

CONSEJO NACIONAL DE RECTORES

Oficina de Planificación de la Educación Superior

División Académica

DICTAMEN SOBRE LA SOLICITUD DE REDISEÑO DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL

Alexander Cox Alvarado



OPES ; no. 39-2025

378

C877d

Cox Alvarado, Alexander

Dictamen sobre la solicitud de rediseño del bachillerato en comercio y negocios internacionales de la Universidad Nacional / Alexander Cox Alvarado. -- San José, C.R. : CONARE-OPES, 2025.

(OPES; no. 39-2025) 1 recurso en línea (77 páginas): archivos de texto PDF, 500 KB

ISBN 978-9977-77-685-9

1. COMERCIO. 2. NEGOCIOS INTERNACIONALES. 3. BACHILLERATO UNIVERSITARIO. 4. PERFIL PROFESIONAL. 5. PLAN DE ESTUDIOS. 6. PERSONAL DOCENTE. 7. UNIVERSIDAD NACIONAL (COSTA RICA). I. Título. II. Serie.

Información del autor

Alexander Cox Alvarado. <https://orcid.org/0009-0001-9724-6175>

Esta obra se comparte bajo la licencia
Reconocimiento – No Comercial – Compartir Igual
(CC-BY-NC-SA)

Permite usar una obra para crear otra obra o contenido, modificando o no la obra original, siempre que se cite al autor, la obra resultante se comparta bajo el mismo tipo de licencia y no tenga fines comerciales



PRESENTACIÓN

El estudio que se presenta en este documento (OPES ; no. 39-2025) se refiere al dictamen sobre la solicitud de rediseño del Bachillerato *en Comercio y Negocios Internacionales* de la Universidad Nacional.

El dictamen fue realizado por el M.Sc. Alexander Cox Alvarado, investigador de la División Académica de la Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES) con base en el documento *Universidad Nacional, Resumen Ejecutivo, Rediseño CNI para Conare, 2025*.

La revisión del documento estuvo a cargo de la Dra. Katalina Perera Hernández, Jefa de la División Académica y la edición del documento fue realizada por Sandra Guillén Guardado, asistente de la División citada.

El presente dictamen fue aprobado por el Consejo Nacional de Rectores en la sesión No.56-2025, celebrada el 14 de octubre de 2025, en el artículo 8, inciso a). y en la sesión No.62-2025, celebrada el 9 de diciembre de 2025, en el artículo 11, inciso a). Comunicado mediante CNR-477-2025 y CNR-599-2025.



Katalina Perera Hernández
Directora a.i de la OPES

Tabla de Contenido

1. Introducción	1
2. Datos generales	1
3. Objeto de estudio	2
4. Principales cambios realizados	3
5. Justificación del rediseño de la carrera	4
6. Propósitos u objetivos de la carrera	5
7. Perfil académico-profesional	6
8. Campo de inserción laboral de los graduados.....	10
9. Carreras afines en la Educación Superior	11
10. Datos de empleabilidad del Observatorio Laboral de Profesiones	11
11. Requisitos de ingreso y de permanencia.....	12
12. Requisitos de graduación	12
13. Actividades de formación académica	12
14. Descripción de las actividades de formación académica de la carrera	13
15. Correspondencia del equipo docente con las actividades académicas.....	13
16. Ficha de información para la gestión de datos	13
17. Conclusiones	14
18. Recomendaciones	14
ANEXO A.....	16
ANEXO B.....	19
ANEXO C	72
ANEXO D	74

1. Introducción

La solicitud de rediseño del Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales en la Universidad Nacional (UNA) fue presentada al Consejo Nacional de Rectores por el Rector Jorge Herrera Murillo, en nota UNA-R-OFIC-1907-2025.

Cuando se crean o rediseñan carreras, ya sea de grado o de posgrado, según lo señalado en el documento *Lineamientos para la creación y el rediseño de carreras universitarias estatales*¹ se estudian los siguientes temas que son la base del estudio que realiza la OPES:

- Datos generales
- Objeto de estudio
- Justificación del rediseño de la carrera
- Propósitos u objetivos de la carrera
- Perfil académico-profesional
- Campo de inserción laboral del graduado
- Carreras afines en la Educación Superior
- Datos de empleabilidad del Observatorio Laboral de Profesiones.
- Requisitos de ingreso y de permanencia
- Requisitos de graduación
- Actividades de formación académica de la carrera
- Descripción de las actividades de formación académica de la carrera
- Correspondencia del equipo docente con las actividades de formación académica.

2. Datos generales

El Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales tendrá 8 periodos lectivos de 17 semanas. Hay dos periodos lectivos por año. La periodicidad de la

¹ Aprobado por el Consejo Nacional de Rectores en la sesión N°41-2022 celebrada el 18 de octubre de 2022

oferta académica es anual. El número de promociones es indefinido. La Universidad Nacional afirma en la documentación enviada que cuenta con los recursos presupuestarios y financieros (talento humano, infraestructura y equipo) necesarios para ofrecer la carrera.

Se ofrece el siguiente grado y título:

- Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales.

3. Objeto de estudio

En la documentación enviada por la UNA, se incluyen los siguientes párrafos sobre el objeto de estudio de la carrera:

El comercio y los negocios internacionales conforman un área de conocimiento 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 actores y factores que influyen en las decisiones económicas de internacionalización de las empresas u organizaciones, sean éstas de carácter público o privado. Por esta razón, esta área de conocimiento no se puede mirar desde una sola óptica, sino que requiere de un enfoque que conjugue diversas disciplinas.

Diversos autores, Rugman (1997), Hill (2001), Daniels (2007), Czinkota (2007) y Wild (2008), definen los negocios internacionales como todas aquellas transacciones, sean privadas o públicas, que se realizan entre dos o más agentes, ya sean personas, empresas, gobiernos u otras organizaciones. Estas transacciones (privadas o públicas) incluyen el comercio de bienes o servicios, la inversión y el transporte, entre otro conjunto de elementos. El conjunto de factores internos o provenientes del entorno que inciden sobre los negocios internacionales no son solo múltiples sino cada vez más complejos, sofisticados e interdependientes. Para lograr incursionar en los mercados externos, las empresas deben valorar una gran cantidad de variables, tanto desde una perspectiva macroeconómica como a nivel micro. Algunos 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, el transporte y la distribución, las condiciones de acceso al mercado, 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 el entorno geopolítico. Aspectos que en conjunto determinarán el riesgo de penetrar determinado mercado.

Por estas razones, la finalidad social del conocimiento en Comercio y Negocios Internacionales es la promoción de una base técnica sólida que permita el análisis sistémico de la realidad del intercambio de bienes y servicios y, dentro de éste, el papel que juegan las empresas e instituciones. A través de una metodología de enseñanza altamente

práctica y aplicada a la realidad, así como del uso de las tecnologías modernas para el manejo y el análisis de la información, de forma que las personas profesionales graduadas en estas áreas sean capaces de identificar, diseñar, aplicar, investigar y evaluar oportunidades comerciales, técnicas de negociación intercultural y desarrollar estrategias para incursionar productos o servicios en cualquier mercado. Lo anterior dentro de los más altos estándares de la ética empresarial y con apego a los principios de sostenibilidad.

