, estadísticas, económicas y legales básicas que permitan el desarrollo investigaciones y análisis de climas de negocios en mercados más allá del costarricense.
- El carácter sistémico de la matemática y las finanzas y su vinculación con la realidad.
- Los conceptos matemáticos básicos para la solución de problemas.
- Comprender el escenario global de los negocios internacionales.
- Identificar los principales problemas, características o tendencias del comercio internacional
- La importancia e implicaciones sobre las estrategias de internacionalización de las empresas.
- Las tendencias económico-políticas recientes y del comercio internacional.
- La terminología relacionada con la micro y macro economía.
- Conocer el instrumental matemático y estadístico para la elaboración de investigaciones cuantitativas y cualitativas, sobre mercados, sectores o productos.
- El concepto y las clasificaciones del Derecho en su relación con las ciencias sociales-humanísticas
- Las normas jurídicas relevantes para el comercio y los negocios internacionales
- La función de la investigación para la de toma de decisiones de las empresas
- Los conceptos fundamentales del mercadeo internacional y su importancia para la penetración de mercados

- Las tendencias y procedimientos básicos sobre medios de pago internacionales
- Los principios básicos para gestionar procesos logísticos de abastecimiento, transporte y distribución de mercancías en el plano internacional
- Los fundamentos e importancia de la responsabilidad social empresarial, su desarrollo histórico y tendencias.
- La dinámica de la geografía económica global y regional

Se generarán competencias en el *saber hacer* para:

- Análisis, interpretación y resolución de problemas de aplicación económica
- Analizar la problemática de la realidad nacional e internacional en el ámbito económico y sus conexiones con el comercio y las relaciones internacionales.
- Construir e interpretar series estadísticas de las actividades económicas y de negocios
- Identificar los costos asociados con el diseño de un plan de exportación de un producto.
- Diferenciar el derecho internacional de otros órdenes normativos.
- Distinguir las diferentes acepciones del derecho para identificar los procesos de creación y su relación con la sociedad, el comercio y el Estado.
- Reportes y evaluación de la investigación.
- Análisis de casos sobre comercio y negocios internacionales
- Analizar la importancia de la investigación comercial para la incursión de un nuevo producto en determinado mercado
- Planificar las estrategias de acceso a mercados y aprovechamiento de oportunidades de negocio en los mercados internacionales.
- Proponer estrategias de flexibilidad y adaptación en el desarrollo de los negocios internacionales
- Aplicar las herramientas económico - comerciales para realizar análisis del entorno
- Interpretar adecuadamente el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
- Los procedimientos aduaneros y logísticos más relevantes con el fin de facilitar el desempeño efectivo de las empresas y sectores productivos en sus transacciones con el mercado internacional.

- Desarrollar análisis en materia de comercio y negocios internacionales para la toma de decisiones de más alto nivel en las empresas o de las entidades de gobierno.
- Evaluar las perspectivas comerciales y de negocios de Costa Rica
- Detectar mercados, formas de comercialización y oportunidades de negocios.
- Formular, desarrollar, dirigir y evaluar proyectos y planes de negocios y/o de comercio internacionales.
- Utilizar sistemas de información actuales y aplicar los principios, las técnicas y las herramientas cuantitativas y cualitativas pertinentes, para la toma de decisiones en proyectos de comercio y negocios internacionales.

Adquiere competencias personales e interpersonales en el *ser* para:

- Desarrollarse eficientemente en ambientes multiculturales.
- Detectar oportunidades de negocios.
- Desarrollar de programas de comercialización.
- Emprender negociaciones internacionales respetando las diferentes culturas.
- Administrar procesos logísticos internacionales
- Potenciar las habilidades teórico-prácticas, con una visión integral sobre el entorno internacional y su injerencia sobre el desarrollo costarricense.
- Anuente y con capacidad de adaptarse continuamente al cambio.
- Generar trabajo en equipo.
- Receptivo(a) y propositivo (a)
- Ético en su labor profesional
- Capacidad de innovación, creatividad, liderazgo, negociación, toma de decisiones, dirección y solución de problemas.
- Respeto al pluralismo
- Comprensión de los semejantes
- Capaz de resolver situaciones imprevistas
- Comunicar su criterio en forma clara y efectiva.

9. Estructura Curricular de la Carrera

Uno de las metas que se ha buscado al diseñar el programa de Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales es lograr un plan de estudios, que además de riguroso, moderno y pragmático, constituya un instrumento dinámico y flexible, que permita a los estudiantes especializarse en condiciones de excelencia académica, pero al mismo tiempo, cuente con un horario y una estructura manejable con capacidad de ajustarse a las necesidades de la población meta.

El Bachillerato tendrá una duración de 8 semestres o ciclos de 18 semanas. Está conformado por un total de 41 cursos que representan 137 créditos, de los cuales 113 créditos se distribuyen en cinco áreas disciplinarias, como se muestra en la Tabla 9 siguiente. Mientras que los restante 24 créditos corresponden a los cursos de estudios generales y a los optativos --50 por ciento de los cuales serán impartidos por la Escuela de Relaciones Internacionales y el 50 restante corresponderá a cursos de la comunidad universitaria--.

Tabla 9

Desglose de créditos por áreas disciplinarias

Áreas	Número de créditos	Participación relativa de cada área
1. Economía	15	13,3%
2. Derecho internacional	15	13,3%
3. Administración y Mercadeo Internacional	16	14,2%
4. Comercio y Negocios Internacionales	35	31,0%
5. Instrumental	32	28,3%
Créditos áreas disciplinarias	113	100.0%

Las áreas con mayor concentración de créditos son comercio y negocios internacionales y el área instrumental. Los cursos incorporados en ambas áreas dotarán al estudiante de las herramientas y destrezas necesarias para contribuir de manera creativa a los procesos de internacionalización de las empresas y del país, en general. No obstante, el comercio y los negocios internacionales se nutren de las

otras tres áreas disciplinarias: la economía, el derecho internacional y la administración y el mercadeo internacional. En tanto, el área instrumental sirve de articulador entre las herramientas y conocimientos básicos y la práctica. Todas ellas complemento indispensable para lograr en el profesional una formación integral y una visión de conjunto.

Los cuarenta cursos del bachillerato que responden a las áreas de formación estratégicas se agrupan --por área y cantidad de créditos-- en la Tabla 10. Como puede observarse, en el área de Economía se incluyen cuatro cursos que contabilizan 15 créditos en total, igual cantidad de creditaje aplica para el área del Derecho Internacional, salvo que en este último caso está conformada por cinco cursos. El área de Administración y Mercadeo Internacional suma 16 créditos para un total de cinco cursos, mientras que el área de Comercio y Negocios Internacionales es la que concentra una mayor cantidad tanto de cursos (11) como de créditos (35) dentro de todo el programa. Finalmente el área Instrumental se compone de ocho cursos que, en conjunto, representan 32 créditos.

Tabla 10

Desglose de créditos por áreas disciplinarias

Áreas	Número de cursos por área	Nombre de los Cursos	Número de créditos por curso	Total de créditos por área
Economía	4	Economía General	3	15
		Microeconomía para comercio y negocios	4	
		Macroeconomía para comercio y negocios	4	
		Teoría del Comercio Internacional	4	
Derecho internacional	5	Introducción al derecho	3	15
		Derecho internacional	3	
		Derecho del comercio internacional	3	
		Derecho aduanero	3	
		Solución de controversias comerciales	3	
Administración y Mercadeo internacional	5	Contabilidad general	3	16
		Mercadeo Internacional	3	
		Finanzas Internacionales	4	
		Negocios corporativos	3	
		Responsabilidad social empresarial	3	
Comercio y Negocios internacionales	11	Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales	3	35
		Clasificación arancelaria de mercancías	3	
		Taller de investigación de mercados	4	
		Logística y distribución	3	
		Herramientas del comercio internacional	3	
		Política comercial	3	

Áreas	Número de cursos por área	Nombre de los Cursos	Número de créditos por curso	Total de créditos por área
		Comercio y ambiente	3	
		Medios de pago internacionales	3	
		Geografía política	3	
		Taller de técnicas de negociación internacional	4	
		Geografía económica	3	
Instrumental	8	Matemática General	4	32
		Inglés integrado I	4	
		Matemática para economía y negocios	4	
		Inglés integrado II	4	
		Taller sobre tecnologías de la información	4	
		Metodología de la investigación para la toma de decisiones	4	
		Estadística Aplicada a los Negocios	4	
Práctica Profesional Supervisada	4			

A continuación se presenta la Estructura Curricular del Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales de acuerdo con la distribución de horas de cada curso y los créditos correspondientes. La distribución de horas se realiza tomando en consideración las horas teoría, práctica, laboratorio, trabajo de campo y aquellas destinadas al trabajo independiente.

De acuerdo con las disposiciones establecidas por la Universidad Nacional en cuanto a la cantidad de horas semanales destinadas a un solo curso, en este Plan de Estudios un total de 3 créditos corresponde a 8 horas semanales, en tanto que para un curso de 4 créditos se han consignado un total de 10 horas por semana³.

Tabla 11
Estructura disciplinaria, según número de créditos y horas destinadas a cada curso

³ Cabe indicar que los cursos optativos no han sido incluidos en esta Tabla.

Nombre del Curso	Créditos	Horas teoría	Horas práctica	Horas Lab.	Trabajo Ind.	Total de Horas por Semana	Horas Docentes
I Ciclo, I Nivel							
Matemática General	4	3	2	--	5	10	5
Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales	3	2	1	--	5	8	3
Estudios Generales	3	3	--	--	5	8	3
Estudios Generales	3	3	--	--	5	8	3
Inglés Integrado I	4	4	2	2	2	10	8
II Ciclo, I Nivel							
Matemática para economía y negocios	4	3	2	--	5	10	5
Economía General	3	2	1	--	5	8	3
Estudios Generales	3	3	--	--	5	8	3
Estudios Generales	3	3	--	--	5	8	3
Inglés Integrado II	4	4	2	2	2	10	8
III Ciclo, II Nivel							
Contabilidad general	3	2	1	--	5	8	3
Microeconomía para comercio y negocios	4	4	--	--	6	10	4
Introducción al derecho	3	3	--	--	5	8	3
Taller sobre tecnologías de la información	4	2	2	2	4	10	6
Metodología de la investigación para la toma de decisiones	4	3	2	--	5	10	5
IV Ciclo, II Nivel							
Estadística aplicada al comercio y los negocios	4	3	1	2	4	10	6
Macroeconomía para comercio y negocios	4	4	--	--	6	10	4
Derecho internacional	3	3	--	--	5	8	3
Mercadeo Internacional	3	3	--	--	5	8	3
Clasificación arancelaria de mercancías	3	2	1	--	5	8	3
V Ciclo, III Nivel							
Teoría del Comercio Internacional	4	4	1	--	5	10	5
Derecho del comercio internacional	3	3	--	--	5	8	3
Taller de investigación de mercados	4	--	2	3	5	10	5
Logística y distribución	3	2	1	--	5	8	3
VI Ciclo, III Nivel							
Herramientas del comercio internacional	3	2	1	--	5	8	3
Derecho aduanero	3	3	--	--	5	8	3
Finanzas Internacionales	4	--	2	3	5	10	5
Política comercial	3	3	--	--	5	8	3
VII Ciclo, IV Nivel							
Negocios corporativos	3	2	1	--	5	8	3
Comercio y ambiente	3	3	--	--	5	8	3
Solución de controversias comerciales	3	3	--	--	5	8	3

Nombre del Curso	Créditos	Horas teoría	Horas práctica	Horas Lab.	Trabajo Ind.	Total de Horas por Semana	Horas Docentes
Medios de pago internacionales	3	2	1	--	5	8	3
Geografía política	3	3	--	--	5	8	3
VIII Ciclo, IV Nivel							
Responsabilidad social empresarial	3	2	1	--	5	8	3
Práctica Profesional Supervisada	4	1	4	--	5	10	5
Taller de técnicas de negociación internacional	4	2	3	--	5	10	5
Geografía económica	3	2	1	--	5	8	3

Para lograr una mayor flexibilidad dentro de la estructura curricular son pocos los cursos que requieren de requisitos previos dentro del Plan de Estudios. Esto facilita el acomodo de los horarios o ciclos de estudio por parte de los estudiantes y evita que el retraso en alguna área tenga implicaciones sobre las demás áreas disciplinarias. Tal y como se observa en la Tabla 12, son trece los cursos de esta carrera que requieren haber aprobado algún curso de previo.

No obstante, el Plan de Estudios ha sido diseñado sobre una lógica de conocimiento, de manera que en los primeros ocho ciclos se estudia la base conceptual e instrumental que será articulada, analizada y llevada a la práctica, desde una perspectiva integral, en el tercero y cuarto año de la carrera.

Por tratarse de una carrera que se enriquece del aporte de cinco áreas disciplinarias, todas ellas presentes en todos ciclos del plan de estudios, no ha sido necesario el establecimiento de correquisitos. Por el contrario, para lograr vincular estas áreas se han incorporado cursos, que por su naturaleza, sirven de articuladores.

Tabla 22
Requisitos y Correquisitos de los cursos

Curso	Requisito	Correquisito
-------	-----------	--------------

Matemática para economía y negocios	Matemática General	--
Inglés integrado II	Inglés integrado I	--
Microeconomía para comercio y negocios	Economía General/ Matemática para economía y negocios	--
Estadística Aplicada a los negocios	Matemática Básica	
Macroeconomía para comercio y negocios	Microeconomía para economía y negocios	--
Derecho Internacional	Introducción al derecho	--
Teoría del Comercio Internacional	Economía General/ Matemática para economía y negocios	--
Derecho del comercio internacional	Introducción al derecho	--
Taller de investigación de mercados	Estadística aplicada a los negocios	
Derecho aduanero	Introducción al derecho	--
Herramientas del comercio internacional	Derecho del comercio internacional	--
Finanzas Internacionales	Mercadeo internacional / Taller de investigación de mercados	--
Solución de controversias comerciales	Derecho público internacional / Derecho del comercio internacional	--

9.1 Malla curricular

Tabla 13. Malla curricular
Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales

I CICLO LECTIVO	II CICLO LECTIVO	III CICLO LECTIVO	IV CICLO LECTIVO
Matemática General (4)	Matemática para economía y negocios (4)	Contabilidad general (3)	Estadística aplicada al comercio y los negocios (4)
Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales (3)	Economía General (3)	Microeconomía para comercio y negocios (4)	Macroeconomía para comercio y negocios (4)
		Introducción al derecho (3)	Derecho internacional (3)
Estudios Generales (3)	Estudios Generales (3)		Mercadeo Internacional (3)
Estudios Generales (3)	Estudios Generales (3)	Taller sobre tecnologías de la información (4)	Clasificación arancelaria de mercancías (3)
Inglés integrado I (4)	Inglés integrado II (4)	Metodología de la investigación para la toma de decisiones (4)	
TOTAL CREDITOS: 17	TOTAL CREDITOS: 17	TOTAL CREDITOS: 18	TOTAL CREDITOS: 17
V CICLO LECTIVO	VI CICLO LECTIVO	VII CICLO LECTIVO	VIII ICLO LECTIVO
		Negocios corporativos (3)	Responsabilidad social empresarial (3)
Teoría del Comercio Internacional (4)	Herramientas del comercio internacional (3)	Comercio y ambiente (3)	
Derecho del comercio internacional (3)	Derecho aduanero (3)	Solución de controversias comerciales(3)	Práctica Profesional Supervisada I (4)
Taller de investigación de mercados (4)	Finanzas Internacionales (4)	Medios de pago internacionales (3)	Optativo (3)
Logística y distribución (3)	Política comercial (3)	Optativo (3)	Taller de técnicas de negociación internacional (4)
Optativo (3)	Optativo (3)	Geografía política (3)	Geografía económica (3)
TOTAL CREDITOS: 17	TOTAL CREDITOS: 16	TOTAL CREDITOS: 18	TOTAL CREDITOS: 17

9.2 Descripción de los cursos

Matemática General

Código de carrera:	Requisitos: Ninguno
Código de curso: MAX-084	Correquisitos: Ninguno
Nivel: Primer año	Total de Horas: 10
Créditos: 04	Horas presenciales: 5 (horas teoría
Tipo de curso: Regular	3: horas práctica 2)
Naturaleza: teórico-práctico	Horas docente: 5
Modalidad: Ciclos de 18	Horas de estudio independiente: 5
semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: I ciclo, 2009	Profesor: Ricardo Poveda

Descripción

En este curso se hace un repaso general por los principales fundamentos matemáticos que los estudiantes han estudiado durante la secundaria. Tales como los números reales, sus subconjuntos y la resolución de ecuaciones e inecuaciones; geometría analítica; así como las funciones exponencial, logarítmica y trigonométrica. Lo anterior con el objeto proveer conocimiento básico de la matemática a los estudiantes que deben profundizar en otras áreas que requieran un manejo de conceptos más avanzados.

Objetivos generales

- Introducir al estudiante en el proceso de análisis, interpretación y resolución de problemas de aplicación de la matemática.
- Ejercitar las destrezas del estudiante en el uso de la matemática como lenguaje y herramienta de las ciencias naturales y sociales

Objetivos específicos

- Estudiar el conjunto de los números reales y sus subconjuntos.
- Aplicar los conceptos matemáticos básicos del campo de los números reales en la resolución de ecuaciones e inecuaciones.
- Aplicar los conceptos matemáticos básicos de la geometría analítica del plano en la solución de problemas.

- Aplicar los conceptos matemáticos básicos de las funciones y su aplicación en la solución de problemas.
- Estudiar las funciones exponencial y logarítmica, sus propiedades y aplicaciones.
- Estudiar las funciones trigonométricas, sus propiedades y aplicaciones.

Contenido temático

a. El sistema de los números reales

El conjunto de los números reales como campo ordenado. Las propiedades fundamentales de \mathbb{R} , mediante la solución de ejercicios (potencias con exponente en \mathbb{R} , radicales, fórmulas notables, factorización y simplificación de expresiones algebraicas).

b. Ecuaciones y desigualdades

El concepto de ecuación. Conjunto solución de una ecuación con una incógnita. Ecuaciones equivalentes. Leyes básicas de transformación de una ecuación en otra equivalente. Resolución de ecuaciones polinomiales, de fracciones racionales con radicales, con valor absoluto. Resolución de ecuaciones cuya incógnita aparece en algún subradical. Resolución de problemas mediante el planteo de una ecuación con una incógnita. Despeje de incógnitas en fórmulas. Variación directa y variación inversa con una o más variables. Porcentajes. Definición de los intervalos en \mathbb{R} . Desigualdades en una incógnita y conjunto de soluciones. Desigualdades equivalentes. Transformación de una desigualdad en otra equivalente. Resolución de desigualdades de: primer grado, grado superior a dos, factorizables, fraccionarias y con valor absoluto. Uso de la tabla para resolver desigualdades.

c. Elementos de geometría analítica en el plano

El plano cartesiano. Cálculo de la distancia entre dos puntos y de las coordenadas del punto medio de un segmento. Ecuaciones de la recta, la forma general y la forma $y = mx + b$. Representación gráfica de rectas. Paralelismo y perpendicularidad de rectas. Ecuación de la parábola con eje de simetría perpendicular al eje X . Representación gráfica de parábolas (los posibles casos de la parábola) de acuerdo con el "discriminante y el coeficiente principal del polinomio

correspondiente". Solución de sistemas de ecuaciones por método de eliminación de variables y utilizando determinantes (Regla de Cramer). Cálculo de las coordenadas de los puntos de intersección entre rectas, entre rectas y parábolas y entre parábolas. Ecuación de la circunferencia.

d. Funciones

Definición de función como criterio de correspondencia. Definición de (dominio, codominio y rango). Definición de función real de variable real. Dominio real de definición de una función cuyo criterio está dado por una expresión algebraica en \mathbb{R} . Representación gráfica de funciones. Funciones particulares: constante, identidad, lineal, cuadrática, valor absoluto y definidas con diferentes criterios de asociación en su dominio. Funciones crecientes y funciones decrecientes. Signo de una función. Ceros de una función. Interpretación gráfica de conceptos tales como (dominio, rango, ceros, signo, crecimiento y decrecimiento). Operaciones con funciones (suma, resta, multiplicación, división, composición). Función inyectiva, sobreyectiva y biyectiva. Función inversa. Cálculo de la función inversa.

e. Función logarítmica y Función exponencial

Definición de función exponencial de base a ($a > 0$, $a \neq 1$), gráfica y propiedades. Ecuaciones exponenciales. Definición de función logarítmica de base " a " de un número real positivo como inversa de la función exponencial, gráfica y propiedades. Cambio de base. Identidades logarítmicas. Ecuaciones logarítmicas. Problemas de aplicación.

f. Funciones trigonométricas

Medida de ángulo en grados y en radianes, conversión de grados a radianes y viceversa. Relaciones trigonométricas fundamentales en un triángulo rectángulo. El círculo trigonométrico. Definición de las seis funciones trigonométricas fundamentales mediante el círculo trigonométrico. Gráficas de las funciones seno, coseno y tangente. Fórmulas trigonométricas básicas (suma, resta, ángulo doble, ángulo medio, transformación de sumas a productos). Identidades trigonométricas básicas. Ecuaciones trigonométricas. La ley de los senos y cosenos. Resolución de triángulos. Problemas de aplicación.

Referencias bibliográficas

Ávila J.F. 2003. Álgebra y Trigonometría. Ejemplos y ejercicios. Editorial Tecnológica. Cartago, Costa Rica.

Murillo, M., Soto A. y Araya J.A. 2002. Matemática Básica con Aplicaciones. EUNED, San José, Costa Rica.

Quesada, V. y Camacho N. 2002. Matemática Básica I. EUNA, Heredia, Costa Rica.

Rees P. y Sparks F. 1970. Álgebra. Editorial McGraw-Hill, México, D. F.

Swokoski, E. 1995. Álgebra con Geometría Analítica. Grupo Editorial Iberoamericana, México, D. F.

Wisniewski P. y Gutiérrez, A. L. 2003. Introducción a las matemáticas universitarias. Editorial McGraw-Hill, México, D. F.

Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Primer año

Créditos: 03

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico-práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: I ciclo

Requisitos: Ninguno

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 8

Horas presenciales: 3(horas teoría: 2; horas práctica:1)

Horas docente: 3

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Kattia González

Descripción

En este curso se realiza una revisión general de las condiciones actuales y problemas que enfrenta el comercio, así como las nuevas corrientes de negocios a nivel mundial. Asimismo, se incentiva la discusión y la actitud crítica por parte de los estudiantes para analizar el contexto político y económico en el cual las empresas nacionales desarrollan sus actividades comerciales con el exterior. Lo anterior implica proporcionar a los estudiantes una visión de conjunto sobre los temas que se irán abordando de una manera más profunda dentro del Plan de Estudios del Bachillerato y recalcar la importancia de estos temas para el desarrollo y la internacionalización de las empresas.

