



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

SECRETARÍA GENERAL  
EXÁMENES PROFESIONALES



## COMERCIO EXTERIOR

### OBJETIVO

Conocer los principios y aplicar las herramientas de la mercadotecnia estratégica en el ámbito de los negocios internacionales, para garantizar una práctica correcta y profesional de las operaciones de exportación y comercialización de productos en los mercados externos.

### DIRIGIDO A

Egresados de la Facultad de Contaduría y Administración e instituciones incorporadas como opción de titulación.

## MÓDULO I PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN Y ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo: El alumno será capaz de elaborar un plan de negocios para micro, pequeñas, medianas y grandes empresas y aplicará los conocimientos adquiridos para desarrollar un estudio del mercado para el producto seleccionado.

1. Metodología para la elaboración de un plan de negocios de exportación.
2. Análisis FODA de la empresa.
3. Evaluación del producto y determinación de ventajas competitivas.

Duración: 30 horas.

## MÓDULO II REGULACIONES ARANCELARIAS: BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

Objetivo: El alumno reconocerá los diferentes tipos de aranceles que existen así como la forma en que estos pueden constituir barreras de comercio internacional. Reconocerá las principales formas que adoptan las barreras no arancelarias.

1. Definición e importancia del arancel. Arancel ad valorem, arancel específico y arancel mixto.
2. Tipos de arancel: arancel cupo, arancel estacional y demás señalado por el Ejecutivo Federal.
3. Clasificación arancelaria.
4. Tratamiento arancelario: arancel general, arancel trato preferencial, arancel trato diferencial.

5. Tratados y acuerdos comerciales de México con el resto del mundo (TLC, Unión Europea, etc.)
6. Dumping
7. Reglas de origen.
8. Barreras arancelarias: cuotas absolutas, cuotas arancelarias.
9. Barreras no arancelarias: participación gubernamental directa, procedimientos aduanales y administrativos, normas fitosanitarias, normas zoonosanitarias, normas de calidad.

Duración: 40 horas.

## MÓDULO III ENVASE, EMBALAJE Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Objetivo: El alumno determinará cuál es el envase y embalaje idóneo para el producto seleccionado e identificará las actividades más sensibles relacionadas con la logística de distribución en el mercado seleccionado.

1. Diseño e imagen del producto.
2. Envase y embalaje.
3. Materiales.
4. Normatividad nacional e internacional.
5. Modos de transportación: ventajas y desventajas de cada medio.

Duración: 20 horas.



## **MÓDULO IV**

### **FORMACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN**

Objetivo: El alumno elaborará una cotización para la exportación de bienes, tomando en cuenta los diferentes criterios que llevan a la formación del precio de exportación.

1. Conceptos y clasificación de costos.
2. Fijación de precios y objetivos de la empresa.
3. Términos internacionales de comercio (INCOTERMS).
4. Cotización con base en el mercado y/o la competencia.
5. Cotización con base en los costos.
6. Negociación exitosa.

**Duración: 30 horas.**

## **MÓDULO V**

### **ASPECTOS FINANCIEROS DEL PLAN Y FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL**

Objetivo: El alumno precisará con detalle los aspectos financieros relacionados con el producto seleccionado en el mercado objetivo y elegirá la forma de pago internacional más conveniente a la situación de la empresa.

1. Elementos a considerar al seleccionar la forma de pago internacional.
2. Ventajas y desventajas de las diferentes modalidades de pago internacional.
3. Análisis de la rentabilidad de exportación y el impacto en los tipos de cambio en estados financieros.

4. Cheque personal o empresarial y transferencia de fondos.
5. Cobranza bancaria.
6. Cartas de crédito.

**Duración: 30 horas.**

## **MÓDULO VI**

### **CONTRATOS DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL Y ARBITRAJE COMERCIAL**

Objetivo: El alumno estará familiarizado con instrumentos legales, términos y herramientas más empleados en el comercio internacional, lo que le permitirá redactar un buen formato de compra-venta para el producto seleccionado en el mercado objetivo.

1. Marco Legal que regula los contratos de compra-venta internacional de mercancías en el derecho mexicano.
2. Ámbito de aplicación y disposiciones generales.
3. Formación del contrato.
4. Tipos de contratos de compra-venta.
5. Obligaciones y derechos del comprador y del vendedor.
6. Contratos de representación o agencia.

**Duración: 30 horas.**

## **MÓDULO VII**

### **REGLAMENTACIÓN, PROCEDIMIENTOS Y APOYOS A LA EXPORTACIÓN**

Objetivo: El alumno identificará las diversas instituciones nacionales dedicadas al apoyo de la actividad exportadora, los reglamentos aplicables y procedimientos a seguir para concretar la actividad exportadora.

1. Dependencias gubernamentales y organismos privados que intervienen en el comercio exterior.
2. Disposiciones legales en la materia.
3. Registros y documentos que se requieren para exportar.
4. Programas de fomento a las exportaciones.

**Duración: 30 horas.**

## **MÓDULO VIII**

### **REVISIÓN METODOLÓGICA DE LOS PLANES DE EXPORTACIÓN**

Objetivo: el alumno recibirá asesoría relacionada con la metodología asociada al desarrollo del plan de exportación para el producto elegido en el mercado objetivo.

1. Metodología.
2. Laboratorio (Caso Práctico Concentrador)

**Duración: 30 horas.**

**Duración Total: 240 horas.**



## **DIRECTORIO**

Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez  
**Director FCA**

Dr. Armando Tomé González  
**Secretario General**

Mtra. Norma Angélica González Buendía  
**Jefa de Exámenes Profesionales**



### **Admisión e informes**

**Departamento de Exámenes Profesionales**  
<http://titulacion.fca.unam.mx>

**Correo electrónico**  
[diplo\\_alumnos@fca.unam.mx](mailto:diplo_alumnos@fca.unam.mx)

**Lunes a viernes de 9:00-14:00 y 16:00-19:00**  
**Teléfono:** 56228398 ext. 108, 109 y 111