Para alcanzar este objetivo, la experiencia de las personas 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. (Universidad Nacional, Resumen Ejecutivo, Rediseño CNI para Conare, 2025)

La División Académica de la OPES considera que la definición del objeto de estudio de Comercio y Negocios Internacionales es clara, interdisciplinaria y congruente.

4. Principales cambios realizados

La Universidad Nacional envió lo siguiente sobre el particular:

Los principales cambios realizados al Plan de Estudios del Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales en esta revisión integral son:

- Se sustituyen las áreas disciplinares de Economía por Economía Global y el área Instrumental por Tecnología y Analítica. Mientras que el área de Comercio y Negocios Internacionales se separa en dos: Comercio Internacional, por una parte y Negocios Internacionales, por la otra. Se elimina por completo el área de Administración y Mercadeo Internacional, por encontrarse implícitamente contenida en la nueva área disciplinaria de Negocios Internacionales.
- En términos generales, hay nuevo balance entre las áreas disciplinares respecto al Plan de Estudios vigente, en lo que a porcentaje de créditos se refiere. De manera que tanto el área de Tecnología y Analítica, como la de Comercio Internacional y la de Negocios Internacionales representa un 18% de los créditos totales. En tanto, las áreas de Derecho Internacional y Economía Global mantienen cada una un 13% del total de créditos.
- El objetivo del Plan de Estudios se delimita en esta revisión y se resalta la solidez técnica y las destrezas prácticas que tendrían las personas profesionales graduadas de esta carrera, sin que se pierda la visión integral de los mercados internacionales y su contribución al desarrollo del país y la sociedad costarricense.
- Con el fin de adecuarlos a las nuevas corrientes mundiales, reforzar técnicamente su contenido y darle un enfoque más práctico o aplicado a la realidad, se revisaron los contenidos de [14] cursos:
 - [...]
 - Se sustituyeron [7] cursos:
 - Para reforzar el conocimiento técnico y las destrezas analíticas relacionadas con el manejo de datos de información, se incluyeron ocho cursos completamente nuevos al Plan de Estudios
 - [...]

- Finalmente, se eliminaron [5] cursos del Plan de Estudios:
- [...]
- Se ajustaron los perfiles profesionales de la persona graduada de conformidad con los diferentes saberes que se tiene como objetivo alcanzar con cada curso.
- Se crean 6 cursos optativos completamente nuevos que complementan la Malla Curricular base. (Universidad Nacional, Resumen Ejecutivo, Rediseño CNI para Conare, 2025)

La División Académica de la OPES considera que los cambios son apropiados y obedecen al objeto de estudio de la carrera.

5. Justificación del rediseño de la carrera

Lo siguiente es son extractos de una larga justificación del rediseño de la carrera:

El espíritu innovador y de mejora continua que caracteriza a la Escuela de Relaciones Internacionales, en consonancia con los esfuerzos que ha venido haciendo la Universidad Nacional por renovar su oferta académica, pone a disposición de la sociedad costarricense un plan de estudios en Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales renovado, acorde con las nuevas tendencias del comercio internacional, las dinámicas globales que determinan la internacionalización de las empresas y los desafíos para la preservación del Planeta.

Costa Rica cuenta con una plataforma de comercio exterior consolidada y un engranaje de firmas de capital externo de clase mundial. Durante los últimos 20 años, el comercio de bienes y servicios ha multiplicado en más de seis veces su valor y la IED ha llegado a representar un 4,5% del PIB. El sector productivo vinculado con los mercados internacionales se ha convertido en una fuente muy importante de empleo, tanto directo como indirecto. No solo por la generación de empleo que implica la compra y venta directa de bienes o servicios con el exterior, sino por el efecto “derrame” o “multiplicador” que generan los encadenamientos productivos.

La nueva oleada de proteccionismo mundial, las tensiones geopolíticas y la guerra comercial, que ha vuelto a polarizar el sistema económico mundial, requieren de profesionales con claridad para interpretar las nuevas reglas del comercio, así como las amenazas y oportunidades que de este entorno se deriven. Comprender esta dinámica, así como las normas que la rigen y determinan, sus tendencias y cambio continuo, resulta fundamental para las economías, pero muy especialmente para las empresas, que --en definitiva-- son las generadoras del comercio.

En Costa Rica, 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. Hoy se exportan más de 5130 productos a 167 diferentes países de destino (INEC, 2024). Cada vez más empresas se vinculan a los mercados internacionales de forma directa, a través de la exportación de un bien o servicio; o indirectamente, al vender sus productos o prestar sus servicios a otra firma más grande vinculada al mercado exterior (encadenamientos productivos). El posicionamiento de los bienes y servicios costarricenses en los grandes mercados mundiales también exige del cumplimiento de altos estándares de

calidad, cuyo proceso de fabricación cumpla con estrictas normas laborales, ambientales y hasta sociales. Las empresas se están viendo obligadas no solamente a generar riqueza, sino a hacerlo de manera socialmente responsable, en armonía con el ambiente y, en procura de un crecimiento más equitativo y sostenible, capaz de generar un verdadero desarrollo. Se trata, por tanto, de una perspectiva del comercio y los negocios internacionales integral, que promueva la sostenibilidad ambiental, social y económica, con un fuerte compromiso ético, entre las personas trabajadoras y la sociedad en general. En este proceso, la tecnología ha sido y continuará siendo una aliada para acortar distancias, agilizar trámites, mejorar el acceso a la información, rebasar con mayor rapidez las fronteras y socializar el progreso.

La Escuela de Relaciones Internacionales pone a disposición una reforma integral del programa Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales, consciente de esta visión holística del intercambio comercial, tanto de bienes como de servicios, y de la necesidad de contar con profesionales que comprendan las nuevas reglas que lo rigen y sean capaces de adaptarse, de forma resiliente, a los cambios que la tecnología y el entorno dictan.

(Universidad Nacional, Resumen Ejecutivo, Rediseño CNI para Conare, 2025)

La División Académica de la OPES considera que la justificación es apropiada puesto que evidencia con claridad la necesidad, la oportunidad y la relevancia de cambios en el programa en el contexto costarricense e internacional.

6. Propósitos u objetivos de la carrera

LA UNA envió la siguiente información sobre el particular:

Objetivo general

Formar profesionales en el ámbito del comercio y los negocios internacionales con solidez técnica, destrezas prácticas y una visión integral de los mercados internacionales, que contribuyan al desarrollo del país y la sociedad costarricense.