Las clases magistrales se combinarán con charlas de expertos, análisis -en grupos o de manera individual-- de problemáticas actuales y sesiones de discusión por parte de los estudiantes. Todo lo anterior con la guía del docente.

Objetivos Generales

Proporcionar una visión general de las principales temáticas que serán abordadas en el resto del Plan de Estudios del Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales, a través del conocimiento del escenario global de los negocios internacionales. Asimismo, identificar y examinar los principales problemas, características o tendencias del comercio internacional para conocer su importancia e implicaciones sobre las estrategias de internacionalización de las empresas.

Contenido

- a. Tendencias económicas recientes, la economía-política y el comercio internacional.
- b. La globalización, privatización y neo-liberalismo.
- c. Integración y desintegración regional. El regionalismo abierto y otras corrientes.
- d. La internacionalización de las empresas
- e. Relación entre comercio-desarrollo y el papel de la tecnología.

Referencias bibliográficas

Cárdenas, E. 2002. "*Libre comercio y proteccionismo*". Documentos de Estudio, ERI-UNA, Heredia.

Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. 2004. *Negocios internacionales*. Décima edición. Pearson Prentice-Hall, México D.F.

Estevadeordal, Antoni. 2006. "The Rise of Regionalism". Presentación en la Conferencia. *El Nuevo Regionalismo: Progresos, retrocesos y desafíos*. BID, Washington, D.C.

Instituto Worldwatch, 2006. *La situación del Mundo en el 2006*. FUHEM e Icaria Editorial, Barcelona.

Martín R. *et al.* 2007. *Crecimiento e internacionalización de las empresas*. Síntesis S.A., Madrid.

Monge, R. y John Hewitt. 2004. *Tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) y el futuro desarrollo de Costa Rica: el desafío de la exclusión*. Academia de Centroamérica, San José.

Organización Mundial del Comercio, 2007. *Informe sobre el Comercio Mundial*.

Weber, C. 2005. *International Relations Theory: A Critical Introduction*. Segunda edición, Taylor & Francis, Nueva York.

Inglés Integrado I

Código de carrera:	Horas presenciales: 8 (horas
Código de curso:	laboratorio: 2, horas práctica: 2,
Nivel: Primer año	horas teoría: 4)
Créditos: 04	Horas docente: 8
Tipo de curso: Regular	Laboratorio: tipo A
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 2
Modalidad: Ciclos de 18	Asistencia: Obligatoria
semanas	Profesoras: M.A. Damaris Castro G.
Periodo lectivo: I ciclo	(gramática y composición) y Lic.
Requisitos: Ninguno	Sonia Rodríguez S.(compr. auditiva
Correquisitos: Ninguno	y de lectura, conversación)
Total de Horas: 10	

Descripción

Inglés Integrado para Otras Carreras I es el primero de dos cursos en que se pretende iniciar al estudiante en el desarrollo de las cuatro habilidades de la lengua: comprensión auditiva, conversación, lectura y escritura para que el estudiante adquiera un manejo teórico y práctico de las funciones de las diversas estructuras gramaticales requeridas en situaciones de comunicación oral y escrita. Además el estudiante tiene la oportunidad de utilizar el vocabulario básico necesario para expresarse con mayor precisión. Una vez más, se fomenta no solo el desarrollo de la fluidez sino también la auto-corrección. Además, se le brinda al estudiante sesiones de laboratorio para practicar los conceptos gramaticales aprendidos y la comprensión auditiva.

Objetivos generales

El estudiante será capaz de:

- Utilizar técnicas de comprensión y percepción auditiva.
- Mostrar comprensión auditiva de material en inglés.
- Mostrar su conocimiento de algunas técnicas básicas de lectura.
- Comunicarse oralmente en diversas situaciones de la vida cotidiana.
- Usar formas simples de las funciones del lenguaje para comunicarse apropiadamente.
- Conocer y utilizar diversas estructuras gramaticales.
- Utilizar vocabulario básico y pronunciarlo adecuadamente.

- Usar técnicas básicas de composición para comunicarse en forma escrita.
- Comunicarse por escrito de modo informal y creativo.
- Expresarse en forma oral y escrita sobre rasgos fundamentales de su propia cultura y la extranjera.

Contenido temático

La temática del curso se desarrollará siguiendo el orden de los capítulos de los libros de: Writing, Grammar, Listening and Speaking y Reading como se muestra en la bibliografía. (Al indicarse por ejemplo Capítulo I, se refiere al primer capítulo de cada uno de los libros).

Capítulo I

- a. Lectura: Reconocimiento de ideas principales.
- b. Estructura: el verbo To Be, present simple, pronombres, emphatic Do y Does.
- c. Funciones: Cómo iniciar una conversación, saludos, presentaciones, entrevistas cortas.
- d. Escritura: Descripción personal.
- e. Comprensión auditiva: Comprensión de ideas principales, percepción de formas reducidas y palabras enfatizadas e inferencias sobre la temática del capítulo.

Capítulo II

- a. Lectura: Reconocimiento del tema dentro del párrafo
- b. Estructura: There is/are, preguntas con whose, el presente continuo, el impersonal it, modales.
- c. Funciones: Conversación sobre preferencias.
- d. Escritura: Descripción de arte.
- e. Comprensión auditiva: Comprensión de ideas principales, percepción de formas reducidas y palabras enfatizadas e inferencias sobre la temática del capítulo.

Capítulo III

- a. Lectura: Ideas secundarias, títulos y temas de párrafos.
- b. Estructura: Sustantivos y expresiones de cantidad, comparaciones, modales, futuro con *going to*.
- c. Funciones: Ordenar y rechazar alimentos, comparación de hábitos alimenticios.
- d. Escritura: Descripción de alimentos.
- e. Comprensión auditiva: Comprensión de ideas principales, percepción de formas reducidas y palabras enfatizadas e

inferencias sobre la temática del capítulo. Diferencia entre Can y Can't.

Capítulo IV

- a. Lectura: Temas generales y específicos, rastreo.
- b. Estructura: Formas de futuro, preposiciones de lugar y tiempo, artículos.
- c. Funciones: Dar y solicitar direcciones.
- d. Escritura: La carta informal.
- e. Comprensión auditiva: Comprensión de ideas principales, percepción de formas reducidas y palabras enfatizadas e inferencias sobre la temática del capítulo.

Capítulo V

- a. Lectura: Párrafos en orden cronológico, detalle de tiempo.
- b. Estructura: El tiempo pasado, conectores.
- c. Funciones: Solicitar y responder solicitudes.
- d. Escritura: La narración autobiográfica.
- e. Comprensión auditiva: Comprensión de ideas principales, percepción de formas reducidas y palabras enfatizadas e inferencias sobre la temática del capítulo.

Referencias bibliográficas

Werner, P. et al. 2002. Interactions 1: Grammar. McGraw Hill, New York.

Tanka J. y Baker L. Interactions 1: Listening/Speaking. McGraw Hill, New York.

Kirn, E. y Hartmann P. Interactions 1: Reading. McGraw Hill, New York.

Pavlik Ch., Keenan Segal, M. Interactions 1: Writing. McGraw-Hill, New York.

Material complementario proporcionado por el profesor.

Diccionario Inglés -- Español / Inglés – Inglés

Matemática para Economía y Negocios

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Primer año

Créditos: 04

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico-práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: II ciclo

Requisitos: Matemática General

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 10

Horas presenciales: 5 horas

(horas teoría: 3; horas práctica: 2)

Horas docente: 5 horas

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Randall Hidalgo

Descripción

Como parte del área instrumental este curso constituye, además de un repaso por los principales fundamentos matemáticos base para el área de negocios y economía, un eslabón entre el alcance de esta ciencia exacta y los requerimientos mínimos de conocimiento matemático que exigen otros cursos del Plan de Estudios. Por lo tanto se abordan tópicos de cálculo diferencial e integral y los fundamentos de la matemática financiera. Todo a través de aplicaciones actuales relacionadas en las áreas de conocimiento del Comercio y los Negocios Internacionales y un desarrollo claro de los conceptos.

Objetivo general

Proveer de una base matemática sólida aplicable a los negocios y la economía y una lógica de razonamiento que permita a los estudiantes comprender con mayor facilidad los conceptos y conocimientos que se van a desarrollar en cursos más avanzados del plan de estudios.

Contenido temático

Se desarrollarán durante este ciclo los siguientes contenidos:

- a. **Matemática Financiera:** progresiones geométricas, progresiones aritméticas, interés simple exacto y ordinario, valor presente de una deuda, descuento simple a una tasa de interés y a una tasa de descuento, monto compuesto, tasa nominal y efectiva de interés, el valor presente, tiempo equivalente, valor futuro y ecuaciones de valor para interés simple y compuesto.
- b. **Límites y continuidad:** Noción intuitiva de límite, límites unilaterales, propiedades de los límites, resolución de límites mediante sustitución

- directa, simplificación, racionalización y cambio de variable. Continuidad de una función en un punto y en un intervalo dado, tipos de discontinuidad. Teorema de Bolzano. Teorema de los valores intermedios, Teorema de acotación Existencia de máximo y mínimo. Funciones monótonas.
- c. **Derivadas:** Definición de derivada. Reglas de derivación. Cálculo de derivadas. Regla de la cadena. Derivación implícita y logarítmica, derivadas de orden superior derivada, de la función inversa .Teoremas de Rolle y del valor medio. Reglas de L'Hopital.
 - d. **Aplicaciones de la derivada:** Funciones crecientes y decrecientes. Uso de la primera derivada para la determinación de intervalos de monotonía. Puntos críticos. Determinación de extremos (máximos y mínimos relativos y absolutos) de funciones de una variable. Criterio de la segunda derivada y concavidad. Puntos de inflexión. Límites infinitos: asíntotas verticales y horizontales. Cuadros de variación y gráficas de funciones. Problemas de optimización. Análisis de la oferta y la demanda. Modelos simples de determinación de ingreso nacional. Uso de derivadas en economía: conceptos marginales, elasticidad del precio, relaciones entre el concepto total, marginal y promedio.
 - e. **Integrales:** Propiedades de la integral indefinida (suma y producto por un escalar). Cálculo de integrales indefinidas: Integración por sustitución. Método de integración por partes. Propiedades de la integral definida. Teorema Fundamental del Cálculo. Aplicaciones a la Administración y a la Economía

5. Referencias bibliográficas

Aching Guzmán, C. 2006. Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales. Edición electrónica. Marzo, 2008. Texto completo disponible en: www.eumed.net/libros/2006b/cag3/

Arya, Jagdish C.; Lardner, Robin W. y Fraser, S. 2002. Matemáticas Aplicadas a la Administración y la Economía. Cuarta edición, Prentice Hall, México D.F.

Díaz Mata, A. et al. 2004. Matemáticas aplicadas a negocios y economía. Pearson Prentice-Hall. México, D.F.

Granville, W. 2003. Cálculo diferencial e integral. Trigésimo quinta edición. Limusa, Madrid.

Haeussler, Jr. y Paul, R. 2003. Matemáticas para administración y economía. Décima edición, Pearson Prentice-Hall, México D.F.

Lial, M. y Hungerford, T. 2000. Matemáticas para administración y economía. Séptima edición, Prentice - Hall. México, D.F.

Marín Moreno, M. 2002. Introducción a la matemática financiera. Segunda edición. Centro de Estudios Financieros, México D.F.

Economía General

Código de carrera:

Código de curso: ECY 416

Nivel: Primer año

Créditos: 03

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico-práctico

Modalidad: Ciclos de 18
semanas

Periodo lectivo: II ciclo

Requisitos: Ninguno

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 8

Horas presenciales: 3 (Horas de
Teoría: 2, Horas de práctica: 1)

Horas docente: 3

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Randall Arce

Descripción

El curso de Economía General proporciona a los estudiantes los elementos de carácter introductorio para la comprensión de las principales teorías económicas que explican el fenómeno de la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios en una economía, así como los componentes y relaciones macroeconómicas del sistema como unidad inmersa en un mundo globalizado.

La importancia del desarrollo cognitivo de las variables económicas y sus interrelaciones es indispensable en la formación integral de la carrera de Relaciones Internacionales. Este curso desarrolla la visión micro y macro de los fenómenos económicos y sus resultados para la actividad económica general. La práctica enfatiza el análisis de series estadísticas mediante la aplicación de varios recursos matemáticos y estadísticos, su interpretación y relaciones con la política económica y la formación de políticas públicas en el ámbito nacional e internacional.

Objetivos generales

Al finalizar el curso los y las estudiantes estarán en capacidad de:

- Conocer los principales conceptos relacionados con la micro y macro economía.
- Analizar la problemática de la realidad nacional e internacional en el ámbito económico y sus conexiones con el comercio y las relaciones internacionales.

- Construir e interpretar series estadísticas de las actividades económicas a nivel micro y macro

Contenido temático

- a. Introducción al estudio de la economía
 - 1. El Problema económico. Las necesidades, los recursos y el problema.
 - 2. Sistemas económicos. Factores productivos, sistemas económicos y sus funciones.
- b. El mercado: la oferta y la demanda
 - 1. La demanda: Aspectos generales, funciones de demanda, determinantes de los cambios, elasticidades
 - 2. La Oferta: Aspectos generales, funciones de oferta, determinantes de los cambios, elasticidades
 - 3. El mercado: Aspectos generales, determinación de precios de equilibrio, desplazamientos de las curvas y sus efectos en la posición de equilibrio.
- c. Teoría del consumidor
 - 1. Aspectos Generales: El consumidor, su comportamiento y el concepto de utilidad
 - 2. Utilidad Marginal: Supuestos, utilidad total y marginal, elección del consumidor
 - 3. Utilidad Ordinal: Supuestos, curvas de indiferencia, demanda individual y de mercado, efecto ingreso y sustitución
- d. La producción
 - 1. Aspectos generales
 - 2. La función de producción
 - 3. La función de producción en el corto plazo
- e. Los costos
 - 1. Introducción a los costos
 - 2. Los costos de producción en el corto plazo
 - 3. Los costos de producción en el largo plazo
- f. Teoría de la empresa
 - 1. La Competencia perfecta
 - 2. El Monopolio
 - 3. Temas relacionados (oligopolio, duopolio, etc.)
- g. Los agregados macroeconómicos
 - 1. La oferta y la demanda agregadas: el equilibrio macroeconómico

- h. La política macroeconómica
 - 1. El dinero en la economía
 - 2. La política monetaria, fiscal y cambiaria
 - 3. La economía internacional

Referencias bibliográficas

Dornbusch, R., Fischer, S. y Startz, R. 2002. Macroeconomía. Octava edición, McGraw-Hill, México D.F.

Tacsan Chen R. 2001. Elementos de Macroeconomía. C.R. EUNED; San José.

Rosales Obando, J. 2002. Elementos de Microeconomía. C.R. EUNED, San José.

Call, S. y Holahan, W. 1983. Microeconomía. Segunda Edición. Grupo Editorial Iberoamérica, Madrid.

Inglés Integrado II

Código de carrera:	Horas presenciales: 8 (horas
Código de curso:	laboratorio: 2, horas práctica: 2,
Nivel: Primer año	horas teoría: 4)
Créditos: 04	Horas docente: 8
Tipo de curso: Regular	Laboratorio: tipo A
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 2
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: I ciclo, 2008	Profesoras: M.A. Damaris Castro
Requisitos: Inglés Integrado para	G. (gramática y composición)/
Otras Carreras I	Lic. Sonia Rodríguez S.
Correquisitos: Ninguno	(compr. auditiva y de lectura,
Total de Horas: 10	conversación)

Descripción

Inglés Integrado para Otras Carreras II es un curso en el que se continúa desarrollando las cuatro habilidades de la lengua (comprensión auditiva, conversación, lectura y escritura) iniciado en Inglés Integrado I. A la vez que el estudiante continúa adquiriendo un manejo teórico y práctico de las funciones de las diversas escrituras gramaticales requeridas en situaciones de comunicación oral y escrita, tiene la oportunidad de incrementar el vocabulario necesario para expresarse con mayor precisión. Una vez más, se fomenta no solo el desarrollo de la fluidez sino también la auto-corrección. También se le brinda al estudiante sesiones de laboratorio para practicar los conceptos gramaticales aprendidos y la comprensión auditiva.

Objetivos generales

Si el estudiante ha asistido a las clases regularmente, será capaz de:

- Utilizar técnicas de comprensión y percepción auditiva;
- Mostrar comprensión auditiva de material en inglés;
- Mostrar su conocimiento de algunas técnicas básicas de lectura;
- Comunicarse oralmente en diversas situaciones de la vida cotidiana;
- Usar formas simples de las funciones del lenguaje para comunicarse apropiadamente;
- Mostrar dominio cognoscitivo y práctico de diversas estructuras gramaticales;
- Ampliar su vocabulario y pronunciarlo adecuadamente;

- Usar técnicas básicas de composición para comunicarse en forma escrita;
- Comunicarse por escrito de modo formal y creativo;
- Expresarse en forma oral y escrita sobre rasgos fundamentales de su propia cultura y la extranjera.

Contenido temático

La temática del curso se desarrollará siguiendo el orden de los capítulos de los libros de: Writing, Grammar, Listening and Speaking y Reading como se muestra en la bibliografía. (Al indicarse por ejemplo Capítulo VI, se refiere al sexto capítulo de cada uno de los libros).

a. CAPITULO VI:

- Lectura: Comprensión de detalles de opiniones.
- Estructura: El presente perfecto, superlativos, comparación con so, too, neither, either.
- Funciones: Disculparse, conversar sobre costumbres.
- Escritura: Narración tradicional
- Comprensión auditiva: Percepción de formas reducidas y palabras enfatizadas, inferencias según la temática del capítulo.

b. CAPÍTULO VII:

- Funciones: Dar y pedir consejos, pedir citas.
- Comprensión auditiva: comprensión oral de analogías y opiniones.
- Estructura: Oraciones compuestas y transiciones, conectores de contraste, razón, resultado y cláusulas de tiempo. .
- Lectura: Reconocer esquemas.
- Escritura: La exposición

c. CAPÍTULO VIII:

- Funciones: Expresar opiniones de acuerdo y desacuerdo.
- Comprensión auditiva: Comprensión de conferencias orales.
- Estructura: Adjetivos positivos y participios, formas comparativas y superlativos.
- Lectura: La idea principal
- Escritura: Resumen del argumento de una película.

d. CAPÍTULO IX:

- Funciones: Dar y aceptar cumplidos, discutir formas de entretenimiento.

- Comprensión auditiva: comprensión de opiniones a favor y en contra.
- Estructura: Voz pasiva con tiempos simples, perfectos, continuos y modales.
- Lectura: Inferencias.
- Escritura: Narración biográfica.

e. CAPÍTULO X

- Funciones: Hacer y rechazar invitaciones, hablar de días festivos.
- Comprensión auditiva: Comprensión de orden cronológico de eventos.
- Estructura: cláusulas con that, who, which, whose, whom, when y where.
- Lectura: Usar el contexto para identificar referencias.
- Escritura: Clasificación

Referencias bibliográficas

Kirn, E. y Hartman, P. 2002. *Interactions 1: Reading*. McGraw-Hill, New York.

Pavlik, Ch. y Keenan Segal, M. 2002. *Interactions 1: Writing*. McGraw-Hill, New York.

Tanka, J. y Baker L.R. 2002. *Interactions 1: Listening/Speaking*. New York, McGraw-Hill.

Wegmann, B. y Prijic Knezevic, M. 1996. *Mosaic One . A Content-Based Reading Book*. McGraw-Hill, México, D.F.

Werner, P. et al. 2002. *Interactions 2: Grammar*. McGraw-Hill, New York.

Material complementario proporcionado por el profesor.

Diccionario Inglés -- Español / Inglés – Inglés

Contabilidad General

Código de carrera:	Requisitos: Ninguno
Código de curso: ETE 409	Correquisitos: Ninguno
Nivel: Segundo año	Total de Horas: 8
Créditos: 03	Horas presenciales: 3 (horas teoría:2; horas práctica: 1)
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: III ciclo	Profesor: Francisco Rodríguez G.

Descripción

Este es un curso introductorio del ciclo técnico-instrumental orientado a identificar y registrar las transacciones económicas y financieras de las organizaciones, de cuya elaboración y síntesis se obtienen los resultados del sistema de información contable.

Objetivos generales

Describir y desarrollar principios básicos que integrados dentro de los principios fundamentales de Contabilidad, permitan identificar, registrar y sintetizar las operaciones económicas y financieras en organizaciones de naturaleza pública, privada y mixta.

Contenido temático

- a. Introducción a los sistemas y al ciclo contable.
 1. Definición y ámbito de la contabilidad.
 2. Usuarios del sistema contable.
 3. Dimensiones de la Contabilidad.
 4. Ejercicio Profesional.
 5. El periodo contable.
 6. La ecuación contable fundamental.
- b. El proceso de registro y clasificación
 1. Estructura y registro de las cuentas
 - Las cinco cuentas básicas en Contabilidad
 - Componentes o partidas de las cuentas básicas.
 - Los débitos y los créditos.

- El sistema de doble partida.
 - El libro Diario
 - El asiento de diario.
2. Mayorización y Balance de Comprobación.
- Pases al mayor. (Modelo de Cuentas T. y de Cuenta Estándar)
 - Balance de Comprobación.
- c. Asientos de ajuste y estados financieros clasificados en empresas de servicios.
1. Las cinco cuentas básicas en Contabilidad
- Ajustes por:
- Depreciación.
 - Gastos pagados por adelantado y gastos acumulados.
 - Ingresos diferidos e ingresos acumulados.
 - Pérdida en cuentas incobrables.
 - Errores y omisiones.
 - Interpretación y aplicación contables.
 - El balance General
 - El Activo.
 - El Pasivo.
 - El Capital Contable.
 - Las Utilidades o Pérdidas.
- d. La Hoja de Trabajo y el cierre de las cuentas nominales. Estados Financieros después del cierre.
- e. La contabilidad en organizaciones comerciales.
1. La Contabilidad de una empresa comercial.
- La cuenta de compras y su relación con cuentas complementarias y suplementarias.
 - El costo de lo vendido.
 - La hoja de trabajo de una empresa comercial.
 - REGISTRO DE LOS AJUSTES.
 - Registro y cierre de las cuentas nominales.
 - Estados Financieros clasificados.
2. Conceptos y principios de Contabilidad.
- La fundamentación de los principios contables.
 - Organismos normadores de los principios contables.
 - La contabilidad en el contexto de las Ciencias Económicas.

f. Sistemas de contabilidad

- Organización del sistema de Contabilidad.
- Los registros auxiliares y sus funciones:
 - o Soporte y control
 - o Seguridad y control
 - o Seguridad y extensión.
 - o Oportunidad y confiabilidad.

Referencias bibliográficas

Pyle W., Arch White, J. y Larson, K. 1999. Principios Fundamentales de Contabilidad. Décimo séptima edición, CECSA, México, D.F.

Meigs F. et al. 2000. Contabilidad, la base para la toma de decisiones gerenciales. Décimo primera edición, McGraw- Hill.

Guajardo Cantu, G. 2004. Contabilidad Financiera. Cuarta edición, McGraw-Hill, México D.F.

Finney, H. y Miller, H. 1997. Curso de Contabilidad. Introducción.: Décima edición, UTEHA ; Limusa, México D.F.

Microeconomía para Comercio y Negocios

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Segundo año

Créditos: 04

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico

**Modalidad: Ciclos de 18
semanas**

Periodo lectivo: III ciclo

**Requisitos: ECY 416/ Matemática
para economía y negocios**

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 10

Horas presenciales: 4

Horas docente: 4

Horas de estudio independiente: 6

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Donald Miranda.

Descripción

El curso de Microeconomía para comercio y negocios intenta dar al estudiante una visión general del estado del análisis microeconómico, con especial referencia al llamado enfoque neoclásico.

En este curso se exponen y analizan la teoría neoclásica del consumidor y de la empresa en el marco de un mercado competitivo. Se desarrolla el marco básico del pensamiento neoclásico y se avanza en el estudio de enfoques más recientes.

Los cursos de microeconomía no son sencillos y, por tanto, requieren de un esfuerzo serio del estudiante para su buen aprovechamiento, lo cual implica un estudio continuo y sistémico del material de trabajo y una adaptación a la forma de análisis microeconómico.

Objetivos Generales

Entregar al estudiante los instrumentos básicos del análisis microeconómico, de forma tal, que al finalizar el curso el estudiante sea capaz de aplicar estos instrumentos para analizar casos concretos que se aproximen a las condiciones de la competencia perfecta.

Contenido temático

El contenido del curso puede desagregarse en 8 temas específicos e interdependientes entre sí:

- a. La organización de la sociedad
 1. Actividad económica, necesidades y recursos
 2. Organización del sistema económico
 3. Las funciones del sistema económico
 4. Teoría de los precios
 5. Metodología del análisis macroeconómico

- b. Teoría elemental de la formación de los precios
 1. Mercados, tipos y características
 2. Demanda y excepciones a su ley
 3. Oferta, plazos instantáneos, corto y largo plazo
 4. Equilibrio: estable, inestable, estático, dinámico, parcial y general
 5. Elasticidad: precio, ingreso, cruzada
 6. Aplicaciones

- c. Teoría de la producción
 1. La función de producción
 2. La producción con insumo variable: rendimientos no proporcionales
 3. La producción con dos insumos variables: isocuantas.
 4. Combinación de menor coste: isocoste

- d. Teoría de los costos
 1. El concepto de costo en economía: costo de oportunidad
 2. Los costos con un insumo variable
 3. Los costos con dos insumos variables
 4. Relación entre corto y largo plazo
 5. Economía y diseconomías de escala

- e. Maximización de beneficios y la oferta competitiva
 - a. La demanda a que enfrenta la empresa y la industria
 - b. Equilibrio de la empresa y la industria en el corto plazo
 - c. Equilibrio de la empresa y la industria en el largo plazo
 - d. Economía y diseconomías externas

- f. Teoría del consumidor
 - a. Restricción presupuestaria
 - b. Preferencias
 - c. Utilidad

- d. Selección
- e. Demanda

- g. Extensiones de la teoría del consumidor
 - a. Efecto ingreso y sustitución, la ecuación de Slutsky
 - b. La asignación intertemporal del consumo: la tasa de interés
 - c. La elección ocio-ingreso: la oferta de trabajo
 - d. El excedente del consumidor
 - e. Incertidumbre y demanda de activos
- h. El equilibrio de mercado
 - a. La demanda del mercado
 - b. La oferta del mercado
 - c. El equilibrio en el corto y largo plazo
 - d. Predicciones antes intervenciones en el mercado

Referencias bibliográficas

Frank, R.H. 2001. Microeconomía y Conducta. Cuarta Edición, McGraw-Hill Interamericana, Madrid.

Maddala, G.S. y Miller, E. Microeconomía. McGraw-Hill Interamericana S.A., México D.F.

Nicholson, W. 2001. Microeconomía Intermedia y Aplicaciones. Octava edición, McGraw-Hill Interamericana S.A., Bogotá.

Pindyck R. y Rubinfeld, D. 2001. Microeconomía. Quinta Edición, Pearson Prentice Hall, Madrid.

Varian, H. 1999. Intermediate Microeconomics: A Modern Approach. Quinta Edición, W. W.Norton & Company, Nueva York-Londres.

Introducción al Derecho

Código de carrera:	Requisitos: Ninguno
Código de curso:	Correquisitos: Ninguno
Nivel: Bachillerato	Total de Horas: 8
Créditos: 03	Horas presenciales: 3
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: III ciclo	Profesor: Carlos H. Cascante

Descripción

A través de este curso se ofrece al estudiante una visión general de esta ciencia social, con particular referencia a aspectos relacionados con la introducción a conceptos básicos del derecho internacional y del derecho del comercio internacional, cuyos fundamentos serán abordados con mayor profundidad en dos cursos sucesivos dentro del Plan de Estudios. Asimismo, se examina el tratamiento jurídico de la persona como destinatario de las normas jurídicas y de la relevancia de su actuación jurídica, y algunos aspectos del Derecho Comercial, que mayor relación pueden tener con el desarrollo de la actividad profesional característica de un graduado en Comercio y Negocios Internacionales. Por esta razón, los conocimientos se centran en el estudio del sistema jurídico obligacional, la contratación privada y las instituciones fundamentales del derecho de cosas.

Objetivos generales

Conocer el Derecho en su relación con las ciencias sociales-humanísticas en general y la ciencia jurídica en particular para diferenciarlo de otros órdenes normativos.

Distinguir sus diferentes acepciones para finalmente identificar sus procesos de creación y su relación con la sociedad, el comercio y el Estado.

Contenido

- a. Sociedad, economía y derecho
 - 1. La función del Derecho en la sociedad actual. El Derecho como instrumento de organización social y medio de resolución de conflictos.
 - 2. El Estado de Derecho, principio de legalidad y principio "pro libertatis"
 - 3. Relaciones económicas y relaciones jurídicas
- b. Definición y principales clasificaciones del Derecho
 - 1. Análisis de los elementos que pueden contener una definición del Derecho
 - 2. Clasificaciones
 - 3. El Derecho Público y el Derecho Privado
 - 4. Derecho interno y Derecho internacional
 - 5. Clasificación de las distintas disciplinas jurídicas
 - 6. Otras ramas y aceptaciones del Derecho
- c. Las garantías y obligaciones constitucionales
- d. Las normas jurídicas y su aplicación
- e. Las fuentes del Derecho
- f. El sujeto como destinatario de las normas.
 - 1. La persona física.
 - 2. La persona jurídica
- g. El Sistema Jurídico Obligacional.
 - 1. La relación jurídica.
 - 2. La obligación. Estructura. Fuentes.
 - 3. El cumplimiento de las obligaciones.
 - 4. El incumplimiento de la obligación.
 - 5. Modificación y extinción de las obligaciones
- h. El contrato
 - 1. Concepto
 - 2. Clases
 - 3. Rompimiento
 - 4. Conclusión
- i. El régimen de los Derecho Reales
 - 1. Concepto de derecho de propiedad. Contenido y límites del derecho.

2. Los derechos reales y su adquisición.
3. La posesión.
4. La publicidad legal de los derechos reales inmobiliarios.

Referencias bibliográficas

Atienza, M. 2000. Introducción al derecho. México D.F., Fontamara, 2000.

Balaguer Callejón, F. et al. 2007. Derecho Constitucional. Segunda Edición, Tecnos, Madrid.

Bernal Pulido, C. 2007. El principio de proporcionalidad y los derechos fundamentales. Segunda Edición, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Madrid.

Maldonado, C. et al. 2007. El derecho en el contexto de la globalización, Universidad Externado de Colombia, Bogotá.

Bercovitz, R., Valladares, E. y Díez, H. 2004. Manual de introducción al Derecho. Introducción al Derecho. Derecho civil patrimonial. Sexta Edición, Madrid.

Raz, J., Carbonell, M. et al. 2002. Estado de derecho: Concepto, fundamentos y democratización en América Latina. Siglo XXI- ITAM, México D.F.

Rodríguez Carrión, A. 2006 Lecciones de Derecho Internacional Público. Sexta Edición, Tecnos, Madrid.

Taller sobre Tecnologías de la Información

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Segundo año

Créditos: 04

Tipo de curso:

Naturaleza: práctico

**Modalidad: Ciclos de 18
semanas**

Periodo lectivo: III ciclo

Requisitos: Ninguno

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 10

**Horas presenciales: 6 (horas
teoría:2; horas práctica:2; horas
laboratorio:2)**

Horas docente: 6

Horas de estudio independiente: 4

Laboratorio: Tipo C

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Rose Mary Hernández

Descripción

El desarrollo de Internet ha traído consigo una amplia gama de oportunidades en el mundo de los negocios, aunque también algunos riesgos. Después de la crisis del denominado punto com (dotcom) en el año 2000, el sector se ha reorganizado y se han depurado los modelos de negocios. Las empresas se han clasificado como empresas en línea y fuera de línea (on-line y off-line), en empresas de cemento y ladrillo (brick-and-mortar) y de e-business, se habla de la nueva y vieja economía, de la economía de la información o de la era digital. Modelos de e-business han impactado industrias enteras como la de libros, telecomunicaciones, periódicos y revistas, agencias de viajes, entre otras.

Por esta razón, se hace necesario que los profesionales del mundo de los negocios no solo se familiaricen con la jerga que ha traído consigo Internet sino que aprendan a dimensionar e involucrar estratégicamente, cómo sus estrategias empresariales están siendo y serán afectados por estas nuevas tecnologías.

Objetivo general

Analizar la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación en los negocios internacionales, así como el papel medular que ésta juega sobre los procesos de innovación y desarrollo de nuevos productos, con el objeto de mostrar al estudiante, a través de un enfoque práctico, los conceptos básicos de los negocios electrónicos.

Contenido temático

- a. Importancia de la comunicación y la tecnología para el comercio y los negocios internacionales.
- b. El acceso y el poder de la información
 - 1. Bases de datos
 - 2. Fuentes confiables y no confiables.
 - 3. Intranet
- c. La revolución de la Internet
 - 1. Internet
 - 2. Conceptos Básicos
 - 3. Dirección Internet
 - 4. Dominios Internet
 - a. Organizaciones
 - b. Países
 - c. Nuevos Dominios
 - 5. Como Funciona la WWW
 - 6. Servicios y Motores de Búsquedas en Internet
- d. La innovación y el desarrollo tecnológico
- e. La página Web
 - 1. Arquitectura de la información.
 - 2. Uso, Diseño e Interacción.
 - 3. Estándares Web.
- f. Comercio electrónico y el diseño centrado en el usuario.
- g. La tecnología de la información en la empresa moderna
- h. Innovación y desarrollo

Referencias bibliográficas

Darín, S. y Durán, S. 2005. Negocios globales: Nuevo escenarios para la comercialización. Agencia de Servicios Editoriales, Buenos Aires.

UNCTAD. 2008. Informe sobre la Economía de la Información, 2007 - 2008, Ginebra.

Varela, R. 2001. Innovación empresarial. Segunda edición, Prentice-Hall, México D.F.

De Nuñez y Lugones, F. 2002. Modelos de negocios en Internet. Visión post-crisis. McGraw-Hill, Madrid.

Metodología de la Investigación para la Toma de Decisiones

Código de carrera:	Requisitos: Ninguno
Código de curso:	Correquisitos: Ninguno
Nivel: Segundo año	Total de Horas: 10
Créditos: 04	Horas presenciales: 5 (horas teoría: 3; horas práctica: 2)
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 5
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: III ciclo	Profesor: Carlos Murillo

Descripción

Este curso proporciona el instrumental básico para realizar investigaciones en el área de negocios, economía y comercio internacional. Para lo anterior se estudia el método científico como un proceso cíclico de realizar investigación y no como un proceso lineal. Se analizan diversos mecanismos de recolección de datos y una serie de opciones metodológicas para analizar información y abordar la solución de problemas.

Dado que el mundo del comercio y los negocios internacionales están inmersos en un ambiente de alta productividad y competitividad, es necesario el desarrollo de ideas y la solución de problemas constantemente que les conduzcan a la innovación, tanto de procesos como de productos, servicios y tecnologías, o simplemente para diseñar la estrategia de incursión en determinado mercado. En este contexto la investigación juega un papel fundamental.

El proceso de enseñanza se lleva a cabo a través de un enfoque que combina las clases teóricas con las sesiones prácticas, en las cuales el estudiante --con la guía del docente-- aplicará mediante ejercicio y problemas aplicados a la realidad los conocimientos adquiridos.

Objetivos generales

Analizar los instrumentos básicos que conforman la labor investigativa y los principales métodos analíticos, aplicables a la rama del comercio y los negocios internacionales, mediante un enfoque actual que conjuga la teoría con la práctica.

Propiciar la reflexión sobre la importancia de la investigación y el desarrollo de ideas para mejorar el grado de innovación y la competitividad de las empresas.

Contenido temático

- a. Función de la investigación en la administración en el proceso de toma de decisiones
- b. Investigación científica
- c. Recolección de datos secundarios en la investigación en administración
- d. Desarrollo del problema y la propuesta, y su administración
- e. Fundamentos del diseño de la investigación
- f. Bases para la medición
- g. Diseño de escalas e instrumentos
- h. Recolección de datos primarios mediante instrumentos de encuesta
- i. Recolección de datos primarios mediante observaciones, entrevistas a profundidad y otras técnicas cualitativas
- j. Planificación para el análisis de datos
- k. Construcción de modelos y procesos de análisis de datos
- l. Métodos analíticos básicos y de resolución de problemas
 - 1. Mapas conceptuales
 - 2. Rutas críticas
 - 3. Diagrama de Espina de Pescado (Ishikawa)
 - 4. Técnica o método de las seis preguntas (QQDCCP)
 - 5. Otros métodos
- m. Consideraciones éticas en la investigación en administración
- n. Reportes y evaluación de la investigación

Referencias bibliográficas

Ávila Baray, H. 2006. Introducción a la metodología de la investigación. Edición electrónica, Eumet.net. Texto completo disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2006c/203/>. Marzo 2008

Belohlavek, P. 2005. Metodología unicista de investigación y diagnóstico de sistemas complejos. Blue Tagle Book Group, Buenos Aires.

Bernal Torres, C. 2006. Metodología de la investigación. Pearson Prentice-Hall, México D.F.

Estadística Aplicada al Comercio y los Negocios

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Laboratorio: Tipo C
Nivel: Segundo año	Total de Horas: 10
Créditos: 04	Horas presenciales: 6 (horas teoría: 3; horas laboratorio:2; horas práctica:1)
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 6
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 4
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: IV ciclo	Profesor: Ana Alfaro
Requisitos: Matemática básica	

Descripción

A través de un enfoque práctico, intuitivo y un razonamiento lógico se muestra al estudiante los principales instrumentos de la estadística aplicada a los negocios y la economía. Para lo anterior, se establecen relaciones con problemas cotidianos como: la recopilación de datos, procesamiento, presentación (tablas y gráficos) e interpretación de la información cuantitativa de carácter estadístico, el uso de paquetes estadísticos para cálculos. De manera que el estudiante pueda vincular en un mismo curso los conocimientos teóricos con la práctica a través de las horas laboratorio. Dentro de este último, se proporcionará al estudiante los elementos básicos para utilizar e interpretar un paquete de computación estadístico.

Objetivos Generales

Fomentar el uso del razonamiento lógico para comprender los datos y resultados estadísticos, así como también para realizar el análisis de información estadística y realizar proyecciones simples de variables numéricas.

Estudiar las ventajas y desventajas de los diferentes instrumentos de medición estadística.

Contenido

- a. Naturaleza de la estadística
- b. Ordenamiento o arreglo de datos para obtener significados: tablas y gráficas. Cómo presentar y procesar la información.

- c. Teoría de las probabilidades
- d. Distribuciones
- e. Muestreo y distribución de muestras
- f. Prueba de hipótesis
- g. Regresiones simples y correlación
- h. Series de tiempo y pronósticos
- i. Números Índices

Referencias bibliográficas

Hildebrand, D. y Lyman Ott, R. 1997. Estadística aplicada a la administración y la economía. Pearson-Prentice Hall, México D.F.

Mendenhall W., Beaver B. y Beaver R. 2002. Introducción a la probabilidad estadística. Thomson Internacional, Madrid.

Landau, S. y Everitt, B.S. 2004. A Handbook of Statistical Analyses using SPSS, Hapman and Hall/CRC, Boca Raton.

Levin, R. et al. 2004. Estadística para administración y economía. Séptima edición, Pearson-Prentice Hall, México D.F.

Lizasoain, L. y Joaristi, L. 2003. Gestión y análisis de datos con SPSS: Versión 11. Thomson, Madrid.

Lynd, D. et al. 2005. Estadística aplicada a los negocios. Décimo segunda edición, Mcgraw-Hill Interamericana, México D.F.

Pardo, A. y Ruiz, M.A. 2002. SPSS 11. Guía para el análisis de datos. McGraw-Hill, Madrid.

Pérez López, C. 2003. Técnicas estadísticas con SPSS. Prentice-Hall, Madrid.

Macroeconomía para Comercio y Negocios

Código de carrera:
Código de curso:
Nivel: Segundo año
Créditos: 04
Tipo de curso: Regular
Naturaleza: teórico
Modalidad: Ciclos de 18 semanas
Periodo lectivo: IV ciclo

Requisitos: ECY 416 / Matemática para economía y negocios
Correquisitos: Ninguno
Total de Horas: 10
Horas presenciales: 4
Horas docente: 4
Horas de estudio independiente: 6
Asistencia: Obligatoria
Profesor: Carlos Conejo F.

Descripción

En este curso se desarrolla el marco teórico que permite comprender la dinámica del sistema económico agregado, sus componentes, agentes, relaciones básicas y los problemas fundamentales existentes en él. Esto faculta al estudiante a realizar análisis macroeconómicos aplicados a realidades y problemas particulares con el fin de proponer políticas económicas que lleven al sistema económico a situaciones deseadas.

Para describir la conducta y el equilibrio del sistema económico se utilizan modelos macroeconómicos, tales como el Modelo de Gasto Agregado y el Modelo IS-LM. El aporte teórico-conceptual se basa en el "enfoque de la síntesis neo-clásica", el cual permite adquirir el conocimiento básico para comprender las relaciones básicas existentes en una economía abierta.

Objetivos Generales

Al finalizar el curso el estudiante estará en capacidad de comprender la conducta de las variables agregadas que forman parte de un sistema económico, las relaciones básicas existentes entre ellas y las condiciones que caracterizan el equilibrio económico.

Contenido temático

- a. Introducción y Contabilidad Nacional
 1. Objeto de estudio

2. Problemas fundamentales
 3. Relaciones básicas de un sistema económico
 4. Oferta y demanda agregada
 5. Producción y factores productivos
 6. Cuentas nominales y reales
 7. Cuentas flujo y stock (acumuladas)
 8. Ingreso nacional
 9. Precios
 10. Desempleo
- b. Modelo del gasto agregado
1. Componentes del gasto agregado
 2. El multiplicador
 3. Fundamentos de la conducta (consumo, ahorro, inversión, demanda de dinero)
- c. Modelo IS-LM
1. Los mercados financieros
 2. Relación mercado de bienes-mercado financiero
 3. Política económica y equilibrio de corto plazo
- d. Economía abierta
1. Apertura de los mercados de bienes y servicios
 2. Balanza de pagos
 3. Sistema de tipo de cambio y movilidad del capital
 4. Enfoque Monetario de la balanza de pagos
 5. Elección de sistemas de tipo de cambio

Referencias bibliográficas

Blanchard, O. 2006. Macroeconomía. Cuarta Edición. Pearson Educación, Madrid

Dornbusch. R. et al. 2004. Macroeconomía. Novena Edición. McGraw Hill Interamericana, Madrid.

Diulio, E. Macroeconomía. 1991. Segunda Edición, McGraw Hill, México.

Parkin, M. Economía. 2004. Sexta Edición. Pearson Educación, México.

Sachs, J. y F. Larraín. 2002. Macroeconomía en la economía global. Segunda Edición, Pearson Educación, Buenos Aires.

Derecho Internacional

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Segundo año	Horas presenciales: 3
Créditos: 03	Horas docente: 3
Tipo de curso: Regular	Horas de estudio independiente: 5
Naturaleza: teórico	Asistencia: Obligatoria
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Profesor: Carlos H. Cascante
Periodo lectivo: IV ciclo	
Requisitos: Introducción al derecho	

Descripción

Contiene los conocimientos básicos sobre los principios, conceptos, contenido y aplicación del Derecho Internacional y sus vínculos con el comercio internacional. Lo anterior con el propósito de contribuir al debate y análisis crítico de las políticas gubernamentales y de los Estados y su articulación con las competencias que confiere el Derecho Internacional.

Objetivo General

Conocer los principales conceptos, normas jurídicas y competencias que otorga el Derecho Internacional, así como su incidencia sobre los Estados.

Emplear los conocimientos del Derecho Internacional en los análisis del entorno internacional y en las decisiones de las organizaciones vinculadas a los mercados externos.

Contenido temático

- a. La sociedad y el derecho internacional.
- b. Estructura del sistema internacional contemporáneo.
 1. El Derecho Internacional Público (DIP) contemporáneo
 2. La crisis del Derecho Internacional Público
 3. Problemas y soluciones del DIP
- c. Contenido del derecho internacional público.

- d. Contenido del derecho internacional privado.
- e. Los sujetos del derecho internacional.
 - 1. El Estado
 - 2. Organismos Internacionales
 - 3. El individuo ante el Derecho Internacional
 - 4. Principios Generales del DIP
- f. Las fuentes del derecho internacional.
 - 1. Tratados Internacionales (Derecho de los Tratados)
 - 2. Costumbre Internacional
 - 3. Jurisprudencia
 - 4. Declaraciones Unilaterales
 - 5. Documentos con valor jurídico internacional
 - 6. Convenios Interinstitucionales Internacionales
 - 7. Declaraciones
 - 8. Resoluciones de organismos internacionales
- g. Análisis de casos internacionales y nacionales.