Objetivos específicos

- Comprender el marco jurídico presente y visualizar el futuro que define las reglas del comercio internacional de bienes, servicios y la movilidad de la inversión extranjera directa para el diseño de políticas y estrategias empresariales que contribuyan al desarrollo de las sociedades.
- Distinguir los aspectos económicos, jurídicos y comerciales que sustentan las relaciones internacionales entre los países, las empresas y las personas, de forma que sirvan de base para enfrentar, de una forma más ética y sustentada los grandes desafíos del Planeta.
- Utilizar herramientas y técnicas de la analítica de datos para la interpretación, sustento técnico y explicación de las relaciones comerciales entre países y organizaciones, así como para realizar investigaciones de mercados que contribuyan a la toma de decisiones informadas y amparadas en principios éticos. (Universidad Nacional, Resumen Ejecutivo, Rediseño CNI para Conare, 2025)

La División Académica de la OPES estima que los objetivos de la carrera, tanto el general como los específicos, son claros y, además, congruentes con el objeto de estudio presentado por la Universidad Nacional.

7. Perfil académico-profesional

La Universidad Nacional envió el siguiente perfil académico-profesional:

Saber Conceptual

Al concluir el plan de estudios cada persona estudiante:

- Comprende los principios fundamentales de la economía y sus aplicaciones en los contextos de microeconomía y macroeconomía.
- Interpreta variables económicas clave y sus interrelaciones.
- Reconoce las diversas disciplinas que componen el comercio y los negocios internacionales, sus tendencias y los principales factores que determinan sus dinámicas.
- Distingue los componentes y las dinámicas esenciales del sistema internacional.
- Comprende las distintas figuras jurídicas y la relevancia de su aplicación dentro del comercio y los negocios internacionales.
- Distingue los principios básicos entre el derecho internacional público y el derecho internacional privado.
- Distingue diversas estructuras de mercado que le permitirán ajustar las decisiones de penetración y venta de bienes o servicios en determinados países.
- Reconoce los principales instrumentos normativos del comercio internacional y sus principios rectores, así como los retos y amenazas que enfrentan.
- Diferencia las diversas formas de incorporación de los instrumentos normativos del comercio internacional en los ordenamientos jurídicos internos.
- Comprende la importancia de la jurisprudencia como función integradora de la normativa del derecho de comercio internacional.
- Distingue la estructura, funcionamiento y objetivos del sistema multilateral del comercio, así como sus principios básicos y la importancia para una economía como la costarricense.
- Comprende la relevancia de la clasificación de las mercancías para efectos de una adecuada aplicación de los beneficios arancelarios, el cumplimiento de las reglas de origen y el pago de impuestos.
- Distingue las principales componentes de un plan de negocios y los aspectos clave para el desarrollo de nuevos negocios
- Reconoce las diversas estrategias que utilizan las empresas para internacionalizarse y desarrollar emprendimientos.
- Diferencia de manera efectiva los conceptos básicos de la contabilidad, la documentación y los efectos tributarios, así como su importancia como proceso de negocio.
- Reconoce diversas técnicas y métodos para realizar investigaciones.
- Reconoce los principios generales y procedimientos derivados del derecho aduanero en Costa Rica, y el impacto que éstos generan sobre el comercio y los negocios internacionales.
- Distingue los principales instrumentos de la política comercial y su relación con otras políticas económicas.

- Reconoce las actividades que determinan la gestión de la cadena de suministros y la relevancia de su interacción en los procesos de importación y exportación de bienes y servicios.
- Interpreta estados financieros, haciendo uso de indicadores, que le permitan realizar diagnósticos y dimensionar los riesgos que asumen las empresas en determinados proyectos.
- Relaciona los conceptos fundamentales y las teorías clave de las finanzas internacionales para la identificación de riesgos financieros.
- Reconoce y respeta los principales derechos de propiedad intelectual en el contexto del comercio internacional.
- Distingue las principales herramientas y principios rectores del acceso a mercados en el comercio de mercancías y su impacto para los sectores productivos y la economía global.
- Reconoce los componentes y la importancia de los contratos para reducir los riesgos a la hora de realizar una operación de comercio o negocios internacionales.
- Distingue los alcances y compromisos de Costa Rica en materia de servicios en los acuerdos multilaterales y bilaterales.
- Contextualiza los efectos del comercio de servicios y la atracción de la atracción de inversión extranjera directa en la economía global y la costarricense.
- Reconoce los fundamentos del análisis de datos y la importancia de la inteligencia artificial como herramienta para mejorar la tomada de decisiones en el comercio y los negocios internacionales.
- Define propuestas de valor para productos de exportación, tomando en consideración el entorno internacional y su impacto en las operaciones comerciales.
- Comprende los conceptos, principios y tácticas del proceso de la negociación.
- Reconoce los factores que intervienen en la competitividad global y regional.
- Reflexiona, con una visión crítica, sobre los impactos que las relaciones geográficas de poder puedan tener sobre los procesos comerciales, la seguridad nacional y las estrategias de desarrollo de un país.
- Distingue los retos globales de la geografía económica, de forma que pueda analizar el riesgo político y clima de negocios de una economía en particular.
- Domina las bases, principios y actores que participan en un proceso de solución de controversias comerciales en el marco de la OMC, así como los procesos de resolución alterna de conflictos.
- Diferencia el fundamento jurídico para la solución o mediación de un conflicto comercial en los distintos ámbitos: controversias Estado-Estado, Inversionista-Estados y entre privados.
- Reconoce los grandes desafíos éticos en materia de sostenibilidad en los negocios internacionales, desde una perspectiva crítica, así como las respuestas que han planteado los Estados y las diversas organizaciones para enfrentarlos.
- Domina los principales elementos que debe contener una investigación de mercados.
- Comprende la importancia de una adecuada gestión para el desarrollo de proyectos en los mercados internacionales.
- Comprende el papel que juega la diplomacia corporativa como herramienta estratégica para el logro de los objetivos de un negocio internacional.
- Distingue los componentes y las dinámicas esenciales de las regiones y zonas fronterizas, así como los factores habilitadores para el comercio y la inversión.
- Reconoce los factores determinantes de la actividad turística y el desarrollo de negocios turísticos, así como su impacto sobre las economías y sociedades.

- Maneja los principios y herramientas básicas de la estadística descriptiva e inferencial.

Saber Procedimental

Al finalizar el plan de estudios cada persona estudiante:

- Utiliza los principios económicos fundamentales para resolver problemas económicos reales en los negocios y el comercio internacional.
- Analiza tendencias e interrelaciones de variables económicas complejas y los incorpora en la toma de decisiones empresariales en el ámbito del comercio y los negocios internacionales.
- Interpreta el fenómeno jurídico en el ámbito del comercio y los negocios internacionales.
- Aplica técnicas de negociación y principios de derecho en la resolución de controversias comerciales y conflictos.
- Practica simulaciones que permitan alcanzar soluciones a problemas o controversias comerciales, a través de la aplicación de los conocimientos teórico-conceptuales adquiridos.
- Procesa de manera eficiente y eficaz los datos cuantitativos, cualitativos e instrumental gráfico en diversas áreas de su profesión, como sustento para respaldar sus criterios e investigaciones.
- Debate sobre políticas comerciales considerando impactos teóricos y prácticos, así como los efectos que genera sobre los diversos sectores de la economía y su contribución al desarrollo de los países.
- Emplea técnicas de gestión empresarial para organizar proyectos de internacionalización de una empresa, haciendo uso de estrategias comerciales alineadas con las teorías modernas.
- Diseña propuestas de proyectos que integren componentes comerciales y normativos internacionales.
- Clasifica mercancías a nivel internacional reconociendo los criterios pertinentes, las reglas generales y de interpretación de los capítulos que conforman el Sistema Armonizado.
- Clasifica y registra las operaciones comerciales tanto de empresas productoras de bienes como de servicios y comercializadoras en los sistemas contables.
- Aplica observancia de las normas internacionales de propiedad intelectual en el ejercicio de su profesión.
- Evalúa escenarios comerciales mediante teorías económicas y/o comerciales.
- Aplica herramientas y tácticas modernas de logística, abastecimiento, gestión de inventarios y distribución, para garantizar la eficiencia operativa, la reducción de costos y la mejora en el servicio al cliente en los negocios internacionales.
- Gestiona activos intangibles de forma segura y exitosa, en el contexto internacional, a través de herramientas legales para la transferencia de tecnología y licenciamiento.
- Evalúa financieramente proyectos en el ámbito del comercio y los negocios internacionales, tomando en consideración los riesgos globales asociados.
- Elabora informes financieros basados en las evidencias y el análisis financiero realizado.
- Diseña estrategias de incursión de productos en los mercados internacionales utilizando herramientas de análisis financiero y considerando los factores económicos, políticos y regulatorios globales, así como la diplomacia corporativa.
- Utiliza herramientas digitales para la planificación, gestión y evaluación de proyectos.
- Genera espacios para el ejercicio de la creatividad y la innovación en el ámbito del comercio y los negocios internacionales.

- Analiza el impacto que tienen las medidas de acceso a mercados sobre los sectores productivos y la economía en general.
- Relaciona los grandes desafíos planetarios, como el cambio climático, la tecnología, el comercio justo y ético, con las nuevas reglas del comercio mundial, desde una perspectiva crítica.
- Aplica métodos, técnicas e instrumentos congruentes para a partir de una idea materializar una investigación, con especial énfasis en las investigaciones de mercado para un producto o sector en particular.
- Utiliza diversos métodos estadísticos y herramientas tecnológicas en el análisis de datos.
- Interpreta los derechos y obligaciones contenidos en los acuerdos comerciales.
- Analiza los fenómenos que convergen en las regiones transfronterizas.
- Explica los factores que determinan el desarrollo de la actividad turística a nivel global, nacional y regional, así como su incidencia sobre el desarrollo socioeconómico de las sociedades.
- Diseñará estrategias de mercadeo innovadoras y fundamentadas en análisis de información, contexto y competitividad.

Saber Actitudinal

Al finalizar el plan de estudios cada persona estudiante:

- Posee una actitud crítica y reflexiva en torno a los problemas económicos y desafíos globales del comercio.
- Desarrolla su capacidad para trabajar de forma colaborativa y en equipos multidisciplinarios, locales, nacionales o internacionales.
- Resuelve problemas con los recursos disponibles a su alcance.
- Entabla adecuadas relaciones humanas, de respeto mutuo ante la diversidad de opiniones e intereses.
- Se actualiza de manera permanente en su área de estudio y temas afines.
- Lidera su grupo de trabajo y mantendrá una actitud vigilante para que se apliquen los principios de equidad, justicia, sostenibilidad ambiental y cultural en su lugar de trabajo.
- Asume como parte integral de su quehacer, los aspectos éticos, tanto en el plano personal como en el profesional.
- Reconoce la importancia del respeto al marco jurídico vigente en su ejercicio profesional.
- Mantiene una actitud abierta a los cambios y nuevos proyectos.
- Muestra resiliencia ante entornos complejos.
- Maneja eficientemente y con compromiso el tiempo de trabajo independiente, lo cual le permite desempeñar sus deberes con rigurosidad y constancia.
- Realiza investigaciones con apego a los principios de objetividad, imparcialidad, ética y transparencia.
- Mantiene una actitud enfocada en la alcanzar de objetivos comerciales y estratégicos de la empresa o proyecto a su cargo.
- Comunica con claridad y determinación sus ideas y puntos de vista.
- Mantiene una visión holística del entorno, que le permita generar pensamiento estratégico.
- Trabaja con estricto apego a los principios éticos en los derechos de propiedad intelectual aplicables al manejo de información de terceros. (Universidad Nacional, Resumen Ejecutivo, Rediseño CNI para Conare, 2025)

La División Académica de la OPES considera que dicho perfil es congruente con el objeto de estudio y los objetivos de la carrera, presentados

anteriormente. Además, el perfil garantiza integralidad en la formación dado que describe detalladamente los saberes conceptual, procedimental y actitudinal. La valoración técnica-profesional de la OPES sobre el perfil y otros elementos curriculares, como la estructura curricular y los contenidos del plan de estudios es que esos elementos son congruentes entre sí.

Esta Oficina ha constatado que se cumple con los requerimientos para el grado académico de Licenciatura en el *Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana* (MCESCA) ².

8. Campo de inserción laboral de los graduados

Según la UNA, los graduados de la carrera trabajan en las siguientes empresas y organizaciones:

Sector público

- Negociador comercial internacional
- Promotor de comercio exterior
- Analista de inteligencia de mercados.
- Especialista en comercio internacional
- Promotor de atracción de inversiones
- Investigador en temas relacionados con el comercio

Sector privado

- Encargado de operaciones internacionales
- Encargado de compras internacionales o departamentos de importación
- Investigador de mercados
- Asesor de cámaras, asociaciones o gremios en temas comerciales y de negocios internacionales.
- Asesor en el departamento mercadeo internacional
- Asesor en el departamento de exportación
- Encargado de logística

Organismos internacionales

- Investigador de acceso a mercados
- Analista de segmentos de mercado, sectores o productos
- Especialista en análisis de clima de negocios
- Analista del entorno comercial en determinados mercados
- Investigador sobre procesos de internacionalización de las empresas
- Asesor en temas relacionados con el comercio, los negocios y el mercado internacional

Academia

- Docente

² CSUCA, Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana, 2018.

- Investigador (Universidad Nacional, Resumen Ejecutivo, Rediseño CNI para Conare, 2025)

Esta Oficina considera que el campo laboral proyectado para los graduados es amplio y realista; este contempla sectores como medios tradicionales, agencias, el gobierno, partidos políticos y organismos internacionales. Existe correspondencia entre las destrezas, habilidades, conocimientos y actitudes que se describen en el perfil y las demandas observadas en el sector laboral, según los datos aportados.