Referencias bibliográficas

Carrillo Salcedo, J.A. 1999. Curso de Derecho Internacional Público: introducción a su estructura, dinámica y funciones. Cuarta Edición, Tecnos, Madrid.

Diez de Velazco, M. 2005. Instituciones de Derecho Internacional Público. Decimoquinta edición, Tecnos, Madrid.

González Campos, J. et al. 2006. Legislación básica de Derecho Internacional Público. Sexta edición, Tecnos, Madrid.

Pastor, J.A. 2003. Curso de Derecho Internacional Público y Organizaciones Internacionales. Novena edición, Tecnos, Madrid.

Remiro Brotons, A. 2001. Derecho Internacional. Tratados y otros documentos. Mc Graw Hill, Madrid.

Torres Ugena, N. 2006. Textos normativos de Derecho Internacional Público. Décima edición, Civitas, Madrid.

Mercadeo Internacional

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Segundo año

Créditos: 03

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico

**Modalidad: Ciclos de 18
semanas**

Periodo lectivo: IV ciclo

Requisitos: Ninguno

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 8

Horas presenciales: 3

Horas docente: 3

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Adrián Moya R.

Descripción:

Mediante este curso se analizan las áreas principales del mercadeo, con énfasis particular en su aplicación internacional. El conocimiento de los clientes, de los competidores, de los diferentes ambientes de mercadeo, de las herramientas básicas para segmentar mercados y el desarrollo de estrategias de mercadeo son algunos de los temas abordados a lo largo del curso. Asimismo, se analizan los posibles mercados internacionales a penetrar y las diversas estrategias de comercialización a elegir, la determinación del mercado meta, la integración de un estudio de mercado específico y la formulación y ejecución de la estrategia correcta, para que el empresario pueda de manera más efectiva participar en los mercados internacionales.

Se fomentará al estudiante a tomar decisiones sólidas y técnicas en esta área. Para ello, se hará uso del método de casos prácticos, la realización de actividades en grupo y el desarrollo de debates y discusiones sobre los diversos temas que se aborden en clase.

Objetivos generales

Identificar y aplicar los principales conceptos del mercadeo internacional y relacionarlos con el comercio internacional para facilitar la penetración y el posicionamiento en de las mercancías costarricenses en los mercados internacionales.

Analizar la importancia de la investigación comercial y las variables externas a la empresa para mejorar las estrategias de adaptación de los productos en los mercados externos.

Contenido temático

- a. Antecedentes del comercio internacional. La internacionalización de la empresa: explicación conceptual. El proceso gradual y sus etapas. Ubicación geográfica.
- b. Principales decisiones en la mercadotecnia mundial. Globalización de los mercados e internacionalización de las empresas. Las orientaciones de la gerencia internacional.
- c. La investigación de mercados internacionales y los sistemas de información
- d. La creación de demanda en el mercado internacional: El estudio de mercado, las ferias internacionales, las misiones internacionales y el viaje de negocios.
- e. La publicidad en los mercados internacionales. Las formas de penetración en el mercado internacional: Los canales de distribución.
- f. Las decisiones y las estrategias en la mercadotecnia internacional. La importancia del entorno: Variables controlables y no controlables.
- g. Planificación estratégica en mercadeo. Las fases del proceso de planificación.
- h. Diferencias culturales y dificultades de comercialización: La adaptación. La conducta del consumidor en el contexto internacional.
- i. La ética en los negocios internacionales. El mercadeo internacional de servicios: El caso del turismo en Costa Rica. Internet y el comercio electrónico.
- j. La cooperación en la estrategia internacional: Los acuerdos cooperativos horizontales y verticales.

Referencias bibliográficas

- Bertran, J. 2003. Marketing en un mundo global. McGraw.Hill, Madrid.
- Czinkcota, M. y Ronkainen, I. 2002. Marketing Internacional. Sexta Edición, Prentice Hall, México D.F.
- Fisher, L. y Espejo, J. 2002. Casos de Marketing. Pearson- Educación. México, D.F.
- Hamel, Gary y Prahalad, C.K. 1995. Compitiendo por el futuro: Estrategia crucial para crear los mercados del mañana. Editorial Ariel S.A., Barcelona.
- Hill, C. 2000. Negocios internacionales. Editorial Irwin-McGraw Hill, Madrid.
- Kotler, P. y Armstrong, G. 2006. Marketing. Undécima Edición, Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., México D.F.
- Kotler, P. y Armstrong, G. 2003. Fundamentos de Mercadotecnia. Sexta Edición. Editorial Pearson Prentice Hall, México D.F.
- Millar, S. 2003. Saque el máximo provecho de las ferias. Emp. Activa, Madrid.
- Minervini, N. 2005. Manual del exportador. McGraw-Hill, México D.F.
- Onkvisit, S. y Shaw, J. 2004. International Marketing: Analysis and Strategy. Cuarta Edición, Routledge, Londres.
- Schiffman, L. y Lazar Kanunk, L. 2005. Comportamiento del consumidor. Octava edición, Prentice Hall, México D.F.

Clasificación Arancelaria de Mercancías

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Segundo año	Horas presenciales: 3 (horas teoría:2; horas práctica:1)
Créditos: 03	Horas docente: 3
Tipo de curso: Regular	Horas de estudio independiente: 5
Naturaleza: teórico-práctico	Asistencia: Obligatoria
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Profesor: Fabián Monge
Periodo lectivo: IV Ciclo	
Requisitos: Ninguno	

Descripción

Más de 200 países y uniones aduaneras o económicas (aproximadamente el 98% del comercio mundial) codifican las mercancías objeto de comercio internacional, con base en la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), desarrollado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA). Tanto en el plano multilateral como en los acuerdos bilaterales o plurilaterales, el SA se ha convertido en la norma de facto para llevar a cabo las negociaciones arancelarias y comerciales, convirtiéndose en un instrumento de gran utilidad para los países, tanto desde el punto de vista tributario como de control aduanero.

Este curso constituye una guía práctica para que los operadores de comercio internacional comprendan la lógica y funcionamiento del SA, al tiempo que otorga una introducción a los principios de clasificación arancelaria y al uso de herramientas básicas como el sistema TIC@.

Objetivo general

Analizar y comprender, desde el punto de vista teórico y práctico, el "Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías" (S.A.) con el propósito de hacer un uso adecuado de este instrumento en las operaciones de comercio exterior ordinarias de las organizaciones que contribuyan a realizar una correcta interpretación de las estadísticas de comercio internacional, tanto nacionales como de otros países.

Contenido temático

- a. Introducción
 - 1. Concepto de merceología
 - 2. Antecedentes e importancia del Sistema Armonizado
- b. Estructura del Sistema Armonizado
 - 1. Reglas Generales de Interpretación
 - 2. Secciones, Capítulos, partidas y subpartidas
- c. Sistema Arancelario Centroamericano (S.A.C)
- d. La Clasificación Arancelaria de Mercancías
 - 1. Identificación o reconocimiento de las mercancías
 - 2. Descripción técnica y comercial de una mercancía
 - 3. Determinación de la partida
 - 4. Condiciones en que pueden presentarse las mercancías
 - 5. Artículos de constitución compleja
 - 6. Presentación comercial de la mercancía
 - 7. Determinación de la subpartida
- e. Aperturas arancelarias
- f. Recientes modificaciones al SA
- g. Criterios anticipados
- h. Estadísticas de comercio e interpretación
- i. Estadísticas tributarias y su interpretación
- j. Utilización del TIC@

Referencias bibliográficas

Acosta, F. 2006. Clasificación arancelaria de las mercancías. Tercera edición, Ediciones Fiscales ISEF, México D.F.

Arancel Centroamericano de Importación (SAC). 2006. Cuarta enmienda. Imprenta Nacional, San José.

Bernaldo Paez, E. 2000. El Sistema Armonizado y la Globalización del Comercio. CIACI, México D.F.

Céspedes Zamora, A. 2005. Antología Especializada de Merceología. Editorial de la Universidad de Costa Rica, San José, C.R.

Ministerio de Hacienda. Tribunal Aduanero Nacional. 2005. Curso de Clasificación Arancelaria. Disponible en línea, Marzo 2008 en la siguiente dirección:

www.hacienda.go.cr/centro/datos/Publicacion/Curso%20de%20Clasificaci%20arancelaria-MH.doc

Monge Valverde, R.1985. Introducción a la Merceología. Universidad de Costa Rica, San José, C.R.

Monge Valverde, R. 2003. Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre: Estudio Merceológico. CIACI, México D.F.

Notas Explicativas de la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

Ugarte Romano, L. 2002. Merceología: Teoría y Práctica. CIACI. México D.F.

Sitios Web recomendados:

Organización Mundial de Aduanas (OMA). Marzo, 2008.
<http://www.wcoomd.org/home.htm>

Organización Mundial de Comercio (OMC). Marzo, 2008.
http://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/wto_wco_s.htm

Ministerio de Comercio Exterior, Régimen arancelario. Marzo, 2008.
<http://www.comex.go.cr/acuerdos/comerciales/centroamerica/regimen/default.htm>

SIECA, Arancel de importación centroamericano. Marzo 2008.
<http://www.sieca.org.gt/site/>

Ministerio de Hacienda de Costa Rica. Arancel TICA. Marzo, 2008.
<https://www.hacienda.go.cr/Msib21/Espanol/Direccion+General+de+Informatica/ArancelTICA.htm>

Teoría del Comercio Internacional

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Tercer año

Créditos: 04

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico-práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: V ciclo

Requisitos: ECY 416/Matemática para economía y negocios

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 10

Horas presenciales: 5 (horas teoría:4; horas práctica:1)

Horas docente: 5

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesora: Jeanette Valverde

Descripción

En el curso se desarrollará el estudio y evolución del comercio internacional, y su impacto en la definición de las condiciones actuales del sistema económico mundial.

Se privilegia no sólo el análisis teórico – metodológico, sino también una intensa actividad investigativa sobre tópicos específicos del comercio internacional. En este sentido, la teoría se complementa con el estudio de la actualidad comercial mundial y el análisis de casos prácticos.

Objetivos Generales

Analizar las relaciones comerciales internacionales y la influencia de las principales escuelas de pensamiento en el desarrollo de éstas, con el propósito que los estudiantes entiendan la realidad económica mundial, desde una perspectiva teórica y de investigación, a través de la aplicación de herramientas de análisis económico – comercial.

Contenido

- a. Condiciones actuales y tendencias del comercio internacional.
Comercio mundial: una visión general
- b. El mercado nacional y el mercado internacional
- c. Evolución de las diversas corrientes teóricas económicas internacionales:

1. Los mercantilistas
2. Los fisiócratas
3. Escuela clásica:
 1. David Ricardo: Teoría de la Ventaja comparativa
 2. Adam Smith: Teoría de la Ventaja absoluta
 3. John S. Mill: Ley de la oferta y la demanda
- d. El modelo Hecksher-Ohlin: Teoría de la intensidad de factores
- e. Modelos complementarios Hecksher-Ohlin-Samuelson: Teoría de la igualación de factores
- f. El modelo estándar del comercio
- g. Economías de escala, competencia imperfecta y comercio internacional
- h. Los movimientos internacionales de los factores
- i. La teoría de la Ventaja competitiva

Referencias bibliográficas

Appleyard, Dennis y Field, Alfred. 2003. Economía Internacional. Editorial Mc Graw Hill, Colombia

Chacholiades, M. 1992. Economía internacional. Segunda Edición, McGraw-Hill, Madrid.

Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. 2004. Negocios Internacionales. Décima edición. Editorial Pearson Educación, México

Grimwade, N. 2000. International Trade: New Patterns of Trade, Production & Investment. Segunda Edición, Routledge, Londres.

Krugman, P. y Obstfeld, M. 2006. Economía internacional. Teoría y política. Séptima Edición, Addison Wesley, Madrid.

Pla Barber, J. y León Darder, F. 2004. Dirección de empresas internacionales. Editorial Pearson Educación, Madrid.

Salvatore, D. 1999. Economía internacional. Sexta Edición, Pearson-Educación, Madrid.

Tugores, J. 2002. Economía internacional. Globalización e integración regional. Quinta Edición, McGraw-Hill, Madrid.

Derecho del Comercio Internacional

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Tercer año

Créditos: 03

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: V Ciclo

Requisitos: Introducción al derecho

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 8

Horas presenciales: 3

Horas docente: 3

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Velia Govaere V.

Descripción

El comercio internacional ha experimentado una importante transformación en el transcurso de las últimas décadas, lo cual ha tenido consecuencias tanto para las obligaciones y derechos de los países, como de las empresas e individuos vinculados a los mercados internacionales.

En este curso se analizan los fundamentos principales del derecho de comercio internacional, desde tres perspectivas del sistema multilateral, las transacciones comerciales internacionales y las instituciones que juegan un papel importante en materia del derecho de comercio internacional.

Objetivo general

Analizar los principales derechos y obligaciones que, en el marco internacional, tienen tanto las naciones como las empresas y las personas físicas vinculadas al comercio exterior; así como también el impacto que estas disposiciones pueden tener sobre la estrategia de incursión en los mercados internacionales y la operaciones ordinarias con el exterior de las empresas.

Contenido

- a. Instituciones de naturaleza internacional
 1. Introducción: El GATT de 1947
 2. La OMC
 4. Otras instituciones
 5. La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho del comercio internacional

6. La Cámara de Comercio Internacional de París
- b. Principales Acuerdos de Ronda Uruguay
 1. El Acuerdo sobre la Agricultura
 2. Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
 3. Acuerdos sobre medidas de defensa comercio (subvenciones, antidumping, salvaguardias, medidas compensatorias, etc)
 4. Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
 5. Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio
 6. Otros relevantes
- c. Protección internacional de la propiedad industrial e intelectual
 1. Derechos de propiedad industrial: Patentes, Marcas, "Diseños industriales"
 2. Derechos de propiedad intelectual
 3. Normativa internacional de protección
 - Convenios en materia de propiedad industrial
 - Convenios "unificadores"
 - Convenios "procedimentales"
 - Convenios en materia de propiedad intelectual
 - El Acuerdo ADPIC
- d. Regulación de la competencia desleal
 - En el contexto internacional
 - En Costa Rica
- e. Los sujetos del Comercio internacional
 1. Empresario extranjero persona física
 2. Empresario extranjero persona jurídica
 - Dimensión internacional de las sociedades
 - La contratación internacional: Régimen general
 3. La protección a la inversión extranjera: Los APPRIS
- f. La contratación internacional
 1. La Convención de Viena de 1980 sobre compraventa internacional de mercaderías
 2. Los INCOTERMS
 3. Otras modalidades contractuales: Contratos de distribución, franquicia, el contrato de transporte internacional de mercancías y el contrato de seguro.
- g. Garantías contractuales internacionales. Aspectos generales.

Referencias bibliográficas

Adame Goodard, J. El Contrato de Compraventa Internacional. México, McGraw-Hill.

Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías (Viena 1980)

Esplugues Mota, C. et al. 2006. Derecho del comercio internacional. Segunda Edición, Tirant Lo Blanch, Madrid.

Folsom, R. y Gordon, M. 2006. International Business Transactions: A Problem-Oriented Coursebook. Novena edición, American Casebook Serie, Westpublishing Co.

Govaere Vicarioli, V. 2003. Introducción al Derecho Comercial Internacional, EUNED, San José.

Organización Mundial del Comercio (OMC). 2003. Los Resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales. Éditions Yvon Blais, Ginebra.

Taller de Investigación de Mercados

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Tercer año

Créditos: 04

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: V Ciclo

Requisitos: Estadística aplicada a los negocios

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 10

Horas presenciales: 5 (horas práctica: 2; horas laboratorio:3)

Horas docente: 5 (horas presenciales:3; horas virtuales:2)

Horas de estudio independiente: 5

Laboratorio: Tipo C

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Ronald Arce

Descripción

Este curso aborda desde un enfoque totalmente práctico los elementos que deben ser considerados al realizar investigaciones de mercado y detectar oportunidades comerciales, así como algunas técnicas para mejorar las destrezas en esta materia.

La investigación de mercados es una técnica que permite recopilar datos, tanto cuantitativos como cualitativos sobre un producto, segmento o mercado, que se deseen conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. A través de ésta las empresas fortalecen su capacidad para enfrentar el proceso de internacionalización desde una plataforma más sólida y le permite a las empresas contar con mayores elementos de juicio para elaborar su estrategia de penetración de mercados o de mercadeo internacional.

Se pretende que el estudiante elabore una investigación de mercados a lo largo del ciclo lectivo y el docente sea la guía de este proceso investigativo. De manera que los conocimientos y destrezas se adquieran de una experiencia lo más cercana posible a la realidad que el futuro deberán enfrentar. Cabe indicar que una parte de de la horas de práctica del curso se reforzarán a través de clases virtuales o bimodales.

Objetivo general

Realizar un estudio o investigación de mercado que facilite la identificación y selección de las oportunidades comerciales orientadas a lograr una inserción exitosa de algún producto o grupo de productos en los mercados

externos, con el fin de mejorar las destrezas de los estudiantes y su capacidad investigativa.

Contenido temático

- a. Introducción a la investigación de mercados
 - 1. Concepto de investigación de mercados
 - 2. Utilidad y aplicaciones
 - 3. Metodologías para aplicar la investigación de mercados
 - 4. Cuestiones éticas de la investigación de mercados

- b. Elaboración de la investigación de mercados
 - 1. Definición del producto, segmento y mercado
 - 2. Definición de la metodología a aplicar
 - Técnicas cualitativas
 - Técnicas cuantitativas
 - 3. Análisis de la información: univariadas, bivariadas, análisis causal.
 - 4. Conclusiones o recomendaciones derivadas del análisis de la información
 - 5. Presentación de los resultados
 - Tipos de informe
 - Estructura del informe
 - Informe escrito, reglas de redacción
 - Uso de tablas y gráficos
 - Presentación oral de los resultados

Referencias bibliográficas

Ferré Trenzana, J. 2000. Investigación de mercados estratégicos: cómo utilizar de forma inteligente la información de los estudios de mercado. Departamento de Promoción Comte Borrell, Barcelona.

Llamazares García-Lomas, O. 2002. La investigación de mercados exteriores. Segunda edición, Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid.

PROCOMER. 2000. Metodología para la identificación de oportunidades comerciales, Promotora de Comercio Exterior, San José, Costa Rica.

Trespalacios Gutiérrez, J. et al. 2005. Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de información para la toma de decisiones en marketing. Paraninfo, Madrid.

Logística y Distribución

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Tercer año	Horas presenciales: 3 (horas teoría: 2; horas práctica:1)
Créditos: 03	Horas docente: 3
Tipo de curso: Regular	Horas de estudio independiente: 5
Naturaleza: teórico-práctico	Asistencia: Obligatoria
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Profesor: Margarita Libby
Periodo lectivo: V ciclo	
Requisitos: Ninguno	

Descripción

Dentro de las actuales condiciones del comercio mundial, una adecuada gestión de los procesos logísticos de abastecimiento, transporte y distribución permiten incrementar la eficiencia y el nivel de servicio brindado por las organizaciones empresariales, pues las posiciona como líderes en una de las áreas de mayor impacto estratégico en los negocios globales.

En respuesta al desafío planteado, el curso privilegia el análisis de los aspectos distintivos de la logística actual y sienta las bases y las acciones conducentes a establecer una apropiada estrategia y manejo de las cadenas de abastecimiento y distribución de bienes y servicios internacionales. Lo anterior mediante el análisis de la estructura operativa del transporte y distribución de cargas en el ámbito nacional, regional y mundial, incorporando conceptos y desarrollos que permitan mejorar el desempeño efectivo de las empresas y sectores productivos inmersos en el comercio mundial.

Para una mejor comprensión de los conceptos el curso utilizará el método de análisis de casos.

Objetivos generales

Conocer las herramientas que permitan la inserción eficaz de los procesos logísticos primarios de las empresas, dentro de la compleja estructura de las redes logísticas internacionales.

Estudiar como la dinámica de los mercados, los cambios en los escenarios económicos, la regionalización de las operaciones y la evolución de los recursos operativos y tecnológicos aplicados a los negocios internacionales, impactan los eslabones de la cadena logística de abastecimiento y distribución.

Contenido

- a. Impacto de la logística en el comercio mundial
 - 1. Conceptos generales.
 - 2. Estructura de una Red Logística.
 - 3. Análisis sistémico del sistema de transporte dentro de la red logística.
 - 4. Impacto en nivel de servicio y los inventarios.
 - 5. Regionalización de operaciones y globalización de mercados.
 - 6. Tendencias.
 - 7. Impacto del transporte en el costo logístico.

- b. Infraestructura del transporte de cargas
 - 1. Red nacional de transporte.
 - 2. Sistema de Mantenimiento: Puertos, vías navegables y aeropuertos.
 - 3. Impacto en la estructura de costos del sistema de transporte.
 - 4. Integración regional: pasos fronterizos, corredores viales y de navegación. Problemáticas regionales.

- c. Transporte marítimo, aéreo, carretero y ferroviario
 - 1. Características de cada modo – Recursos, unidades, velocidad, capacidad y costos asociados-
 - 2. Clasificación.
 - 3. Sistemas de manipuleo propios y de terminales.
 - 4. Infraestructura básica.
 - 5. Trazabilidad de cargas y unidades.
 - 6. Planificación y sistematización de sus operaciones.
 - 7. Impacto del packaging y la unitarización de las cargas.
 - 8. Carga full y mixta con pasajeros.
 - 9. Líneas, frecuencias y alcances.
 - 10. Interrelación con otros modos.
 - 11. Problemática y tendencias nacionales y en la región.

- d. Transporte multimodal: nacional y regional
 - 1. Conceptos generales.
 - 2. Modalidades operativas.
 - 3. Incoterms.
 - 4. Infraestructura.