9. Carreras afines en la Educación Superior

En Comercio Internacional se ofrecían cinco carreras en 2025. La lista completa se presenta en el Cuadro N°1:

CUADRO N°1. CARRERAS DE COMERCIO INTERNACIONAL AUTORIZADAS EN COSTA RICA, POR AÑO DE CREACIÓN Y UNIVERSIDAD. 2025

Carrera	Grado	NombreU	Año
Comercio Exterior	B	Universidad Braulio Carrillo	1994
Comercio Internacional	BL	Universidad Internacional de las Américas	1987
Comercio Internacional	B	Universidad Lead	2015
Comercio y Negocios Internacionales	BL	Universidad Nacional	2008
Comercio y Negocios Internacionales	B	Universidad Nacional	2008

Notas: B: Bachillerato BL: Bachillerato y Licenciatura

FUENTE: Base de datos de oportunidades académicas, División Académica, 2025.

10. Datos de empleabilidad del Observatorio Laboral de Profesiones (OLaP)

De conformidad con el acuerdo del Consejo Nacional de Rectores CNR-498-2022, inciso B, sesión 41-2022, celebrada el 18 de octubre de 2022, se presentan los datos relacionados con los Estudios de Seguimiento de la Condición Laboral de las Personas Graduadas de las Universidades Costarricenses elaborados por la OLaP. En el Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales de la UNA, el porcentaje de desempleo es de 18,9 % de la fuerza laboral, el porcentaje de subempleo es de 0,0 % de los trabajadores y el porcentaje de personas cuyo trabajo tiene poca relación con la carrera es de 20,0 %.

Estos indicadores reflejan desafíos significativos en la inserción laboral del área y evidencian una situación que podría afectar la estabilidad y el desarrollo profesional de las personas egresadas en esta disciplina.

11. Requisitos de ingreso y de permanencia

Según la Universidad Nacional, los requisitos de ingreso son los siguientes:

- Poseer el Bachillerato en Enseñanza Media de la Educación Costarricense.
- Aprobar el proceso de admisión a la Universidad Nacional.
- Aprobar el proceso de admisión de la Escuela
- Preferiblemente contar con conocimientos básicos en computación, manejo de software básico para preparar trabajos, tablas y reportes.

En cuanto a los requisitos de permanencia, se establece que son los que establece al respecto la Universidad Nacional. Esta Oficina considera que los requisitos de ingreso a la carrera planteados, así como los de permanencia son apropiados y congruentes con la normativa vigente.

12. Requisitos de graduación

Para graduarse se requiere aprobar todas las actividades de la estructura curricular y cumplir con otros requisitos administrativos y financieros establecidos por la Universidad Nacional.

Los requisitos de graduación planteados son apropiados.

13. Actividades de formación académica

La estructura curricular de la carrera, presentada en el Anexo A, consta de 137 créditos para el Bachillerato.

Se cumple con la normativa respectiva.

14. Descripción de las actividades de formación académica de la carrera

Los programas de las actividades de formación académica de la carrera se muestran en el Anexo B.

15. Correspondencia del equipo docente con las actividades académicas

En el Anexo C, se indica el personal docente de cada uno de los cursos de la carrera. En el Anexo D se muestran sus grados académicos. Todos cumplen con el requisito de poseer al menos el grado de Licenciatura y sus diplomas o su experiencia laboral son afines con la asignatura que impartirá cada uno de ellos.

16. Ficha de información para la gestión de datos

DIVISIÓN ACADÉMICA

FICHA DE INFORMACIÓN PARA GESTIÓN DE DATOS

Nombre de la carrera: Comercio y Negocios Internacionales

Universidad Universidad Nacional

Grados académicos Bachillerato

Nombre de la titulación: Bachillerato en Comercio y Negocios Internacionales

Clasificación carreras STEM

Carrera STEM

Sí

No

Número de créditos totales

137

Número de periodos totales

Ocho

Tipo de ciclo o periodo

Semestral

Clasificación Campos de Educación y Formación (CINE-F 2013), UNESCO:

Campo amplio (área)

04 Negocios, administración y derecho

Campo específico (disciplina)

041 Educación comercial y administración

Campo detallado (carrera)

0415 Marketing y publicidad

Observaciones Generales

Es un rediseño.

17. Conclusiones

- La propuesta curricular planteada cumple con los requisitos formales, con la normativa aprobada por el CONARE en el *Convenio para unificar la definición de crédito en la Educación Superior* ³ y en el *Convenio para crear una nomenclatura de grados y títulos de la Educación Superior Estatal* ⁴, con los requerimientos para el grado académico de Licenciatura en el *Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana* (MCESCA) ⁵, así como con los procedimientos establecidos por el documento *Lineamientos para la creación y el rediseño de carreras universitarias estatales* ⁶.
- La Universidad Nacional delimita claramente el objeto de estudio y ofrece una justificación académicamente consistente para el rediseño del programa.
- El plan curricular presentado evidencia una articulación coherente entre el objeto de estudio, los objetivos formativos de la carrera y el perfil académico-profesional proyectado para sus graduados.
- El personal docente cumple con los requisitos normativos establecidos.
- Según la Universidad Nacional, se consultaron fuentes, sectores y datos actualizados que respaldan de manera consistente las demandas sociales y laborales identificadas, de forma que la iniciativa de rediseño del Bachillerato se formula como una respuesta pertinente a una necesidad real y actual, coherente con las dinámicas sociales contemporáneas.
- Los indicadores de empleabilidad del OLaP indican que el porcentaje de desempleo es de 18,9 % de la fuerza laboral y que el porcentaje de personas cuyo trabajo tiene poca relación con la carrera es de 20,0. Estos indicadores reflejan desafíos significativos en la inserción laboral y requieren atención.

³ Aprobada por el CONARE en la sesión del 10 de noviembre de 1976.

⁴ Aprobado por el CONARE y ratificado por los Consejos Universitarios e Institucional. Publicado en La Gaceta (Diario Oficial) 190 de 16 de octubre de 2023, páginas 42 a 46.

⁵ CSUCA, Marco de Cualificaciones para la Educación Superior Centroamericana, 2018.

⁶ Aprobado por el Consejo Nacional de Rectores en la sesión N°41-2022 celebrada el 18 de octubre de 2022.

18. Recomendaciones

Con base en las conclusiones del presente estudio, se recomienda lo siguiente:

- Que la Universidad Nacional proceda con el rediseño del Bachillerato *en Comercio y Negocios Internacionales*, de acuerdo con los términos expresados en este dictamen, por un número de promociones indefinido.
- Considerando que, según los datos del OLaP, los indicadores de empleabilidad (desempleo y poca relación estudios-trabajo) son desafiantes, se recomienda que la UNA promueva una reflexión sobre su abordaje.
- Se recomienda que la Universidad Nacional establezca mecanismos periódicos de evaluación y mejora continua de esta carrera, con participación activa de egresados, empleadores y docentes, así como la población estudiantil, especialmente en relación con el impacto en la sociedad costarricense, que aseguren su buena marcha, desarrollo, actualización y pertinencia.