5. Legislación y aplicaciones.
 6. Operadores.
 7. Costos.
 8. Normas aduaneras.
 9. Conflictos de cruces de frontera.
 10. Documentación.
 11. Demoras.
 12. Integración regional.
 13. Tendencias y diferencias operativas. Impacto de los desbalances de flujos.
 14. Impacto de las demoras en nivel de servicio y nivel de los inventarios.
 15. Alternativas.
- e. Carga y transporte
1. Definición y alcance.
 2. Impacto del tipo y característica de la carga dentro del sistema de transporte.
 3. Cargas peligrosas, refrigeradas, graneles, paquetería.
 4. Impacto en los costos.
 5. Interrelación con el packaging.
- f. Distribución física
1. Problemática de la distribución urbana.
 2. Legislación.
 3. Definiciones logísticas básicas.
 4. Alineación con las necesidades de los mercados u usuarios.
 5. Esquemas operativos: Armado de ruteos, la preparación de pedidos, tipo de productos (graneles, bultos, específicos) y zonas-áreas de distribución.
 6. Análisis de flota propia o contratada. Índices de gestión.
 7. Análisis FODA de una "tercerización" total o parcial.
 8. Problemática de la estandarización de unidades.
- g. Costos y aspectos económico – financieros
1. Factores de costo.
 2. Estructura- impacto de los costos fijos, variables y de estructura.
 3. Diferencias regionales.
 4. Armado de tarifas por distancia, peso-volumen, servicio.
 5. Criterios para elaborar matrices de costos.
 6. Análisis de inversiones, conceptos de rentabilidad y retorno.
- h. Aspectos legales vinculados al transporte
1. Contrato de seguros.

2. Importancia en el componente costos y/o precio.
 3. Cláusulas más usuales, reaseguros, cargas y obligaciones en casos de siniestros.
 4. Legislación de tránsito, transporte nacional e internacional.
 5. Oferta y demanda, como pasos para la celebración del contrato de transporte y logística y su relación al Supply Chain Management.
 6. Contratos y órdenes de compra.
 7. Responsabilidad y seguros (dadores, operadores y terceros).
- i. Calidad y nivel de servicio en el transporte y la distribución.
- a. Calidad, Costo, Productividad y Competitividad.
 - b. Matrices para la calidad.
 - c. Cliente-Proveedor. Cliente interno.
 - d. Costos de la no-calidad.
 - e. Medición del nivel de servicio y costos de insatisfacción.
 - f. Análisis de causas de incumplimiento de entregas y de productos rechazados.
 - g. Flexibilidad ante urgencias y/o cambios.
 - h. Proceso de certificación y calificación de proveedores.
 - i. Criterios de búsqueda y selección.
 - j. Análisis de capacidad y calidad.
 - k. Análisis de la estructura de costos de proveedores y la gestión de sus procesos.

Referencias bibliográficas

De Juan Vigaray, Ma. D. 2004. Comercialización y Retailing: Distribución Comercial Aplicada. Pearson, México D.F.

Ballou, R. 2004. Logística: Administración de la cadena del suministro. Quinta Edición, Pearson, México D.F.

Sim, N. y McLeavey, P. 1997. Planeación de la Producción y Control de Inventarios. Segunda Edición, Pearson, México D.F.

Stern, Lewis et al. 1998. Canales de Comercialización. Quinta Edición, Pearson, México D.F.

Herramientas del Comercio Internacional

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Tercer año

Créditos: 03

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico-práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: VI Ciclo

Requisitos: Derecho del comercio internacional

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 8

Horas presenciales: 3 (horas teoría: 2; horas práctica: 1)

Horas docente: 3

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Fernando Ocampo S.

Descripción

Este curso analiza con alto nivel de detalle las disposiciones e instrumentos relacionados con el acceso a mercados. Específicamente los mecanismos de protección y apertura de los mercados materializados a través de restricciones cuantitativas y otras medidas no arancelarias utilizadas en el comercio internacional contemporáneo, las medidas antidumping, de salvaguardias, los subsidios y medidas compensatorias, entre otros.

Por medio de un enfoque que ilustra la teoría con casos de la realidad circundante se analizarán cada una estas herramientas del comercio internacional.

Objetivos generales

Proveer los conocimientos básicos para la invocación y/o utilización de las herramientas del comercio internacional en el proceso de acceso a los mercados.

Analizar los efectos que la aplicación de las herramientas del comercio internacional tienen sobre los sectores, el comercio y la economía en general, sean éstas utilizadas con fines proteccionistas o de liberalización.

Contenido temático

- a. Medidas que afectan a las importaciones
 1. Procedimientos aduaneros
 2. Valoración en aduana
 3. Normas de origen

4. Aranceles
 - Aplicados y consolidados
 - Arancel efectivo
 - Ad valorem, compuestos, mixtos, específicos
 - Margen de preferencias
 5. Otras cargas que afectan a las importaciones: impuestos internos, sobretasas, canones, etc.
 6. Licencias de importación, restricciones y prohibiciones
 7. Medidas antidumping
 8. Medidas compensatorias
 9. Medidas de salvaguardia
 - Salvaguardias globales
 - Salvaguardias bilaterales
 - Salvaguardias especiales
 10. Reglamentos técnicos y normas
 11. Medidas sanitarias y fitosanitarias
- b. Medidas que afectan las exportaciones
1. Registro, documentación y licencias de exportación
 2. Cargas o impuestos a las exportaciones y precios mínimos
 3. Prohibiciones y otras restricciones a la exportación
 4. Subvenciones y otros beneficios fiscales asociados a la exportación
 5. Financiación, seguros, promoción y otras medidas
- c. Subsidios a la producción o ayudas internas

Referencias bibliográficas

Organización Mundial del Comercio (OMC). 2007. Examen de las políticas comerciales de Costa Rica. OMC, Ginebra. Disponible en la siguiente dirección electrónica:
http://www.sice.oas.org/ctyindex/CRI/CRINatIDocs_s.asp

Finger, M. y Nogues, J (editores). 2005. Safeguards and Antidumping in Latin American Trade Liberalization: Fighting Fire with Fire. Banco Mundial, Washington, D.C.

Tratados de Libre Comercio suscritos por Costa Rica. Disponibles en la siguiente dirección electrónica: <http://www.comex.go.cr/>

OECD. 2007. Do Bilateral and Regional Approaches for Reducing Technical Barriers to Trade Converge Towards the Multilateral Trading System? Working Paper No. 58.

Secilio, G. 2005. La calidad en alimentos como barrera para-arancelaria. Serie de estudios y perspectivas CEPAL, Buenos Aires.

Sitios Web recomendados:

Banco Interamericano de Desarrollo. Barreras no arancelarias, Marzo 2008.

<http://www.iadb.org/int/commerce/dictionary.cfm?language=spanish&category=3&topics=MNA>

Organización Mundial del Comercio (OMC). Marzo, 2008.

<http://www.wto.org/indexsp.htm>

Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OECD). Marzo 2008. <http://www.oecd.org/home/>

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. Marzo, 2008-03-31

<http://www.comex.go.cr>

Ministerio de economía de Costa Rica. Marzo 2008.

<http://www.meic.go.cr/>

Ministerio de Agricultura de Costa Rica. Marzo 2008.

<http://www.mag.go.cr/>

Derecho Aduanero

Código de carrera:	Requisitos: Introducción al derecho
Código de curso:	Correquisitos: Ninguno
Nivel: Tercer año	Total de Horas: 8
Créditos: 03	Horas presenciales: 3
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: VI Ciclo	Profesor: Ronald Garita

Descripción

En este curso se hace un recorrido sobre los aspectos teóricos, legales y de procedimiento más importantes que regulan la entrada y salida de mercancías del país. Al tiempo que se hace referencia a los principales trámites administrativos, las diferentes dependencias institucionales encargadas de la función aduanera y los regímenes aduaneros existentes en Costa Rica.

Objetivo general

Mostrar las obligaciones y derechos más importantes a los que se encuentran sujetos los operadores del comercio internacional en las aduanas costarricenses.

Exponer los procedimientos aduaneros más relevantes con el fin de facilitar el desempeño efectivo de las empresas y sectores productivos en sus transacciones con el mercado internacional.

Contenido temático

- a. Aspectos fundamentales del derecho aduanero. Concepto y naturaleza jurídica. Relación con otras disciplinas. Fundamentos constitucionales.
- b. La institucionalidad aduanera en Costa Rica
- c. Ley General de Aduanas y su reglamento
- d. Otras normas y regulaciones aduaneras relevantes
- e. El proceso de modernización aduanera en Costa Rica
- f. Principales disposiciones aduaneras de los Tratados de Libre Comercio suscritos por Costa Rica

- g. Despacho de mercancías
- h. Base gravable del impuesto a la importación
- i. Regímenes aduaneros
- j. Concepto de depósito fiscal
- k. Los agentes aduaneros
- l. Infracciones y sanciones
- m. Recurso administrativo
- n. Procedimiento administrativo

Referencias bibliográficas

Bibiloni, M. 2005 Aspectos aduaneros, tributarios y cambiarios del comercio exterior. Errepar - Guía Práctica S.A. Buenos Aires.

Contraloría General de la República. 2002. El sistema tributario costarricense: contribuciones al debate nacional. Segunda edición, CGR. San José, C.R.

Ley General de Aduanas. Ley No. 7557 y sus reformas del 08 de noviembre de 1995. San José, C.R.

Ministerio de Hacienda. Dirección General de Aduanas. 2005. Manual de procedimientos aduaneros. San José, C.R.

Sitios web recomendados:

Actualidad aduanera. Net. Marzo 2008.

http://www.actualidadaduanera.com/main.php?action=&catid=230&template=cat_default.tpl

Dirección General de Aduanas . Ministerio de Hacienda. Marzo, 2008

<https://www.hacienda.go.cr/Msib21/Espanol/Direccion+General+de+Aduanas/BIENVENIDA.htm>

Finanzas Internacionales

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Tercer año

Créditos: 04

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: Práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: VI Ciclo

Requisitos: Mercadeo

**Internacional, Taller de
Investigación de Mercados**

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 10

**Horas presenciales: 5 (horas
práctica:2; horas laboratorio: 3)**

**Horas docente: 5 (horas
Presenciales:3; horas virtuales:2)**

Horas de estudio independiente: 5

Laboratorio: Tipo C.

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Adrián Moya R.

Descripción

Exponer y analizar los principales enfoques e instrumentos analíticos sobre la financiación internacional y la movilización del capital financiero a escala internacional, introduciendo también los principales problemas globales de la economía internacional actual.

Objetivo general

Analizar el entorno externo de la economía y su impacto (fortalezas, oportunidades, debilidades, riesgos: FODAR) en la determinación del equilibrio macroeconómico en una economía abierta.

Contenido temático

- a. Introducción a Las Finanzas Internacionales
- b. Sistema Monetario Internacional
- c. Tipos de Cambio
- d. La Balanza de Pagos
- e. El Mercado de Divisas
- f. Mercados Monetarios
- g. Tópicos de Finanzas Internacionales

Referencias bibliográficas

- ❖ Appleyard, Dennis R. y Field, Alfred J. **Economía Internacional**, 1ª edición, editorial Mc Graw Hill, España 1997.
- ❖ Bailey, R. E. **The Economics of Financial Markets**, editorial Cambridge University New York, Estados Unidos de América 2005.
- ❖ Banco Interamericano de Desarrollo (BID). **Gestión de riesgos financieros: un enfoque práctico para países latinoamericanos**, editorial Grupo Santander, Washington 1999.
- ❖ De la Torre, Antonio. **Operaciones de permuta financiera (swaps)**, editorial Ariel Economía, España 1996.
- ❖ Eichengreen, Barry. **La Globalización del Capital: historia del sistema monetario internacional**, editorial Antoni Bosch, España 1996.
- ❖ Eiteman, David – Stonehill, Arthur y Eun, Cheol. **Las finanzas de las empresas multinacionales**. 5ª edición, editorial Addison Wesley Longman, México 1998.
- ❖ Gutiérrez M., Luis Fernando. **Finanzas prácticas para países en desarrollo**, editorial Norma, Colombia 1992.
- ❖ Kozikowski, Zbigniew. **Finanzas Internacionales**, 2 da. Edición, Edición Mc Graw Hill, México 2007-
- ❖ Levi, Maurice D. **Finanzas Internacionales**, 3 era. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México 1999.
- ❖ Murphy, John. **Análisis técnico de los mercados financieros**, editorial Gestión 2000, España 2000.
- ❖ Riehl, H. y Rodríguez, R.M. **Mercados de divisas y mercados de dinero: operaciones de monedas nacionales y extranjeras**, editorial Mc Graw Hill, España 1990.
- ❖ Sharpe, William F. **Teoría de cartera y del mercado de capitales**, editorial Mc Graw Hill, España 1976.
- ❖ Vilariño S., Angel. **Turbulencias Financieras y Riesgos de Mercado**, editorial Pearson Educación, España 2001.

Política Comercial

Código de carrera:	Requisitos: Ninguno
Código de curso:	Correquisitos: Ninguno
Nivel: Tercero año	Total de Horas: 8
Créditos: 03	Horas presenciales: 3
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: VI Ciclo	Profesor: Vinicio Sandí M.

Descripción

Este curso hace una identificación de los instrumentos de política comercial que utilizan los gobiernos para fomentar el desarrollo de sus sector exportador y la inserción de su economía en los mercados internacionales.

Tiene un especial énfasis en el análisis de la política comercial externa de Costa Rica de las últimas décadas, tanto a nivel multilateral como regional o bilateral y sus repercusiones sobre la economía nacional; así como también los principales actores que participan en la determinación de esta política. Como complemento a las clases de contenido teórico los estudiantes deben realizar estudios de campo sobre los instrumentos de política comercial externa que actualmente aplica Costa Rica.

Objetivo General

Identificar los instrumentos de política comercial externa de Costa Rica y propiciar el análisis y la aplicación de los mismos, para promover la discusión de los efectos que esta política tiene sobre la economía, en general, y sobre las empresas u organizaciones, en particular.

Contenido temático

- a. La política comercial externa, sus principios y objetivos
- b. Instrumentos de la política comercial externa
 - Instrumentos autónomos
 - Instrumentos contractuales.

- c. Implicaciones de la Política Comercial sobre la economía costarricense.
- d. Evolución de la política comercial: el caso de Costa Rica
 - Panorama general
 - El cambio de modelo exportador
 - Los tratados de libre comercio firmados y en negociación
 - Evolución y estado actual de la integración económica centroamericana. La Unión Aduanera Centroamericana.
 - Las negociaciones multilaterales de la Ronda Doha para el Desarrollo
- e. La política de atracción de inversión extranjera directa
- f. Los regímenes especiales de incentivos a la exportación
- g. Perspectivas de la política comercial costarricense. Las negociaciones con algunos países de Asia.

Referencias bibliográficas

CEPAL. 2004. La integración centroamericana: beneficios y costos. Sede Subregional de la CEPAL en México. México, D.F.

Lizano Fait, E. y López, G (editores). 2003. Economía Costarricense y el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos. Academia de Centroamérica, San José.

Organización Mundial del Comercio (OMC). 2007. Examen de las políticas comerciales de Costa Rica. OMC, Ginebra. Disponible en la siguiente dirección electrónica:
http://www.sice.oas.org/ctyindex/CRI/CRINatIDocs_s.asp

Sitios Web recomendados:

Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE), Marzo 2008.
<http://www.cinde.org/>

Ministerio de Comercio Exterior, Marzo 2008. <http://www.comex.go.cr/>

Promotora de Comercio Exterior, Marzo 2008. <http://www.procomer.com/>

Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). Marzo 2008,
<http://www.sieca.org.gt/site/>

Negocios Corporativos

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Cuarto año	Horas presenciales: 3 (horas teoría:2, horas práctica: 1)
Créditos: 03	Horas docente: 3
Tipo de curso: Regular	Horas de estudio independiente: 5
Naturaleza: teórico-práctico	Asistencia: Obligatoria
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Profesor: Carlos Murillo
Periodo lectivo: VII ciclo	
Requisitos: Ninguno	

Descripción

A través de la política de atracción extranjera directa y del proceso de apertura de su economía, el país ha logrado que grandes compañías globales decidan abrir operaciones en el territorio nacional. Tanto éstas como otra gran cantidad de empresas globalizadas, operan en el entorno internacional y, por lo general, tienen una cultura de negocios diferente a la observada en las empresas nacionales.

El principal aporte de este curso será el dar a conocer y comprender cómo operan estas grandes corporaciones y cuál es su visión de negocios, mediante el estudio de casos cercanos a la realidad.

Objetivos generales

Analizar el papel y las tendencias de las empresas globalizadas en el entorno nacional e internacional y su efecto sobre los mercados, con el propósito de conocer sus dinámicas de operación y forma de hacer negocios.

Contenido temático

- a. Globalización y valores organizacionales
- b. El tamaño de la empresa: multinacionales, transnacionales e internacionales
- c. Ambientes de negocios
- d. Estrategias diferenciadas para su manejo
- e. Empresas multiculturales
- f. Manejo interno de las diferencias de identidad nacional
- g. Gobierno corporativo.

- h. Organización de la corporación de negocios
- i. Nuevo concepto de alto nivel para presidir, dirigir o gestionar organizaciones
- j. Factores de éxito en empresas perdurables
- k. Capital relacional, estructural y humano y estrategias de gestión

Referencias bibliográficas

Bartlett, C. y Ghoshal, S. 2002. *Managing Across Borders: The Transnational Solution*. Segunda Edición, Harvard Business School Press.

Griffin, R. y Ebert, R. 2005. *Negocios*. Séptima edición, Pearson Prentice-Hall, México D.F.

Keegan, Warren J. y Schlegelmich, B. 2001. *Global Marketing Management: A European Perspective*, Pearson Education, Londres.

Ghemawat, P. et al. 2000. *La estrategia en el panorama del negocio: Textos y casos*. Prentice-Hall, México D.F.

Comercio y Ambiente

Código de carrera:	Requisitos: Ninguno
Código de curso:	Correquisitos: Ninguno
Nivel: Cuarto año	Total de Horas: 8
Créditos: 03	Horas presenciales: 3
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: VII Ciclo	Profesor: Alexander López

Descripción

La relación entre comercio y medio ambiente es amplia y, por lo general, abarca todas aquellas externalidades negativas que pueden provocar las actividades económicas. Dichas externalidades son costos derivados de la actividad de una unidad económica que afectan a otras unidades, o al conjunto de la sociedad, y que no se valoran a través del sistema de precios. Su existencia da lugar, pues, a una disparidad entre costos privados y costos sociales que requiere de la regulación pública en aras del bienestar general.

La sobreexplotación de recursos, la contaminación y ciertos indicios de un cambio climático son algunos de los impactos sobre el ecosistema que se buscan mitigar a través de normas ambientales.

En este curso se analizan las interrelaciones entre el comercio y el ambiente, los aspectos regulatorios y su incidencia sobre las políticas nacionales y el desempeño de las empresas.

Objetivos generales:

Reconocer la importancia del vínculo entre el comercio y el ambiente, con miras al desarrollo de capacidades para negociar e implementar, tanto en el ámbito público como en el privado, políticas comerciales ambientalmente sostenibles.

Contenido temático:

- a. Contexto regional e internacional
- b. El vínculo comercio y ambiente

- Bienes ambientales
 - Normas internacionales y reglamentos técnicos
 - Inversiones extranjeras
- c. El ambiente en la agenda comercial multilateral
 - d. Convenios internacionales para protección del ambiente
 - e. El ambiente dentro de los Tratados de Libre Comercio firmados por Costa Rica
 - f. Efectos ambientales de la liberalización del comercio
 - g. Comercio, ambiente y desarrollo sostenible
 - h. Las preocupaciones ambientales recientes: cambio climático, el agua y otros recursos naturales.

Referencias bibliográficas

Banco Mundial, Programa Ambiental de Naciones Unidas y ICTSD. 2007. International Trade, Climate Change and Global Competitiveness. Seminario realizado en Ginebra en octubre del 2007. Documentación disponible, a Marzo 2008, en: <http://www.ictsd.org/dlogue/2007-10-04/2007-10-04doc.htm>

Busse, M. 2004. Trade, environmental regulations and the World Trade Organization : new empirical evidence. Working Paper, Banco Mundial, Washintong. D.C.

Centro Mexicano de Derecho Ambiental, CIEL e Instituto Nacional de Ecología. 1995. Comercio y Medio Ambiente. Derecho, Economía y Política. México, D.F. Disponible en línea en: http://www.ine.gob.mx/publicaciones/consultaPublicacion.html?id_pub=4&id_tema=5&dir=Consultas

OECD. 2005. Trade that Benefits the Environment and Development: Opening Markets for Environmental Goods and Services. OECD Publication, Paris.

Wilk, D. 2005. Comercio y medio ambiente en América Latina y el Caribe: prioridades y retos. Banco Interamericano de Desarrollo- Red de Medio Ambiente del Diálogo Regional de Política. Washington. D.C.

Wilson, J., Tsunehiro, O, y Sewadeh, M. 2002. Dirty exports and environmental regulation : do standards matter to trade?. Working Paper, Banco Mundial, Washintong. D.C.

Sitios Web recomendados:

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

<http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=1972&lang=3>

International Centre for Trade and Sustainable Development (ICTSD)

<http://www.trade-environment.org/page/legal/international.htm>

Solución de Controversias Comerciales

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Cuarto año	Horas presenciales: 3
Créditos: 03	Horas docente: 3
Tipo de curso: Regular	Horas de estudio independiente: 5
Naturaleza: teórico	Asistencia: Obligatoria
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Profesor: Marcela Chavarría
Periodo lectivo: VII Ciclo	
Requisitos: Derecho público internacional/Derecho del comercio internacional	

Descripción

En este curso se analizan las diversas formas de solucionar disputas de carácter internacional distintas al método jurisdiccional que ofrece el Derecho Internacional, sean éstas entre Estados o entre sujetos del derecho privado. A su vez, se analizan los distintos mecanismos de solución de controversias que ofrecen los diversos tratados sobre libre comercio, los acuerdos para la protección recíproca de las inversiones y el sistema multilateral de comercio.

Finalmente, se analizan los mecanismos de solución de controversias de carácter privado que ofrecen las diversas convenciones interamericanas.

Objetivos generales

Reconocer las diferentes opciones para solucionar, por la vía pacífica, las controversias comerciales internacionales ya sea entre los Estados, o entre éstos y las personas físicas o jurídicas, así como también aquellas derivadas exclusivamente de la actividad entre privados.

Contenido temático

- a. Naturaleza de la solución de controversias
 1. La doctrina consuetudinaria del arreglo pacífico de las controversias internacionales.
 2. Codificación del principio.
 3. La regla contenida en el artículo 33 de la Carta de las Naciones Unidas.

- b. Solución de controversias entre los estados y entre nuevos sujetos de derecho internacional.
 - 1. Los métodos diplomáticos y los métodos jurisdiccionales.
 - 2. El arbitraje en el Sistema Interamericano.
 - 3. Examen crítico de la función y jurisprudencia de la Corte Internacional de Justicia.
 - 4. Especialización de los órganos dirimientes de controversias en materia económica y en materia de Derechos Humanos.

- c. Solución de controversias entre particulares. El arbitraje privado internacional.