ANEXO A

**ESTRUCTURA CURRICULAR DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL**

ANEXO A

ESTRUCTURA CURRICULAR DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL

NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
<u>Primer ciclo</u>	<u>16</u>
Estudios Generales I	3
Estudios Generales II	3
Matemática General	4
Introducción a la Economía Global	3
Fundamentos del Comercio y los Negocios Internacionales	3
<u>Segundo ciclo</u>	<u>17</u>
Estudios Generales III	3
Estudios Generales IV	3
Matemática para Economía y Negocios	4
Introducción al Derecho Internacional	3
Inglés Integrado I	4
<u>Tercer ciclo</u>	<u>17</u>
Microeconomía para Comercio y Negocios Internacionales	3
Derecho del Comercio Internacional	3
Sistema multilateral del comercio	3
Estadística aplicada al Comercio y Negocios Internacionales	4
Inglés Integrado II	4
<u>Cuarto ciclo</u>	<u>18</u>
Análisis macroeconómico para Comercio y Negocios Internacionales	3
Clasificación arancelaria de mercancías	3
Gestión y desarrollo de negocios Internacionales	3
Contabilidad General	3
Métodos y técnicas de investigación	3
Optativo disciplinar (área Comercio Internacional)	3
<u>Quinto ciclo</u>	<u>18</u>
Teoría del Comercio Internacional	3
Derecho Aduanero	3
Política Comercial	3
Gestión de la cadena de suministros	3
Análisis financiero para CNI	3
Optativo libre	3

NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
<u>Sexto ciclo</u>	<u>16</u>
Finanzas Internacionales	4
Propiedad intelectual e innovación	3
Acceso a mercados	3
Formulación y gestión de proyectos	3
Optativo disciplinar (área tecnología y analítica)	3
<u>Séptimo ciclo</u>	<u>18</u>
Contratos Internacionales	3
Comercio de servicios e inversión	3
Mercadeo Internacional	3
Negociación Internacional	3
Analítica de datos para Comercio y Negocio Internacionales	3
Optativo disciplinar (área Comercio Internacional)	3
<u>Octavo ciclo</u>	<u>17</u>
Geoestrategia y competitividad global	3
Solución de controversias comerciales	3
Negocios Internacionales y sostenibilidad	3
Sistema de información para investigación de mercados	4
Práctica Profesional Supervisada	4
<i>Créditos del Bachillerato</i>	<i>137</i>

ANEXO B

**TEMÁTICAS DE LOS CURSOS DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL**

ANEXO B

TEMÁTICAS DE LOS CURSOS DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL

Introducción a la economía global

Nombre del curso:	Introducción a la economía global
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En este curso se realiza una introducción al pensamiento económico, de forma que se generen las bases conceptuales de la economía, así como las lógicas de análisis previstas en la micro y macroeconomía, que permitan a la persona estudiante una adecuada comprensión de los cursos más avanzados como microeconomía aplicada al CNI, análisis macroeconómico para CNI y teoría del comercio internacional.

Se parte del principio de que la economía actual es globalizada y altamente interconectada con el mercado mundial, aspectos que propician el análisis de los temas económicos desde una perspectiva global, sin perder de vista las bases analíticas tradicionales de la disciplina. El curso vincular la teoría económica con los fenómenos contemporáneos, permitiendo a las personas estudiantes comprender cómo los principios económicos se reflejan en dinámicas reales como las cadenas globales de valor, las políticas comerciales y la integración económica. De esta manera, se fomenta en las personas estudiantes una visión crítica y reflexiva que les permita analizar los desafíos y oportunidades que enfrentan las economías nacionales y regionales en un entorno global.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Distinguir los principios fundamentales y las interacciones que rigen la economía global, a partir del estudio conceptual de los fundamentos de la disciplina económica y las lógicas analíticas de la microeconomía y la macroeconomía, con énfasis en su aplicación al comercio y los negocios internacionales, fomentando el desarrollo de un pensamiento crítico y abstracto orientado al entorno global.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reconocer los conceptos fundamentales de la economía, comprendiendo su importancia como base para el análisis económico global.
2. Comprender las interacciones de las variables microeconómicas, partiendo de la teoría clásica del comportamiento del consumidor y los fundamentos de la teoría de la producción, y su relación con el comercio y los negocios internacionales.
3. Describir conceptual y analíticamente las principales variables macroeconómicas que afectan las decisiones de los agentes económicos, considerando su impacto en los mercados globales.
4. Identificar las tendencias económicas globales recientes, valorando su influencia en un entorno complejo e interconectado, para desarrollar una perspectiva crítica sobre los desafíos y oportunidades en el comercio internacional.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

II. Fundamentos económicos

Conceptos económicos.

Principios básicos de la economía.

El problema económico principal y las preguntas auxiliares

Relación entre las ramas de la economía: similitudes, diferencias y complementariedad entre la microeconomía y la macroeconomía.

El flujo circular de la economía: interacción entre los actores económicos y el movimiento del dinero.

Pensamiento abstracto en economía: simplificación de la realidad económica para su análisis y comprensión.

III. Microeconomía

a. Funcionamiento de los mercados competitivos: análisis de la oferta y la demanda.

b. Aplicaciones prácticas para interpretar cambios y movimientos en las curvas de oferta y demanda.

c. Fundamentos de la teoría del consumidor: actores principales, lógica de elección, satisfacción de necesidades y clasificación de bienes y males.

d. Principios básicos de la teoría del productor: frontera de posibilidades de producción, factores productivos, costos variables, totales, marginales y costo de oportunidad.

IV. Macroeconomía

a. Introducción a las variables macroeconómicas clave: Producto Interno Bruto (PIB), tasas de interés, inflación, tipo de cambio y políticas fiscal, monetaria y productiva.

b. Análisis de las interacciones entre variables macroeconómicas en el contexto global.

V. Economía global

a. Estudio de los orígenes y evolución histórica de la economía global.

b. Características principales de la economía global: análisis de flujos internacionales, regionalización frente a globalización, actores emergentes y bloques regionales.

c. Instituciones internacionales responsables de la regulación y gobernanza de la economía mundial.

Nombre del curso:	Fundamentos del comercio y los negocios internacionales
Créditos:	3

IV DESCRIPCIÓN

Este curso proporciona un primer acercamiento a los asuntos y temáticas que se abordan en el comercio y los negocios internacionales, para que de una forma motivadora se introduzca a la persona estudiante en los tópicos que se desarrollarán a lo largo de la carrera. Desde esta perspectiva, se abordarán las principales tendencias del comercio y los negocios internacionales, desde las áreas disciplinarias que conforman el Plan de Estudios: la economía global, el derecho internacional, el comercio internacional, los negocios internacionales y la tecnología.

Se repasan los aspectos fundamentales que determinan el comercio y los procesos de internacionalización de las empresas, desde una perspectiva global y acorde con las más recientes tendencias mundiales.

I OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Manejar 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.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar las principales tendencias del comercio internacional global y su relación con las áreas disciplinares que componen la carrera.
2. Generar espacios de análisis crítico sobre las nuevas corrientes del comercio y los negocios internacionales.
3. Descubrir la importancia del comercio y los negocios internacionales en el quehacer diario de las personas, las empresas y las sociedades.

II APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Tendencias económicas recientes, la economía-política y el comercio internacional
 - a. Globalización Vs proteccionismo.
 - b. Relación entre el comercio y desarrollo
 - c. Nuevas tendencias
2. Componentes y dinámicas esenciales del sistema internacional
 - a. Principales actores: estado-nación, organizaciones, empresas, academia, ONG.
 - b. Hacia un nuevo orden económico mundial
3. De la anarquía a las reglas en el comercio internacional. La importancia de las disciplinas para regular el comercio.
4. Algunas visiones sobre el mundo actual en los negocios internacionales:
 - a. Geopolítica y su impacto sobre las decisiones de las empresas
 - b. Las preocupaciones ambientales, en materia de sostenibilidad e inclusividad
 - c. El impacto de la tecnología en la forma de hacer negocios con el mundo.
5. Costa Rica en el contexto internacional
6. Actualidad internacional y su impacto para el país

Nombre del curso:	Introducción al derecho internacional
Créditos:	3

V DESCRIPCIÓN

Este curso le ofrece a la persona estudiante una visión general del Derecho como ciencia social, introduciéndolo al conocimiento de conceptos básicos de Estado y Sociedad, así como de las razones históricas del derecho internacional, de manera que se sienten las bases para el abordaje de las reglas del comercio internacionales que forman parte del Plan de Estudios.

En una primera parte se revisan las generalidades de la historia del Derecho destacando figuras jurídicas que se mantienen vigente en nuestra actualidad, se expone sobre el sujeto y el objeto de derecho como partes de la obligación nacional e internacional y, por ende, destinatarios de las normas jurídicas. Por tanto, los conocimientos que se analizan en este curso se centran en el

estudio del sistema jurídico obligacional, la contratación privada y las instituciones fundamentales del derecho de las cosas.

I OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Reconocer el Derecho, como ciencia jurídica, en su relación con las ciencias sociales-humanísticas, en general, a través del dominio de los conceptos, fuentes y principios de mayor importancia que regulan las relaciones jurídicas, desde sus dos principales divisiones el derecho público y el derecho privado, extendidos al ámbito internacional, para la reflexión de forma sistemática ante las diversas situaciones que se puedan presentar en el ejercicio de su profesión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Distinguir los orígenes de la ciencia jurídica, sus principios, fuentes y elementos para reconocerlos dentro del comercio internacional.
2. Diferenciar las diversas actuaciones jurídicas vinculadas al comercio internacional con los instrumentos jurídicos domésticos como un ejercicio de identificación similitudes y diferencias.
3. Interpretar los actos del comercio como obligaciones jurídicas, entendiendo el marco normativo aplicable, desde un punto de vista teórico-práctico, en sus aplicaciones cotidianas.
4. Reconocer los presupuestos subjetivos y objetivos de las relaciones jurídicas en el marco del comercio internacional, como parte de la formulación de propuestas resolutorias a las distintas situaciones que se puedan enfrentar como profesionales en la disciplina de comercio y negocios internacionales.

II APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Sociedad, economía y derecho
2. Las fuentes del Derecho
3. Definición y principales clasificaciones del Derecho
4. Los principios constitucionales
5. El Derecho Internacional Público y el Derecho Internacional Privado
6. El sujeto como destinatario de las normas
7. El Sistema Jurídico Obligacional
8. El contrato
9. El régimen de los Derechos Reales

Nombre del curso:	Microeconomía para Comercio y Negocios Internacionales
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

El curso profundiza los aspectos de la microeconomía abordados en Introducción a la Economía Global, a través de conceptos y una lógica analítica esenciales para comprender el comportamiento de los agentes económicos y facilitar la comprensión de la complejidad de los mercados; aspectos necesarios para la toma de decisiones aplicadas en un entorno global cada vez más interconectado y competitivo.

Está diseñado para analizar, desde una perspectiva aplicada, los principios fundamentales de la demanda y la oferta, así como la estructura competitiva de los mercados, para poder comprender como estas interacciones modelan el comportamiento del consumidor y del productor. A partir de este análisis, se busca dotar de herramientas conceptuales y prácticas que permitan evaluar y diseñar estrategias empresariales en mercados internacionales, considerando factores como precios, elasticidades, preferencias y costos de producción.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar los principios de la microeconomía, con énfasis en el análisis de la demanda, la oferta y las estructuras de mercado competitivas, para la interpretación y el diseño de estrategias empresariales efectivas en el contexto complejo del comercio y los negocios internacionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los determinantes y el comportamiento de la demanda, considerando factores como precios, elasticidades, ingresos y preferencias, para el conocimiento del razonamiento para la toma de decisiones por parte de los consumidores en diferentes mercados.
2. Examinar los determinantes y el comportamiento de la oferta, evaluando aspectos como costos de producción, tecnologías y condiciones del mercado, para la comprensión de cómo los productores ajustan su producción y precios en función de las condiciones del entorno global.
3. Analizar diferentes estructuras de los mercados, tanto competitivos como no competitivos, para el análisis de las interacciones entre oferta y demanda y el comportamiento de los diferentes agentes económicos en mercados internacionales.
4. Integrar los análisis de demanda, oferta y estructuras de mercado en informes microeconómicos estructurados, para la evaluación del entorno microeconómico y la toma de decisiones empresariales en el ámbito del comercio y los negocios internacionales.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

I. Contenidos

1. Introducción al análisis microeconómico
 - a. Concepto de microeconomía: Alcance y definición.
 - b. Identificación de actores microeconómicos y sus interrelaciones: Consumidor, Productor, Estado nacional y supra nacional (organismos internacionales).
 - c. Los mercados: Concepto, clasificación y funcionamiento básico; Escasez, costo de oportunidad, incentivos, marginalismo y equilibrio de mercado.
 - d. Principios de microeconomía y la racionalidad económica.
2. Determinantes de la elección del consumidor y su comportamiento
 - a. Gustos y preferencias de los consumidores (Principios de utilidad y curvas de indiferencia).
 - b. Restricción presupuestaria según sextas de consumo.
 - c. Efecto ingreso y sustitución.
 - d. Elasticidad precio, ingreso y cruzada.
 - e. Clasificación de bienes: Elásticos e inelásticos. Normales, giffen, inferiores, sustitutivos y complementarios. Bienes y males.
 - f. Introducción práctica a la modificación del comportamiento del consumidor mediante políticas públicas: impuestos, subsidios, restricciones.
 - g. Estrategias empresariales para incentivar demanda (descuentos, promociones, campañas).
3. La lógica microeconómica del comportamiento empresarial sostenible
 - a. Determinantes de la producción
 - b. Teoría aplicada de costos de producción y determinación de precios
 - c. Fijación de precios

4. Las estructuras competitivas de los mercados
 - a. Competencia perfecta
 - b. Monopolio
 - c. Monopsonio
 - d. Oligopolio
 - e. Competencia monopolística
 - f. Discusión estratégica: ¿Cómo las empresas hacen más inelástica la demanda de sus productos? Casos prácticos de estrategias de diferenciación y fidelización del consumidor.