- d. Métodos alternativos de solución de controversias en materia de comercio internacional.
 - 1. El mecanismo de Solución de Controversias de la OMC.
 - 2. Los mecanismos de solución de controversias de los TLC suscritos por Costa Rica.
 - 3. El Mecanismo de Solución de Controversias Centroamericano
 - 4. Los tratados bilaterales en las materias de Inversión
 - 5. El convenio sobre Arreglo de Diferencias relativas a las Inversiones entre Estados y nacionales de otros Estados. (CIADI).

- e. El arbitraje comercial en el sistema interamericano.
 - 1. Convención Interamericana sobre Arbitraje Comercial Internacional.
 - 2. Convención sobre el Reconocimiento y Ejecución de las Sentencias Arbitrales Extranjeras.
 - 3. Convención Interamericana sobre Eficacia Extraterritorial de las Sentencias y Laudos Arbitrales Extranjeros.

- f. La experiencia de Costa Rica en materia de solución de controversias comerciales: análisis de casos

Referencias bibliográficas

- Boggiano, A. 2006. Curso de derecho internacional privado. Quinta edición, Lexis Nexos, Buenos Aires.
- González, A. 2006. La solución de controversias en los acuerdos regionales de América Latina con países desarrollados. Series CEPAL. Santiago.

Granato, L. 2005. Protección del inversor extranjero y arbitraje internacional en los Tratados Bilaterales de Inversión. Eumet.net. Disponible en línea, a Marzo 2008, en: <http://www.eumed.net/libros/2005/lg/>

Lacarte, J. y Granados, J. 2004. Solución de Controversias Comerciales e Inter-Gubernamentales: Enfoques Regionales y Multilaterales. BID-Intal, Washington, D.C.

Sitios Web recomendados:

Centro de Arbitraje y Mediación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual <http://www.arbiter.wipo.int>

Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones <http://www.worldbank.org>

Ministerio de Comercio Exterior.
<http://www.comex.go.cr/acuerdos/comerciales/centroamerica/solucion/default.htm>

Tribunal Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional <http://www.iccwbo.org>

Organización Mundial del Comercio (OMC).
http://www.wto.org/spanish/tratop_s/dispu_s/dispu_s.htm

Medios de Pago Internacionales

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Cuarto año	Horas presenciales: 3(Horas teoría: 2,
Créditos: 03	Horas práctica: 1)
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: VII Ciclo	Profesor: Claudio Fernández
Requisitos: Ninguno	

Descripción

El curso aborda los aspectos operativos básicos de los medios y modalidades de pago en el comercio internacional como agente directo de la economía de los estados y base de las relaciones económicas internacionales contemporáneas.

Los conceptos serán abordados a través del análisis de casos prácticos por parte de los estudiantes, con el fin de lograr un mayor acercamiento con la realidad.

Objetivos:

Comprender la importancia, características y usos de los medios y modalidades de pago internacional con el fin de poder hacer una elección y uso adecuado de éstos para la toma de decisiones efectivas y eficientes en el proceso de comercialización internacional; así como analizar sus recientes tendencias.

Contenidos:

- a. Base introductoria sobre el dinero, la banca y su rol en el comercio internacional y los factores que determinan la escogencia de los medios de pago.
- b. Modalidades de pago:
 1. Carta de crédito
 - i. Conceptualización
 - ii. Tipos y clasificación
 - iii. Garantías
 - iv. Compromisos de los importadores y exportadores
 - v. Función de los bancos

- vi. Costos y beneficios
- vii. Ventajas y desventajas
- 2. Cobranza
 - i. Definición conceptual
 - ii. Clasificación
 - iii. Garantías
 - iv. Compromisos de los importadores y exportadores
 - v. Función de los bancos
 - vi. Ventajas y desventajas
- c. Medios de pago:
 - i. Cheque: Definición y Tipos de cheques para el comercio internacional
 - ii. Transferencias bancarias: Ventajas y desventajas
 - iii. Giros bancarios
 - iv. Letra de cambio como instrumento de garantía
 - v. Orden de pago
- d. Normativa internacional sobre medio de pagos
- e. Tendencias de los medios de pago actuales.

Referencias bibliográficas

Arese, H. 2001. Comercio y Marketing Internacional. Editorial McGraw-Hill, México D.F.

Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. 2004. Negocios Internacionales. Décima edición. Editorial Pearson-Educación, México D.F.

Díez Mier. Miguel Angel. 1996. Técnicas de Comercio Exterior (Vol I). Pirámide, Madrid.

Rivera Varela, José. 2003. Contratación y medios de pago internacionales. Editorial Investigaciones Jurídicas, San José.

Geografía Política

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Cuarto año	Horas presenciales: 3
Créditos: 03	Horas docente: 3
Tipo de curso: Regular	Horas de estudio independiente: 5
Naturaleza: teórico	Asistencia: Obligatoria
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Profesor: Aurora Hernández
Periodo lectivo: VII Ciclo	
Requisitos: Ninguno	

Descripción:

Introducir al estudiante en el análisis de la geografía política partiendo de una aproximación a esta materia desde la escala global, del Estado-Nación y de lo local. Esta área de la ciencia se concibe como aquella interesada en la forma en que se manifiestan espacialmente las relaciones de poder de la sociedad actual, principalmente las orientadas a los planos político y económico.

El propósito es que el curso provea a los estudiantes los conocimientos teóricos para poder evaluar los factores que intervienen en la dinámica política global y regional. Esto con la finalidad que puedan reflexionar sobre los impactos que estas relaciones espaciales de poder puedan tener sobre los procesos comerciales y el clima de negocios.

Objetivos Generales:

Analizar, a partir de los conocimientos teóricos adquiridos, la configuración y dinámica de las relaciones espaciales de poder a nivel global y local. De manera que desde una perspectiva espacial, se puedan identificar los factores políticos y económicos que intervienen en la dinámica global y regional.

Incorporar los impactos que la geografía política y los conflictos político-territoriales dentro del análisis de los procesos comerciales y de clima de negocios.

Contenidos

El curso se ha dividido en tres unidades temáticas:

- a. Evolución y contenido actual de la Geografía Política
 - 1. Introducción a la geografía política: su definición como disciplina
 - 2. Evolución de la geografía política y de sus contenidos
 - 3. Introducción a la Geopolítica: su evolución y contenidos como elementos diferenciadores de la Geografía Política.
 - 4. Geografía política como sistema de organización social y económica: minisistemas, imperios-mundo y economía-mundo.
- b. Territorio y Estado desde la perspectiva de la Geografía Política
 - 1. Formación del Estado-Nación
 - 2. Teorías de la Geografía Política sobre el Estado
 - 3. Introducción a los conceptos de Centro, Periférica, Desarrollo, Subdesarrollo, Límites y Fronteras, Núcleo y Capitalidad.
- c. El Estado, las regiones y localidades en las relaciones internacionales
 - 1. Orden Político Internacional
 - 2. La búsqueda de la Hegemonía
 - 3. Hipótesis de poder marítimo, terrestre, espacial, expansionismo.
 - 4. Investigación y desarrollo como elemento potenciador de las economías estatales y regionales.
 - 5. Estado, regiones y localidades en la globalización.
 - 6. Estados y comercio internacional: complementación e integración económica
 - 7. Conflictos político-militares y sus impactos en la economía-mundo
 - 8. Las resistencias
- d. Análisis de casos que contribuyan a la comprensión de la materia en estudio.

Referencias bibliográficas:

Agnew, J. 2005. Geopolítica: una re-visión de la política mundial. Trama Editorial, Barcelona.

Sassen, S. 2001. ¿Perdiendo el control? La soberanía en la era de la globalización. Ediciones Bellaterra, S.A., Barcelona.

Taylor, P. 2002. Geografía Política: Economía – mundo, Estado –Nación y localidad. Segunda Edición. Editorial Trama, Madrid.

Wallerstein, I. 2004. Capitalismo Histórico y Movimientos Antisistémicos: Un Análisis de Sistemas del Mundo. Ediciones Akal, S.A. Madrid.

Wallerstein, I. 2005. La Decadencia del Poder Estadounidense: Estados Unidos en un mundo caótico. Libros Arces-Lom. Santiago.

Wallerstein, I. 2006. Estados Unidos Confronta Al Mundo. Siglo XXI. México.

Responsabilidad Social Empresarial

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Cuarto año

Créditos: 03

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico-práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: VIII ciclo

Requisitos: Ninguno

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 8

Horas presenciales: 3 (Horas Teoría: 2,

Horas Práctica: 1)

Horas docente: 3

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Fernando Ocampo S.

Descripción

En el curso se muestran los fundamentos de la responsabilidad social empresarial (RSE) entendida como el compromiso de las empresas de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias y la comunidad en general. Se trata como lo señala la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED) de una nueva forma de hacer negocios, donde la empresa gestiona sus operaciones en forma sostenible en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como son los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores y los clientes. Al tiempo que toma en consideración el ambiente y las generaciones futuras.

También se analiza la responsabilidad social empresarial o corporativa como elemento de ventaja competitiva para las empresas, tanto públicas como privadas desde una perspectiva de gestión sostenible.

La metodología del curso es una combinación de clases magistrales y participativas con estudios de casos de empresas nacionales e internacionales que desarrollan programas de esta índole, con el propósito que el estudiante pueda ejecutar habilidades en términos de resolución de problemas, toma de decisiones y trabajo en equipo.

Objetivos generales

Analizar los fundamentos de la RSE, su desarrollo histórico y las tendencias actuales para el desarrollo de programas de esta naturaleza, así como también los modelos de gestión de la RSE existentes a nivel mundial y enfatizar en el modelo costarricense propuesto por el INCAE-Costa Rica.

Fomentar el uso de herramientas y/o técnicas utilizadas en los procesos de toma de decisiones y comunicación que contribuyan a una gestión sostenible de las empresas.

Contenido

- a. Fundamentos de RSE
 - 1. Principios básicos
 - 2. Aspectos conceptuales
 - 3. Evolución histórica y visión general
 - 4. Principales iniciativas (Códigos, Pacto Mundial)
- b. Modelos de gestión de la RSE. Lineamientos para su aplicación.
- c. La RSE como factor de desarrollo sostenible en la micro y pequeña empresa
- d. Competitividad con RSE
- e. Experiencias comparadas de la RSE en Europa y América Latina
- f. Mercadeo y comunicación
 - 1. Creación y gestión de una marca socialmente responsable
 - 2. Reputación y generación de valor
 - 3. Productos socialmente responsables
 - 4. Política de precios y RSE
 - 5. Comunicación de política socialmente responsable
- g. La RSE desde la sociedad

Referencias bibliográficas

Agencia Española de Cooperación Internacional, Agencia de Cooperación Técnica Alemana y PNUD. 2007. Lineamientos estratégicos para una agenda de responsabilidad social empresarial para Costa Rica, San José.

Artavia, R. 2007. La economía del desarrollo y la responsabilidad social empresarial. Ponencia presentada en el Seminario Internacional de Responsabilidad Social Empresarial: Una gestión comprometida con el desarrollo en Costa Rica. San José.

Kliksberg, B. 2007. La responsabilidad social empresarial: gobernabilidad, pobreza y desarrollo. Seminario Internacional de Responsabilidad Social Empresarial: Una gestión comprometida con el desarrollo en Costa Rica. San José.

Sitios Web recomendados:

Asociación Empresarial para el Desarrollo. Marzo, 2008.
<http://www.aedcr.com/cmsmadesimple/index.php?page=rse>

Práctica Profesional Supervisada

Código de carrera:	Correquisitos: No tiene
Código de curso:	Total de Horas: 10
Nivel: Cuarto año	Horas presenciales: 5 (horas práctica:4; horas teoría: 1)
Créditos: 04	Horas docente: 5
Tipo de curso: Regular	Asistencia: Obligatoria
Naturaleza: teórico-práctico	Profesor: Jeanette Valverde
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	
Periodo lectivo: VIII Ciclo	
Requisitos: Haber aprobado tercer año de la carrera.	

Descripción

El Estatuto Orgánico de la Universidad Nacional (Art. 200, inciso d), señala que para graduarse, cada estudiante tiene el deber de cumplir con el ejercicio profesional supervisado, equivalente a 180 horas como parte de su formación universitaria y de su retribución a la sociedad.

El Reglamento General sobre el Proceso Enseñanza- Aprendizaje del Estudiantado, la define como una práctica académica estudiantil que contribuye a consolidar los conocimientos y destrezas adquiridas, así como el desarrollo de actitudes y valores. Es una experiencia que realiza el estudiante en un ámbito específico de aplicación de su especialidad disciplinaria o profesional, y a su vez, un espacio de aprendizaje que posibilita la proyección social del estudiante.

Específicamente, se trata que el estudiante realice labores propias de un profesional en esta área en alguna empresa u organización, sean de carácter público o privado. Estas labores pueden incluir investigaciones en temas relacionados con la carrera o la prestación de servicios --horas laborales-- en alguna entidad, con miras a poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Al finalizar la práctica el estudiante deberá presentar la investigación o, cuando corresponda, un reporte al profesor-tutor que muestre las labores desempeñadas durante la Práctica Profesional.

Organización

La Práctica Profesional Supervisada, como curso regular obligatorio, se le asignan cuatro (4) créditos en el ciclo lectivo de 18 semanas, equivalente a 180 horas. Esta práctica se puede realizar a partir del sexto ciclo lectivo. Su realización se puede llevar a cabo según dos modalidades:

Modalidad A: consiste en dedicar 4 horas semanales durante el período de 18 semanas.

Modalidad B: dedicar durante un mes, 8 horas diarias.

En las dos modalidades, se deberá cumplir con las 180 horas requeridas.

La actividad que realizan los estudiantes se relacionará con las principales áreas de conocimiento del Plan de Estudios. La manera en que se organiza la práctica será definida en común acuerdo entre la Escuela de Relaciones Internacionales y la empresa u organización que recibe a cada estudiante.

Taller de Técnicas de Negociación Internacional

Código de carrera:

Código de curso:

Nivel: Cuarto año

Créditos: 04

Tipo de curso: Regular

Naturaleza: teórico-práctico

Modalidad: Ciclos de 18 semanas

Periodo lectivo: VIII Ciclo

Requisitos: Ninguno

Correquisitos: Ninguno

Total de Horas: 10

Horas presenciales: 5 (horas teoría:2;

Horas práctica: 3)

Horas docente: 5

Horas de estudio independiente: 5

Asistencia: Obligatoria

Profesor: Juan Luis Zúñiga H.

Descripción

En el campo del comercio y los negocios internacionales, negociar implica desde resolver diferencias públicas hasta acordar compromisos comunes. La negociación es el método más natural y menos peligroso para conducir las relaciones entre los distintos agentes internacionales. Esta no es ajena a la autoridad, derecho, o uso de la fuerza, sino que las sustituye.

Este curso analiza las principales técnicas de negociación internacional, desde una perspectiva práctica que permite al estudiante estudios de casos que simulan la realidad y la elaboración a lo largo del taller de un ejercicio de negociación internacional.

Objetivos generales

Aportar las técnicas más actuales de negociación internacional, aplicables para negociaciones entre países como entre empresas, con el propósito de que sirvan de guía para mejorar su experiencia para la realización de negociaciones internacionales en el ejercicio de su profesión.

Contenido temático

- a. En qué consiste una negociación. Concepto y principios básicos
- b. Técnicas útiles para negociar
- c. Fases de la negociación:
 1. Preparación
 - Búsqueda de información
 - Definición de objetivos de la negociación
 - Definición de estrategias y tácticas
 - El manual de argumentos

- Beneficios de una buena preparación
- 2. Fase de desarrollo
 - Argumentación
 - Espacio y tiempo
 - Cuando la negociación llega a punto muerto
 - ¿Cómo tomar los acuerdos?
 - Balance entre concesiones y logros
 - ¿Cuándo termina?
- 3. Fase de acuerdos

d. El entorno de la negociación

e. Características del negociador

f. La ética en las negociaciones comerciales internacionales

g. Análisis de casos de negociación internacional

h. Elaboración de ejercicio práctico incorporando todas las fases del proceso de negociación comercial internacional.

Referencias bibliográficas

Dasí, M y Martínez-Vilanova, R. 2006. Técnicas de negociación. Esic editorial, Madrid.

Llamazares García-Lomas, O. 2002 Negociación internacional. Estrategias y casos. Pirámide, Madrid.

Ovejero Bernal, A. 2004. Técnicas de Negociación. Cómo negociar eficaz y exitosamente. McGraw-Hill, Madrid

Zartmen, W. y Rubin, J (editores). 2000. Poder y Negociación. The University of Michigan Press, Ann Harbor, Michigan.

Geografía Económica

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Cuarto	Horas presenciales: 3 (Horas teoría:2,
Créditos: 03	Horas prácticas: 1)
Tipo de curso: Regular	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Periodo lectivo: VIII Ciclo	Profesor: Aurora Hernández
Requisitos: Ninguno	

Descripción

Introducir al estudiante en el análisis espacial de los procesos económicos, mediante la transmisión de conocimientos teóricos para poder interpretar los escenarios regionales y globales, que se han configurado en el pasado y los que están surgiendo en la actualidad. Lo anterior a través del examen de la estructura territorial del proceso económico de producción e intercambio de bienes y servicios; la generación y consolidación de regiones económicas y la aparición de mercados globales.

Es relevante que los estudiantes analicen el proceso de globalización y su impacto sobre la localización de las actividades productivas, la mano de obra y la articulación de las redes comerciales. En este sentido, también se explora el papel de las ciudades globales en los procesos económicos actuales.

Objetivos Generales:

Propiciar la reflexión, a partir de los conocimientos teóricos, sobre la dinámica de la geografía económica global y regional, a través de la evaluación de los factores que intervienen en las tendencias económicas y su impacto en la producción y comercialización de bienes y servicios.

Analizar el proceso de globalización y su impacto en la localización de las actividades productivas, en la mano de obra y en la articulación de las redes comerciales; así la conformación de los bloques comerciales.

Contenidos

Los contenidos se han subdividido en tres núcleos temáticos como se indica a continuación:

- a. Relación espacio-economía
 - 1. Introducción a la geografía económica.
 - 2. El espacio geográfico como elemento en el análisis económico.
 - 3. Teorías sobre la localización espacial de actividades económicas.
 - 4. Espacios urbanos y localización de las actividades económicas.

- b. Regiones económicas
 - 1. Introducción a los conceptos de región, región económica y regionalización.
 - 2. Especialización regional: los procesos económicos de producción e intercambio de bienes y servicios y disparidades regionales.
 - 3. Modelos de integración económica regional.

- c. Globalización como proceso económico
 - 1. Introducción al concepto de globalización.
 - 2. Globalización y localización empresarial.
 - 3. Globalización y mercados globales.
 - 4. Ciudades globales como nodos de articulación económica a nivel mundial.

- d. Análisis de casos que contribuyan a la comprensión de la materia en estudio.

Referencias bibliográficas

Beck, U. 2008. ¿Qué es la globalización? Editorial Paidós, Barcelona.

Fujita, M., Krugman, P. y Venables, A. 2000. Economía Espacial: Las ciudades, las regiones y el comercio internacional. Editorial Ariel, S.A., Barcelona.

Méndez, R. 1997. Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global. Editorial Ariel, Barcelona.

Mittelman, J. 2006. El síndrome de la globalización. Transformación y resistencia. Siglo XXI, Barcelona.

Pòlese, M. 1998. Economía Urbana y Regional. Introducción a la relación entre territorio y desarrollo. Libro Universitario Regional, Cartago.

Sassen, S. 2008. The world's third spaces. Open Democracy: Free Thinking for the World [en línea]. Disponible en http://www.opendemocracy.net/article/globalisation/world_third_spaces [2008, Marzo 10]

Sassen, S. 2001. The Global City: New York, London, Tokyo. Princeton University Press, Nueva Jersey.

Cursos Optativos

Comercio Electrónico

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel:	Horas presenciales: 3 (Horas teoría:2,
Créditos: 03	Horas prácticas: 1)
Tipo de curso: Optativo	Horas docente: 3
Naturaleza: teórico-práctico	Horas de estudio independiente: 5
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Asistencia: Obligatoria
Requisitos: Ninguno	Profesor: Juan Carlos Bermúdez

Descripción

El impulso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) conllevan de manera intrínseca una serie de impactos sobre el desarrollo. Dentro de las áreas más beneficiadas con estas nuevas herramientas de comunicación son el comercio y los negocios.

El mercado virtual permite a los países en desarrollo y a las empresas, sin importar su tamaño, competir en igualdad de oportunidades y alcanzar ventajas competitivas que no existen en el mundo físico, con un significativo impacto sobre la reducción de sus costos.

En este curso se abordan los principales aspectos que deben ser considerados para realizar comercio electrónico y se analiza como el comercio electrónico puede ser utilizado como herramienta para las estrategias de internacionalización de las empresas.

Objetivo general:

Estudiar los conceptos básicos del comercio y los negocios electrónicos, para dimensionar su importancia dentro de las estrategias de incursión en los mercados internacionales de las empresas, así como de las relaciones con el exterior de las diferentes organizaciones.

Estimular a la identificación y aprovechamiento de las oportunidades generadas por este nuevo esquema de negocios dentro de los procesos de internacionalización de las empresas.

Contenido temático:

- a. Introducción al comercio electrónico

- ¿En qué consiste?
 - Malentendidos y errores respecto al Comercio Electrónico
 - Costos y beneficios
 - Problemas frecuentes del comercio electrónico
- b. Efectos de la Internet sobre la forma de hacer negocios
- Cuáles servicios de Internet ayudan a exportar
- c. Formulación de una estrategia para Internet
- 7 dimensiones de una estrategia de Internet.
 - a. Factores Posicionales: Tecnologías, Servicio, Mercado, Marca
 - b. Factores Vinculantes: Liderazgo, Infraestructura, Aprendizaje Organizacional.
 - Estrategia operacional interna de la empresa: Las 7 S's de McKinsey
 - Elementos esenciales de una estrategia o plan de negocios
 - Investigación de mercados en Línea
 - Mercadotecnia en Línea
- d. Aspectos financieros del comercio electrónico
- e. Aspectos técnicos del comercio electrónico
- f. Aspectos jurídicos del comercio electrónico
1. Propiedad Intelectual.
 - a. Leyes de marcas, Trade Dress Law, Trade Secret Law, Ley de Propiedad Intelectual, Ley de Patentes.
 2. Propiedad del Sitio Web
 - a. Propiedad del Look an Fell y su relación con el Branding.
 - b. Propiedad del sistema Back End
 - c. Propiedad del Contenido
 3. Derecho de Autor
 4. Licencias
 5. Marcas Registradas
 6. Responsabilidades dentro de los ambientes digitales y la propiedad.
 7. Comunicación Electrónica
 8. Seguridad y Codificación , Edi, XLM, Validador, Factura Electrónica
- g. Estudios de casos reales.

Referencias bibliográficas

Awad, E. 2006. Comercio electrónico. Anaya Multimedia-Anaya Interactiva, Madrid.

Cunningham, M. 2001. Smart: lo fundamental y lo más efectivo acerca del e-commerce. McGraw-Hill, Bogotá.

Reynolds, J. 2001. El libro completo de e-commerce. Deusto S.A. Ediciones, Madrid.

Terri A. y Sanders, W. 2003. E-Business Marketing. Pearson Prentice-Hall

Cultura y Negocios

Código de carrera:	Correquisitos: Ninguno
Código de curso:	Total de Horas: 8
Nivel: Segundo	Horas presenciales: 3 (horas de teoría: 2, horas de práctica: 1)
Créditos: 03	Horas docente: 3
Tipo de curso: Optativo	Horas de estudio independiente: 5
Naturaleza: teórico-práctico	Asistencia: Obligatoria
Modalidad: Ciclos de 18 semanas	Profesor: Vanessa Gibson Forbes
Requisitos: ninguno	

Descripción del curso

La rapidez con la que se transmite la información y las ideas, se mueven los capitales entre países y el continuo avance de la tecnología en la manera de comunicarse de los seres humanos ha implicado, sin duda, que las distancias se acorten. Hoy, los límites y fronteras que históricamente han separado a un país o grupo de otro, son cada vez más permeables.

Los negocios internacionales implican un contacto con diferentes gentes y culturas. Este curso aborda la relación existente entre la cultura y la forma de hacer negocios, haciendo especial énfasis a las diferencias que se dan en la comunicación intercultural y las habilidades que deben desarrollarse para lograr interactuar satisfactoriamente con otras culturas.

Objetivos del curso

Desarrollar habilidades y destrezas para manejar las diferencias interculturales en las operaciones de negocios y las relaciones entre las diversas organizaciones sociales, haciendo uso de la comunicación efectiva, con el fin de aumentar la sensibilidad hacia el entorno.

Usar las estrategias de persuasión, motivación, construcción de argumentos, toma de decisiones, negociación y resolución de conflictos que faciliten las operaciones de negocios entre diferentes culturas.

Contenido temático

- a. Relación entre cultura y negocios
- b. Formas o estilos de negocios
- c. Las variables culturales. Normas, rituales y tabúes de otras culturas
- d. Los obstáculos culturales para la realización de negocios
- e. El consumidor. Diferencias, similitudes.
- f. Cómo hacer negocios con:
 - Asia
 - Unión Europea
 - Estados Unidos
 - Latinoamérica
- g. Las estrategias de persuasión, motivación y construcción de argumentos
- h. La toma de decisiones
- i. La resolución de conflictos

Referencias bibliográficas

Bennett, M.J. 1998. Basic Concepts of Intercultural Communication. Intercultural Press, Inc., Yarmouth, Maine.

Gercik, P. 2001. *“On Track with the Japanese”*. First Books Library

Salomón, M. 2007. Comportamiento del consumidor. Séptima edición, Pearson, Prentice-Hall, México D.F.

Wenzhong, H. y Cornelius G. 1999. Encountering the Chinese: A Guide for Americans. Segunda edición. Intercultural Press, Inc. Yarmouth, Maine.

10. Requisitos de ingreso a la carrera

- Bachiller en Enseñanza Media de la Educación Costarricense.
- Solicitud de ingreso a la carrera.
- Aprobar el proceso de admisión a la Universidad Nacional.
- Aprobación del proceso de admisión de la Escuela.
- Conocimientos básicos en computación: Office pack e Internet.

11. Requisitos de graduación

Para optar por el Título de Bachiller los estudiantes deberán:

- Aprobar los cursos y actividades propuestos en el plan de estudios.
- No tener ningún compromiso pendiente a lo interno de la Universidad.

12. Permanencia del estudiante en la carrera

Durante los cuatro años de estudio, el estudiante, tendrá una carga académica de 18 créditos en el I, III y VII semestres, de 17 créditos en el II, IV y VIII semestres y de 16 créditos en el V y VI semestres. Para un total de 137 créditos.

Si por alguna razón algún estudiante no concluye con el plan de estudios y, posteriormente, regresa para su complementación deberán asumir las condiciones curriculares que disponga la Unidad Académica.

13. Títulos y grados

- Grado: Bachillerato
- Título: Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales

14. Administración y gestión curricular

La estructura de servicios administrativos está llamada a llenar funciones específicas de administración ejecutiva y a prestar servicios generales dentro de la unidad académica. El objetivo es una administración ágil en su accionar, con ausencia de duplicaciones en personal y funciones, y una subordinación jerárquica precisa.

La administración central opera dentro del ámbito global de la Facultad de Ciencias Sociales y el de la Universidad Nacional. Se han dispuesto acciones concretas para lograr que periódicamente esta Unidad sea evaluada y reajustada con base en las necesidades existentes. El plan administrativo es fundamental en la vida de la Escuela por cuanto le asegura una operación eficiente y hace posible el cumplimiento de los objetivos finales, además de contribuir a realizar las previsiones para el futuro.

Específicamente, este plan, incorpora funciones como agilización de los flujos verticales y horizontales del proceso de decisiones con el fin de evitar distorsiones que entorpezcan las metas propuestas en el plan global de la unidad; mejoramiento de sistemas, estructuras y procedimientos; mayor y mejor coordinación entre las instancias académicas y administrativas, así como entre éstas y las demás instancias de la Universidad; el funcionamiento efectivo de algunos órganos decisorios como la Asamblea de Escuela, Consejo Académico, Asamblea de Académicos y demás instancias de la Escuela de Relaciones Internacionales.

La dirección central es la responsable de las relaciones intra-institucionales e inter-universitarias; las relaciones internas y externas con el sector privado y público; la coordinación de los cursos de este nuevo plan de estudios y de la primera evaluación curricular. De igual manera, es la encargada de la divulgación de la carrera y el desarrollo académico y profesional de la planta de docentes.

Adicionalmente, son labores de la administración y dirección: la matrícula, el proceso de admisión a la Escuela, la organización de los cursos de los ciclos lectivos, la contratación de profesores; la transcripción de actas de notas, los estudios de expedientes y modalidades de graduación, así como el desarrollo de la Práctica

Profesional Supervisada. Asimismo, la Dirección de la Escuela de Relaciones Internacionales continua formalizando los mecanismos y conjuntando esfuerzos para mantener un vínculo con los egresados, que permita un contacto renovado, una mayor realimentación de este plan de estudios, así como un constante proceso de actualización y reafirmación de su compromiso con la sociedad futura.



Universidad Nacional
Costa Rica
Escuela de Relaciones Internacionales

Programa 2017

Código de carrera:	050612
Curso:	Sistemas de Información para Comercio y Negocios Internacionales
Código de curso:	RIG
Carrera:	Bach. en Comercio y Negocios Internacionales
Nivel:	II
Período lectivo:	Ciclo II
Créditos	3
Naturaleza:	Teórico-Práctico
Modalidad:	Ciclo lectivo de 17 semanas
Tipo:	Optativo
Horas Presenciales:	3
Horas totales semanales:	8
Horas de estudio independiente	5
Requisitos:	Ninguno
Nombre del profesor/a:	Gastón Arce Cordero
Horario de clases	
Horario de atención a estudiantes	Coordinar con el profesor
Horas docentes	3
Correo electrónico	garce@racsa.co.cr
Teléfono móvil:	8342-8159
Año	2017

DESCRIPCIÓN:

El curso ofrece al estudiante la oportunidad de conocer y profundizar en el uso de las tecnologías de información, sistemas empresariales y bases de datos, como medio estratégico para explotar las nuevas oportunidades que ofrece la era digital, mediante la transmisión del conocimiento teórico y práctico, sobre el análisis y la administración de sistemas de información.

Durante y al término del curso los estudiantes deberán ser capaces de:

Objetivo general	Objetivos específicos
<p>Incrementar la capacidad de comprensión del rol estratégico de los sistemas de información automatizados en la gestión gerencial, ofreciendo al futuro Gerente los conocimientos básicos sobre el uso de las tecnologías de información en la nueva Economía Digital.</p> <p>Facilitar en el estudiante el desarrollo de la autonomía, el pensamiento crítico, actitudes colaborativas, destrezas profesionales y capacidad de autoevaluación.</p>	<p>De Negocios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el marco conceptual de la teoría y administración de los sistemas de información y su vinculación al entorno económico. • Analizar las tendencias de sistemas de información y su aplicación en las Empresas y el Estado • Reconocer elementos del entorno que intervienen en la administración de sistemas de información para la toma de decisiones y la administración de bases de datos. • Aplicar principios para la adquisición de recursos computacionales en el desarrollo de sistemas de información y bases de datos. <p>Didácticos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asumir la responsabilidad de su propio aprendizaje, desarrollando las habilidades de buscar, seleccionar, analizar y evaluar la información, asumiendo un papel más activo en la construcción de su propio conocimiento. 2. Tener un papel participativo y colaborativo en el proceso, a través de las actividades que le permitan exponer e intercambiar ideas, aportaciones, opiniones y experiencias con sus compañeros, convirtiendo así la vida en el aula en un foro abierto a la reflexión y al contraste crítico de pareceres y opiniones. 3. Tomar contacto con su entorno para intervenir social y profesionalmente en él, a través de actividades como trabajar en proyectos, estudiar casos y proponer solución a problemas. 4. Comprometerse en un proceso de reflexión sobre lo que hace, cómo lo hace y qué resultados logra, proponiendo también acciones concretas para su mejoramiento.

CONTENIDOS:

Primera sesión Introducción.

Lectura de programa y establecimiento de reglas del curso y Panorama general

Práctica de laboratorio 1:

Actividad introductoria: Búsqueda en Internet de información sobre conceptos preliminares del curso - El estudiante deberá buscar, en internet, fuentes de información primaria que le permitan conocer y estudiar los siguientes conceptos:
- Sistemas gerenciales para la toma de decisiones, ERP, CRM, Tica, Sivuice, ZADAF, VUCE, Gobierno en línea, Desarrollo de negocios digitales, PESP.

Práctica de laboratorio 2: Debe entregar una presentación individual en relación a que es “una presentación de alto impacto.

TEMA 1. Aplicaciones para desarrollo de negocios.

- Tipos de Sistema de apoyo a las decisiones y sus características,

TEMA 2. Uso de Excel en los Negocios

Práctica de laboratorio 3: Utilización de ofi- sistemas para la toma de decisiones. Excel en los Negocios

TEMA 3. Sistemas de Información especializados y Bases de Datos

- Bases de Datos
 - Conceptos de Bases de Datos,
 - Bases de Datos en los Sistemas de Información,
 - Tipos de Bases de Datos:
 - Bases de datos relacionales,
 - Minería de Datos.
 - Inteligencia de negocio (BI)
- Sistemas para PYMES
 - ERP
 - SCM
 - CRM
 - Proyect Managment
 - Rediseño de procesos de negocio (BPM)
 - Arquitectura Empresarial (Zachman, CoBIT, TOGAF, ITIL, ISO27001)
 - Adquisición de Tecnología de Sistemas de Información (SaaS, Cloud Computing)
 - Administración del Portafolio de TI (PMI, PRINCE)

Práctica de laboratorio 4: Debe entregar informe de Investigación individual DE SESIONES TIPO (tareas) que se conocerán durante la lección, sobre las cuales debe hacer entregas al campus bimodal a efectos de ser calificado.

Práctica de laboratorio 5: En la medida de lo posible, se procurará realizar prácticas con los sistemas que se tengan disponibles.

TEMA 4. Gobierno Digital

- Gobierno Electrónico Video Introductorio del caso Costa Rica (Papel del Sistema Aduanero en el Gobierno digital.)
- Panorama general del Gobierno de Tecnologías de Información (TI) y Gobierno Electrónico.
- ¿Qué es el gobierno de TI?
- Principales componentes del Gobierno de TI

- Sistemas de gobierno:
 - Tica – Delta - Delimp
 - Sivuice
 - Zadaf
 - Comprared
 - Merlink
 - SIGAF
 - EDDIE
 - Otros

Práctica de laboratorio 6: Familiarización con las aplicaciones del gobierno digital en Costa Rica.

CRONOGRAMA

<i>Semana</i>	<i>Fecha</i>	<i>Tema</i>	<i>Contenidos específicos</i>	<i>Lecturas</i>	<i>Actividades</i>
1		-Bienvenida y orientación	-Revisión de Programa de Curso -Definición de grupos -Introducción		Tarea: - Presentaciones de Alto Impacto
2		Tema I	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de Sistema de apoyo a las decisiones y sus características, 	Serán asignadas por el profesor	-Práctica Lab. 1
3		Tema II	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de Excel en los Negocios 	Serán asignadas por el profesor	Quiz 1 -Práctica Lab. 3
4		Tema II	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de Excel en los Negocios 	Serán asignadas por el profesor	-Práctica Lab. 3
5		Tema III	<ul style="list-style-type: none"> • Bases de Datos y empresariales -Base Teórica 	Serán asignadas por el profesor	
6		Tema III	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas para PYMES ○ ERP 	Serán asignadas por el profesor	Quiz 2 -Práctica Lab. 4

7		Tema III	<ul style="list-style-type: none"> ○ CRM 	Serán asignadas por el profesor	-Práctica Lab. 4
8		Tema III	<ul style="list-style-type: none"> ○ Proyect Managment ○ SCM 	Serán asignadas por el profesor	-Práctica Lab. 4
9		Tema III	<ul style="list-style-type: none"> ○ Inteligencia de negocio (BI)Rediseño de procesos de negocio (BPM) ○ Arquitectura Empresarial (Zachman, CoBIT, TOGAF, ITIL, ISO27001) 	Serán asignadas por el profesor	-Práctica Lab. 4
10		Tema III	<ul style="list-style-type: none"> ○ Adquisición de Tecnología de Sistemas de Información (SaaS, Cloud Computing) ○ Administración del Portafolio de TI (PMI, PRINCE) 	Serán asignadas por el profesor	-Práctica Lab. 4
11		Tema IV	Gobierno Digital – Base teórica.	Serán asignadas por el profesor	
12		Tema IV	<ul style="list-style-type: none"> ● Sistemas de gobierno: ○ Tica – Delta - Delimp ○ Sivuice Zadaf 	Serán asignadas por el profesor	Quiz 3 -Práctica Lab. 5
13		Tema IV	<ul style="list-style-type: none"> ○ Comprared ○ Merlink ○ SIGAF ○ EDDIE Otros 		-Práctica Lab. 5
14		Reunión con grupos		Revisión prototipos y	

				recomendaciones.	
15		Presentaciones de Trabajo final			Exposiciones de los estudiantes.
16		Presentaciones de Trabajo final			Prototipos de los estudiantes.
17		Examen Final	Entrará todo el contenido del curso		Exámen
18		Comunicación de las calificaciones finales del curso			Por Aula Virtual

COMPETENCIAS

- Capacidad de trabajar en situaciones de falta de información y/o restricciones temporales y/o recursos.
- Orientado a logros, objetivos y resultados.
- Capacidad para indagar e investigar (pensamiento analítico).

ENFOQUE METODOLÓGICO

Con el objetivo de que los estudiantes alcancen un amplio conocimiento y comprensión de la materia impartida, se utilizan los siguientes métodos de enseñanza-aprendizaje de manera combinada teórica y práctica:

- Exposición magistral de los temas por parte del profesor,
- Investigación bibliográfica de los estudiantes para presentación de trabajos y de ser posible,
- Charlas dictadas por expertos.
- Análisis y solución de casos prácticos grupales.

La clase normalmente se desarrolla mediante la exposición y discusión de los temas de estudio y su aplicación en casos reales, procurando dejar unos minutos para las sesiones prácticas.

Se podrán efectuar evaluaciones cortas todas las semanas a criterio del profesor. Estas pruebas cortas no se repiten, ni requerirán de anuncio alguno. Se evalúa todo el material que hasta la semana anterior se haya expuesto de manera acumulativa. Se tendrá oportunidad de recuperar las notas perdidas, mediante investigaciones cortas que se deben defender ante el grupo.

Se realizarán al menos un trabajo corto que será anunciado por el profesor y uno final que será en grupos, para lo cual cada grupo deberá desarrollar un proyecto, el cual consistirá en el diseño y creación de una aplicación electrónico debidamente desarrollado, para una

empresa dedicada al Comercio Internacional, o un emprendimiento; utilizando para ello sistemas gratuitos.

El estudiante, si lo desea, puede presentar adelantos del mismo y pedir la guía al profesor en clase o fuera de ella, personalmente o por e-mail, según el siguiente detalle.

Todos los trabajos serán expuestos en las sesiones planificadas. Este proyecto deberá ser presentado en un documento resumen de al menos 20 páginas a espacio y medio (1.5), letra arial 12 y la presentación debe hacerse utilizando recursos multimedia de alto impacto. Ambos documentos deben hacerse llegar a todos los Miembros de la clase. Para la presentación oral por grupo, se contará con 20 minutos, posterior a ello se generará una participación general, donde los asistentes externan sus dudas y comentarios y bajo la guía del facilitador se visualizarán opciones de mejora a los procedimientos propuestos.

Descripción	Debido a la efectividad de aplicar el conocimiento teórico en circunstancias reales, se debe desarrollar un proyecto en una organización (de carácter social, empresa relacionada al comercio internacional, o un emprendimiento); a efectos de poner en práctica los elementos estudiados en el aula.
Fecha de entrega	Sesión 15
Detalles	<p>Los aspectos a investigar son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento de la empresa (historia, origen, campo de acción, etc.) 2. Determinación estratégica: Misión visión, objetivos, planes de acción, estrategias, cantidad y tipo de equipos, redes, infraestructura, conexión a aduanas e Internet, software, técnicos, etc. 3. Análisis de la empresa y su situación actual (FODA) 4. Justificación y determinación de mejoras de SI (proyecto a automatizar) 5. Estructura y diseño de proyecto de mejora (propuesta de mejora - escrito) 6. Elaboración de un prototipo de sistema que solucione la problemática 7. Manual de aplicación 8. Entrega y pruebas a la empresa <p>La presentación del informe final del proyecto, debe plasmar el proceso de aprendizaje que se sigue, tanto en el aula como en la Organización escogida.</p> <p><u>Entregables:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Informe escrito de la investigación electrónico (con copia de la presentación efectuada inclusive) la cual debe enviarse al campus. Este es el trabajo teórico y análisis de ustedes.

	<ul style="list-style-type: none"> • Informe de trabajo de cada integrante • Efectuarse la presentación al momento de ser convocados. Quien no exponga no tiene nota.
Otros	<p>Debe entregarse el día indicado, sin excepción y exponerse en la hora que el profesor programe.</p> <p>Trabajos que sean realizados por terceros (pagados o no) o bien que se detecte que durante su desarrollo, no contaron con la participación activa de todos los integrantes, tendrán nota 0 sin excepción. (Todos los miembros deben poder reproducir lo presentado en clase)</p> <p>Conformación de grupos de trabajo (3 personas máximo, no hay excepciones)</p>

EVALUACIÓN

Medio de evaluación	Porcentaje de la nota final
Tareas, asignaciones y pruebas cortas	40%
Trabajo Final Empresa	30%
Examen Final	30%
Total	100%

IMPORTANTE

- (1) Según el Artículo 11 del Reglamento General de Enseñanza y Aprendizaje, se indica de la “La obligatoriedad de asistencia presencial de los estudiantes al curso fundamentada en la naturaleza y enfoque metodológico del mismo y en concordancia con la normativa vigente” de igual forma se ampara en el acuerdo Consejo Universitario, Art. Tercero, Inciso IV, sesión 1927.
- (2) El plagio y otras situaciones relacionadas con la evaluación, se sancionarán de acuerdo con el artículo 24 del Reglamento general sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje de la Universidad Nacional: “Se considera plagio la reproducción parcial o total de documentos ajenos presentándolos como propios. En caso que se compruebe el plagio por parte del estudiante, perderá el curso. Si reincide será suspendido de la carrera por un ciclo lectivo, y si la situación se repite una vez más, será expulsado de la Universidad”. Si se llegara a detectar un posible plagio en un documento final, el profesor elevará al Director el caso para que resuelva en un plazo no mayor a los cinco días hábiles.
- (3) El uso de dispositivos electrónicos durante las lecciones presenciales está prohibido.

RESPONSABILIDADES DE LOS/AS ESTUDIANTES

- a. Lectura previa

- b. Puntualidad
- c. Conocimiento del Reglamento de Enseñanza y Aprendizaje

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antología del curso y material enviado al Aula Virtual.
- Economía Digital, Don Tapscott, Editorial Martha Edna Suárez, Colombia, 1996
- John Jeston, J. N. (2006). Business Process Management, Practical Guidelines to Successful (Primera ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Jorge Macazaga, A. P. (2009). Organización Basada en Procesos. Mexico: Alfaomega.
- Kenneth C. Laudon, J. P. (2005). Administración de los Sistemas de Información. México: Person.
- McLeod, Raymond Jr., “Sistemas de Información Gerencial”, Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 2000.
- O’Brien, James. Sistemas de Información Gerencial. Cuarta Edición. McGraw-Hill Interamericana, S.A. 2001.
- Oz, E. (s.f.). Administración de Sistemas de Información. México: Thomson Learning.
- Ralph M. Stair, Gorge W. Reynolds. Principios de Sistemas de Información. Cuarta Edición, Internacional Thomson Editores. 2000.
- Vietes, Á. G. (2009). Sistemas de Información, Herramientas prácticas para la gestión. México: Alfaomega
- Stair, Ralph M., Reynolds, George W., “Principios de Sistemas de Información”, International, Thomson Editores, cuarta edición, México, 2000.
- Spring, Asher; Chambers, Wicke, “Cómo hacer presentaciones exitosas” (la fórmula infalible para realizar presentaciones de negocios), Person Educación, México, 1998.
- Información obtenida en Internet.

Páginas de INTERNET:

- www.aduanas.go.cr, Dirección General de Aduanas
- www.hacienda.go.cr, Ministerio de Hacienda, Costa Rica
- www.wto.org, OMC
- www.wcoomd.or/frmpublic.htm, Organización Mundial de Aduanas, (OMA)
- www.cefir.org.uy, España, Ministerio de Hacienda
- www.sice.oas.or, Sistema Integrado de Comercio Exterior
- www.alca.co.cr, ALCA
- www.ftaa-alca.org, ALCA
- www.agentesaduaneros.com, Asociación de Agentes de Aduana de Costa Rica.
- <http://www.canada.gc.ca/> Canadá: El portal del gobierno de Canadá

- <http://www.service-public.fr/> Francia: El portal de la administración francesa
- <http://www.gob.mx/> México: El portal del gobierno mexicano
- <http://www.casapres.go.cr/index.html> Costa Rica: Sitio de la casa presidencial
- <http://www.gksoft.com/govt/en/world.html#M> Sitios de gobiernos del mundo entero (Última puesta al día el 26/06/2002)
- <http://www.unpan.org/egovernment.asp> Sitio UNPAN, Librairie virtual, informaciones por temas
- <http://www.ejeg.com/previous-issues.htm> Sitio de la revista EJEG sobre el gobierno electrónico (Artículos gratuitos)
- <http://csdl2.computer.org/persagen/DLAbstoc.jsp?resourcePath=/dl/proceedings/&toc=comp/> Librería virtual de la IEEE computer society (Artículos gratuitos)
- <http://www-1.ibm.com/industries/government/ieg/index.html> Sitio del l'Institute for Electronic Government (IEC)

Sitio de las oficinas nacionales de estadísticas de América Latina y Caribe

- Chile: Instituto Nacional de Estadísticas <http://www.ine.cl/>
- Costa Rica: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) <http://www.inec.go.cr/>
- México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), México <http://www.inegi.gob.mx/inegi/default.asp>
- Paraguay: Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos <http://www.dgeec.gov.py>
- República Dominicana: Oficina Nacional de Estadística <http://www.one.gov.do>
- Argentina: Instituto Nacional de Estadística y Censos <http://www.indec.mecon.ar/default.htm>
- Bolivia: Instituto Nacional de Estadística <http://www.ine.gov.bo/>
- Brasil: Instituto Brasileño de Geografía y Estadísticas <http://www.ibge.gov.br/english/default.php>
- Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas <http://www.dane.gov.co/>
- Ecuador: Oficina Nacional de Estadísticas y Censo <http://www.inec.gov.ec/>
- Guatemala: Instituto Nacional de Estadísticas de Guatemala <http://www.ine.gob.gt/>
- Perú: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática <http://www.inei.gob.pe/>
- Uruguay: Instituto Nacional de Estadísticas <http://www.ine.gub.uy/>
- Venezuela: Instituto Nacional de Estadísticas <http://www.ine.gov.ve/ine/indexine.asp>
- Canadá: Estadísticas Canadá <http://www.statcan.ca/start.html>
- España: Instituto Nacional de Estadísticas <http://www.ine.es/>
- Estados Unidos: Oficina de Censos de los Estados Unidos <http://www.census.gov/>
- Francia: Instituto Nacional de Estadísticas y de Estudios Económicos http://www.insee.fr/fr/home/home_page.asp
- Reino Unido: Oficina Nacional de Estadísticas <http://www.statistics.gov.uk/>



Universidad Nacional
Costa Rica
Escuela de Relaciones Internacionales

Descriptor de curso

Código de carrera:	050612
Curso:	Análisis financiero para comercio y negocios internacionales
Código de curso:	RIG 442
Carrera:	Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales
Nivel:	BACH
Período lectivo:	I
Créditos	3
Naturaleza:	Teórico-Práctico
Modalidad:	Ciclo lectivo de 17 semanas
Tipo:	Regular
Horas Presenciales:	3 (2 teóricas y 1 práctica)
Horas totales semanales:	8
Horario de atención al estudiante	3
Horas de estudio independiente	5
Requisitos:	RIG 401, RIG 407
Nombre del profesor/a:	Máster Raúl Fonseca Hernández
Horario de clases	K 6 a 9
Horario de atención a estudiantes	K 5-6
Horas docentes	3
Correo electrónico	raul.fonseca.hernandez@una.cr
Año	2017

DESCRIPCIÓN

El análisis financiero permite contar con una visión agregada y a la vez específica de la sostenibilidad de una empresa u organización. Los estados financieros de la organización son la radiografía de su estructura y funcionamiento. Es posible identificar fortalezas y debilidades de la empresa para tomar decisiones oportunas en los momentos adecuados para el beneficio de la empresa.

El análisis financiero aplicado al comercio y los negocios internacionales permite mostrar la evolución natural de la organización en el tiempo y proyectar estratégicamente su funcionamiento.

El curso pretende ofrecer, desde una perspectiva teórica, analítica y práctica, los conocimientos y las herramientas necesarias para el análisis financiero de empresas, entes públicos, organizaciones sin fines de lucro u organismos nacionales, internacionales o

multinacionales. De tal forma que la persona estudiante comprenda la lógica de construcción de los estados financieros, las implicaciones que estos poseen y la forma en que deben estudiarse, analizarse, así como redactar informes técnicos concretos sobre los hallazgos encontrados. Para de esta forma, tener los insumos necesarios que posibiliten la toma de decisiones aplicadas y la recomendación de acciones concretas para mejorar o fortalecer elementos detectados.

OBJETIVOS

Durante y al término del curso la persona estudiante deberán ser capaces de:

Objetivo general	Objetivos específicos
<p>Analizar desde una perspectiva teórica, analítica y práctica, la situación financiera de empresas, entes públicos, organizaciones sin fines de lucro u organismos nacionales, internacionales o multinacionales como insumo para la toma de decisiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer y comprender conceptos básicos del área de las finanzas empresariales - Visualizar la importancia del análisis financiero para la toma de decisiones - Conocer y aplicar conocimientos y las herramientas necesarias para la realización del análisis financiero. - Analizar estados financieros simples o completos, para un momento determinado en el tiempo, así como para varios periodos contables. - Utilizar criterios económicos como complemento al análisis financiero empresarial. - Redactar informes técnicos concretos

CONTENIDOS:

1. Introducción a las finanzas empresariales

- a. Los retos de la función financiera en una economía globalizada
- b. Importancia de las finanzas empresariales
- c. Los insumos otorgados por la contabilidad a las Finanzas
- d. Toma de decisiones en las finanzas empresariales

2. Los estados financieros

- a. Principales estados financieros (Estado de resultados, Flujo de efectivo y Balance general)
- b. Estructura de los estados financieros
- c. Diferencias entre los estados

3. Análisis descriptivo de estados financieros

- a. Análisis vertical de los estados financieros
- b. Análisis horizontal de los estados financieros
- c. Índice de ponderación de impacto de los cambios generados en los estados financieros

4. Análisis por medio de indicadores de los estados financieros

- a. Indicadores financieros: Concepto, cálculo y análisis.
 - i. TIR
 - ii. VAN
 - iii. Periodo medio

- iv. Cálculo de montos de préstamos
- v. Razones de liquidez
- vi. Razones de deuda
- vii. Razones de rentabilidad
- viii. Razones de cobertura
- b. Prueba ácida y prueba súper ácida

5. Redacción de informes financieros basado en las evidencias y el análisis realizado.

- a. Estructura de los informes
- b. Forma y tipo de redacción
- c. Generación de conclusiones y recomendaciones

6. Cálculo del valor de la una marca

- a. Elementos a considerar en el cálculo del valor de la marca
- b. Valoración de activos tangibles e intangibles

7. Proyección de los estados financieros

- a. Métodos de proyección
- b. Proyección individualizada
- c. Índice encadenado de proyección simple sobre tasas de crecimiento.

8. Introducción al análisis de riesgos financieros

- a. El impacto de los cambios en las macro-variables nacionales e internacionales sobre la gestión y el análisis financiero.
- b. Principales impactos en los estados financieros
- c. Identificación y gestión del riesgo financieros

COMPETENCIAS

- Capacidad de trabajar en situaciones de falta de información y/o restricciones temporales y/o recursos.
- Orientado a logros, objetivos y resultados.
- Capacidad para indagar e investigar (pensamiento analítico).

ENFOQUE METODOLÓGICO

Durante el horario semanal asignado para las lecciones, el profesor impartirá clases magistrales de los aspectos teóricos prácticos de la evaluación de proyectos con un enfoque aplicado y combinadas con la resolución de ejercicios que permitan reafirmar la comprensión de los conceptos estudiados. Además, los estudiantes recurrirán a la consulta de libros y artículos para ahondar y/o cubrir diversos temas a ser evaluados en el curso. Se valora de manera positiva la intervención de los estudiantes para que sugieran y critiquen, con la guía del profesor, las distintas aplicaciones alternativas de los modelos e instrumentos analíticos de la economía vistos durante la clase.

Se utilizará el aula virtual como depositario de documentos, entrega de las actividades evaluativas e interacción entre los y las estudiantes y el profesor.

IMPORTANTE

- (1) Según el Artículo 11 del Reglamento General de Enseñanza y Aprendizaje, indica “La obligatoriedad de asistencia presencial de los estudiantes al cursos deberá estar indicada en el respectivo programa de curso, fundamentada en la naturaleza y enfoque metodológico del mismo y en concordancia con la normativa vigente”.... Cada docente deberá indicar en el programa de su curso las normas de asistencia a las clases y a las actividades académicas programadas durante el periodo del curso, tales como giras, etc. La asistencia a las clases presenciales es **obligatoria** (al amparo del acuerdo Consejo Universitario, Art. Tercero, Inciso IV, sesión 1927).
- (2) El plagio y otras situaciones relacionadas con la evaluación, se sancionarán de acuerdo con el artículo 24 del Reglamento general sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje de la Universidad Nacional: “Se considera plagio la reproducción parcial o total de documentos ajenos presentándolos como propios. En caso que se compruebe el plagio por parte del estudiante, perderá el curso. Si reincide será suspendido de la carrera por un ciclo lectivo, y si la situación se repite una vez más, será expulsado de la Universidad”. Si se llegara a detectar un posible plagio en un documento final, el profesor elevará al Director el caso para que resuelva en un plazo no mayor a los cinco días hábiles.
- (3) El uso de dispositivos electrónicos durante las lecciones presenciales está prohibido. Este apartado queda a criterio del docente.

EVALUACIONES

Proyecto de evaluación financiera		50%
Trabajo final	40%	
Presentación	10%	
Actividades evaluativas		50%
Caso 1	25%	
Caso 2	25%	

CRONOGRAMA

Semana	Contenido
1	1. Introducción a las finanzas empresariales a. Los retos de la función financiera en una economía globalizada b. Importancia de las finanzas empresariales c. Los insumos otorgados por la contabilidad a las Finanzas d. Toma de decisiones en las finanzas empresariales
2	2. Los estados financieros a. Principales estados financieros (Estado de resultados, Flujo de efectivo y Balance general) b. Estructura de los estados financieros c. Diferencias entre los estados
3	3. Análisis descriptivo de estados financieros a. Análisis vertical de los estados financieros b. Análisis horizontal de los estados financieros c. Índice de ponderación de impacto de los cambios generados en los estados financieros
4	
5	Caso I
6	4. Análisis por medio de indicadores de los estados financieros a. Indicadores financieros: Concepto, cálculo y análisis. i. TIR ii. VAN iii. Periodo medio iv. Cálculo de montos de préstamos v. Razones de liquidez vi. Razones de deuda
7	vii. Razones de rentabilidad viii. Razones de cobertura b. Prueba ácida y prueba súper ácida
8	5. Redacción de informes financieros basado en las evidencias y el análisis realizado. a. Estructura de los informes b. Forma y tipo de redacción c. Generación de conclusiones y recomendaciones
9	6. Cálculo del valor de la una marca a. Elementos a considerar en el cálculo del valor de la marca
10	b. Valoración de activos tangibles e intangibles
11	Caso II

12	7. Proyección de los estados financieros
13	a. Métodos de proyección
14	b. Proyección individualizada c. Índice encadenado de proyección simple sobre tasas de crecimiento.
15	1. Introducción al análisis de riesgos financieros a. El impacto de los cambios en las macro-variables nacionales e internacionales sobre la gestión y el análisis financiero. b. Principales impactos en los estados financieros c. Identificación y gestión del riesgo financieros
16	Exposición
17	Exposición

RESPONSABILIDADES DE LOS/AS ESTUDIANTES

- a. Lectura previa
- b. Puntualidad
- c. Conocimiento del Reglamento de Enseñanza y Aprendizaje

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Van Horne, James (1997) Administración financiera. Prentice Hall. México.
- Van Horne, James C; Wachowicz, John M. (2002). Fundamentos de administración financiera. Person. México
- Pérez, César (2008) Finanzas básicas con Excel. Alfaomega Ra-ma. México.
- Digitales en disposición de la UNA:
- Morales Castro, Arturo (2014). Finanzas. Grupo Editorial Patria México.
- Martínez Abascal, Eduardo (2005). Finanzas para directivos. McGraw-Hill. España Madrid.
- Gómez Sala, Juan Carlos (2013). Dirección Financiera I (finanzas). Alicante, España.
- Greco, Orlando (2008) Diccionario de finanzas (2a. ed.). Valletta Ediciones. Buenos Aires, Argentina.
- Valls Martínez, María del Carmen (2014). Introducción a las finanzas (2a. ed.). Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. Madrid, España.
- López Lubián, Francisco; García Estévez, Pablo (2006). Finanzas en mercados internacionales. McGraw-Hill. Madrid, España,

Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales

I CICLO LECTIVO	II CICLO LECTIVO	III CICLO LECTIVO	IV CICLO LECTIVO
MAT 001 Matemática General (4)	MAT 021 Matemática para economía y negocios (4) Req. MAT001	RIG 401 Contabilidad general (3)	RIG 406 Estadística aplicada al comercio y los negocios (4) Req. MAT 001
RIG 400 Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales (3)	ECY 416 B Economía General (3)	RIG 402 Microeconomía para comercio y negocios (4)Req. ECY 416 B/MAT021	RIG407 Macroeconomía para comercio y negocios (4) Requisito RIG 402
Estudios Generales (3)	Estudios Generales (3)	RIG 440 Introducción al derecho Internacional (3)	RIG 441 Corporaciones Globales y Comercio Internacional (3)
Estudios Generales (3)	Estudios Generales (3)	RIG 410 Clasificación arancelaria de Mercancías (3)	RIG 409 Mercadeo Internacional (3)
LIX 410 Inglés integrado I para otras carreras (4)	LIX 411 Inglés integrado II (4)Req. LIX410	RIG 405 Metodología de la investigación para la toma de decisiones (4)	RIG 414 Logística y distribución (3)
TOTAL CREDITOS: 17	TOTAL CREDITOS: 17	TOTAL CREDITOS: 17	TOTAL CREDITOS: 17
V CICLO LECTIVO	VI CICLO LECTIVO	VII CICLO LECTIVO	VIII ICLO LECTIVO
RIG 411 Teoría del Comercio Internacional (4) Req. ECY 416/MAT 021	RIG 415 Herramientas del comercio internacional (3) Req. RIG 412	RIG 419 Negocios corporativos (3)	RIG 424 Responsabilidad social empresarial (3)
RIG 412 Derecho del comercio internacional (3) Req. RIG 440	RIG 416Derecho aduanero (3) Req. RIG 412	RIG 420 Comercio y ambiente (3)	RIG 425Práctica Profesional Supervisada I (4) Req. 96 créditos aprobado, I, II y III nivel de la carrera aprobado
RIG 413 Taller de investigación de mercados (4) RIG 406	RIG 417Finanzas Internacionales (4)Req. RIG 407	RIG 421 Solución de controversias Comerciales (3) Req. RIG 440/RIG 415	Optativo (3)
RIG 442 Análisis Financiero para Comercio y Negocios Internacionales (4) RIG 401, RIG 407	RIG 418 Política comercial (3)	RIG 422 Medios de pago internacionales (3)	RIG 426 Taller de técnicas de negociación internacional (4)
Optativo (3)	Optativo (3)	Optativo (3)	RIG 427 Geografía económica (3)
		RIG 423 Geografía política (3)	

TOTAL CREDITOS: 18	TOTAL CREDITOS: 16	TOTAL CREDITOS: 18	TOTAL CREDITOS: 17
---------------------------	---------------------------	---------------------------	---------------------------

CURSOS OPTATIVOS

CÓDIGO	CURSO	TIPO	CRÉDITOS	HORAS TEORÍA	HORAS PRÁCTICA	HORAS EST. INDEP.	TOTAL DE HORAS	HORAS DOCENTE
RIG4290	Comercio Electrónico	Optativo	3	3	2	3	8	3
RIG4320	Principios de las neurociencias Aplicados al Marketing	Optativo	3	3	2	3	8	3

BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES MODIFICADA											
CÓDIGO	NIVEL	CICLO LECTIVO	NOMBRE DEL CURSO	No. de Créditos	HORAS POR SEMANA						Horas Docente
					Teoría	Práctica	Lab.	Gira*	Horas E. Ind.	Total de Horas	
	I	I	Matemática General I	3	3	1	--		4	8	4
RIG 400	I	I	Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales	3	2	1	--		5	8	3
	I	I	Estudios Generales	3	3	--	--		5	8	3
	I	I	Estudios Generales	3	3	--	--		5	8	3
LIX 410	I	I	Inglés Integrado I	4	3	3	1		4	11	7
MAY 445	I	II	Matemática para economía y negocios	4	3	2	--		6	11	5
ECY416B	I	II	Economía General	3	2	1	--		5	8	3
	I	II	Estudios Generales	3	3	--	--		5	8	3
	I	II	Estudios Generales	3	3	--	--		5	8	3
LIX 411	I	II	Inglés Integrado II	4	3	3	1		4	11	7
RIG 401	II	I	Contabilidad general	3	2	1	--		5	8	3
RIG 402	II	I	Microeconomía para comercio y negocios	4	4	--	--		7	11	4
RIG 403	II	I	Introducción al derecho	3	3	--	--		5	8	3
RIG 410	II	I	Clasificación arancelaria de mercancías	3	2	1	--		5	8	3
RIG 405	II	I	Metodología de la investigación para la toma de decisiones	4	3	2	--		6	11	5
RIG 406	II	II	Estadística aplicada al comercio y los negocios	4	3	1	2		5	11	5
RIG 407	II	II	Macroeconomía para comercio y negocios	4	4	--	--		7	11	4
RIG 408	II	II	Derecho internacional	3	3	--	--		5	8	3
RIG 409	II	II	Mercadeo Internacional	3	3	--	--		5	8	3
RIG 414	III	II	Logística y distribución	3	2	1	--		5	8	3
RIG 411	III	I	Teoría del Comercio Internacional	4	4	1	--		6	11	5
RIG 412	III	I	Derecho del comercio internacional	3	3	--	--		5	8	3
RIG 413	III	I	Taller de investigación de mercados	4	--	2	3		6	11	5

RIG 442	III	I	Análisis Financiero para Comercio y Negocios	4	--	2	3		6	11	5
RIG 415	III	II	Herramientas del comercio internacional	3	2	1	--		5	8	3
RIG 416	III	II	Derecho aduanero	3	3	--	--		5	8	3
RIG 417	III	II	Finanzas Internacionales	4	--	2	3		6	11	5
RIG 418	III	II	Política comercial	3	3	--	--		5	8	3
RIG 419	IV	I	Negocios corporativos	3	2	1	--		5	8	3
RIG 420	IV	I	Comercio y ambiente	3	3	--	--		5	8	3
RIG 421	IV	I	Solución de controversias comerciales	3	3	--	--		5	8	3
RIG 422	IV	I	Medios de pago internacionales	3	2	1	--		5	8	3
RIG 423	IV	I	Geografía política	3	3	--	--		5	8	3
RIG 424	IV	II	Responsabilidad social empresarial	3	2	1	--		5	8	3
RIG 425	IV	II	Práctica Profesional Supervisada	4	1	4	--		6	11	5
RIG 426	IV	II	Taller de técnicas de negociación internacional	4	2	3	--		6	11	5
RIG 427	IV	II	Geografía económica	3	2	1	--		5	8	3
RIG4300	Cultura y Negocios	Optativo	3	3	2	3	8	3			
RIG 4350	Sistemas de información para Comercio y Negocios Internacionales	Optativo	3	3	2	3	8	3			
RIG4310	Diplomacia Comercial	Optativo	3	3	2	3	8	3			
RIG4330	ANAL MANEJ INF P/COMER NEGOCIO	Optativo	3	3	2	3	8	3			

Se elimina el RIG 404 Taller sobre Tecnologías de la Información

Cambios de 19 de créditos para un total de 137

Porcentaje cambiado 1.9%

Licenciatura en Comercio y Negocios Internacionales

Código	Nivel	Ciclo lectivo	Nombre del curso	No. Créditos	HORAS POR SEMANA						Horas Docente
					Presenciales/Contacto				Horas E. Ind	Total horas	
					Teoría	Práctica	Lab	Gira*			
I CICLO											
TRONCO COMÚN											
RIG 500	I	I	Gerencia estratégica: Un enfoque práctico desde el emprendedurismo	3	3				5	8	3
RIG 501	I	I	Evaluación y factibilidad financiera de proyectos	4	3	2			6	11	3
RIG 502	I	I	Seminario de Investigación I	4	3	2			6	11	3
RIG 503	II	II	Casos y Controversias del Derecho Mercantil Internacional	4	3	2			6	11	3
RIG 504	II	II	Seminario de Investigación II	4	3	2			6	11	3
RIG 5410	II	II	Optativo Mercados Emer Asi: Re Opor Pai CEN	3	3				5	8	3
ÉNFASIS EN MERCADEO INTERNACIONAL											
RIG 510	I	I	Estrategias para competir en mercados internacionales	3	3				5	8	3
RIG 511	I	I	Manejo estratégico de las relaciones con el cliente	4	3	2			6	11	3
RIG 512	II	II	Conducta del consumidor en el mercado	4	3	2			6	11	3
RIG 513	II	II	Técnicas del Mercadeo de Servicios	3	3				5	8	3

Código	Ni ve l	Ciclo lectivo	Nombre del curso	No. Créditos	HORAS POR SEMANA					Horas E. Ind	Total horas	Horas Docente
					Presenciales/Contacto				Gira*			
					Teoría	Práctica	Lab					
I CICLO												
TRONCO COMÚN												
ÉNFASIS EN CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS												
RIG 520	I	I	Sistemas de Gestión Integral de la Calidad	4	3	2			6	11	3	
RIG 521	I	I	Buenas prácticas, normas, certificaciones y sellos en los negocios internacionales	3	3				5	8	3	
RIG 522	II	II	Auditoría y control para la mejora continua	3	3				5	8	3	
RIG 523	II	II	Taller: calidad integral y buenas prácticas en Pymes	4	3	2			6	11	3	

*La escuela pide a los estudiantes del Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales que lleven los siguientes cursos optativos y al menos uno de otra unidad académica según los lineamientos de Flexibilidad Curricular :