Nombre del curso:	Derecho del comercio internacional
Créditos:	3

I. DESCRIPCIÓN

Desde el intercambio de bienes, como de servicios, hasta el comercio electrónico, los derechos de propiedad intelectual, las compras públicas, la incorporación de los asuntos ambientales, laborales y de género, la homologación de regulaciones y el fortalecimiento de los compromisos en materia de transparencia, entre muchos otros aspectos, han venido a conformar el gran marco jurídico que regula el comercio mundial. A través de diversos esquemas, multilaterales, regionales, plurilaterales o bilaterales, en el último medio siglo el comercio internacional ha sumado un amplio acervo de reglas, derechos y obligaciones, algunas de las cuales, incluso, se superponen o se contradicen. Por esta razón, la relevancia de conocer esa complejidad normativa para una persona profesional en comercio y negocios internacionales.

Este curso desarrolla los conceptos generales del comercio exterior en su dimensión más amplia o dimensión multilateral, que emana de la Organización Mundial del Comercio y sus instrumentos normativos vigentes; al tiempo que analiza los principales instrumentos del derecho del comercio internacional privado, así como la dinámica de interrelación entre ambos.

II. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender los principios que rigen el derecho del comercio internacional público y privado, los derechos y obligaciones que derivan de ellos para los Estados, las empresas y las personas físicas, así como sus formas de incorporación a la normativa interna.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Distinguir adecuadamente los conceptos básicos del comercio internacional en las diversas situaciones que se aplican a las operaciones de comercio internacional.
2. Reconocer el marco jurídico internacional que comprende derechos, obligaciones y oportunidades dentro del comercio y su alcance respecto de los sujetos de derecho.
3. Comprender las generalidades de la solución de controversias y de la resolución alterna de conflictos (arbitraje) como estrategias claves para la resolución de diferencias en los mercados internacionales.

III. APRENDIZAJES INTEGRALES

- a) Contenidos

Tema No. 1: Generalidades del Derecho del Comercio Internacional

1. Historia, evolución y actualidad
2. Fuentes del Derecho del Comercio Internacional.
3. Principios del Comercio Multilateral, Regional y Plurilateral: Base, interacción y coexistencia.
4. Marco jurídico institucional e instrumentos normativos y su incorporación a los ordenamientos internos.

Tema No. 2: Fuentes del Derecho del Internacional relacionado con el comercio

1. Derecho Internacional Público:
 - a) La Lex Mercatoria
 - b) Creación de las normas y función integradora del derecho: papel de la jurisprudencia
 - c) Los Convenios Internacionales
2. Derecho Internacional Privado
 - a) Acción del softlaw
 - b) Leyes Modelo y Códigos de Conducta
 - c) Los principios aplicables a los contratos

Tema No. 3: Sujetos del Derecho del Comercio Internacional

1. Concepto de Sujeto de Derecho
 - a) Los Estados.
 - b) Persona física: el empresario (Costa Rica)
 - c) Persona jurídica: sociedades mercantiles (régimen costarricense)
2. Sujeto de Derecho Internacional
 - a) Diferentes formas asociativas en el comercio internacional:
 - Sociedades extranjeras (filial y sucursal)
 - Concentración y cooperación entre sociedades (fusiones y joint ventures)
 - Representante de Casas Extranjeras

Tema No. 4: Organismos e instituciones del esquema internacional

1. El GATT y la Organización Mundial del Comercio
2. Principales acuerdos de la Ronda Uruguay: Agricultura, Comercio de Servicios, Medidas de defensa comercio (subvenciones, antidumping, salvaguardias, medidas compensatorias, etc.), Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, y Obstáculos Técnicos al Comercio
3. La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho del Comercio Internacional
4. La Cámara de Comercio Internacional de París
5. El caso de Costa Rica (OMC, OCDE, etc.)

Tema No. 5: Protección internacional de la propiedad industrial e intelectual y regulación de la competencia desleal

1. Derechos de propiedad industrial: Patentes, Marcas, "Diseños industriales"
2. Derechos de propiedad intelectual
3. Normativa internacional de protección
4. Implementación en el contexto nacional

Tema No.6: Régimen General de la Contratación Internacional

1. Contratos regulares: Contrato de compraventa internacional, contrato de fideicomiso y contrato de leasing.
2. INCOTERMS
3. Otros tipos de Contrato: Contrato de transporte marítimo, contrato de seguro marítimo, contrato de distribución comercial, contrato de franquicia, otros.
4. Contratos del comercio electrónico

Tema No. 7 Solución de Controversias Comerciales

1. Resolución de conflictos Estado-Estado
2. Resolución de conflictos Sujeto- Estado
3. Resolución de conflictos entre sujetos de derecho privado

Nombre del curso:	Sistema multilateral de comercio
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

El curso promueve en las personas estudiantes una comprensión profunda de los principios, acuerdos y normativa que rigen el intercambio de bienes y servicios entre países signatarios de los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio. El sistema multilateral de comercio nació como una alternativa de la postguerra para promover el comercio mundial, generar crecimiento y, especialmente, como un instrumento para resolver controversias por la vía pacífica.

En el contexto actual, donde se han incrementado las tensiones comerciales y se han desarrollado nuevos desafíos globales, como el cambio climático, el avance de las tecnologías digitales, los problemas de las cadenas globales de valor, los profesionales en comercio y negocios internacionales requieren de una formación sólida en las reglas multilaterales para puedan contribuir en las negociaciones y búsqueda de acuerdos que contribuyan al desarrollo de los países, en un marco más integral, equitativo e inclusivo.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender de forma integral el sistema del comercio global, las reglas internacionales y el impacto que ha tenido y tendrá este sistema sobre las economías nacionales y regionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Abordar de manera detallada, las características y beneficios esperados del comercio multilateral desde sus bases conceptuales, teóricas e históricas.
2. Analizar el impacto de las políticas comerciales para los países de mayor y menor desarrollo, en diferentes contextos sociales, políticos y económicos.
3. Generar un entorno que facilite la simulación de negociaciones y discusiones sobre las reglas del comercio, para que las personas estudiantes puedan comprender los alcances del comercio multilateral, así como los grandes desafíos presentes y futuros.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

Contenidos

- I. Introducción al comercio multilateral
 1. Definición y características del comercio multilateral.
 2. Evolución histórica del comercio multilateral.
 3. Principios y objetivos del comercio multilateral.
 4. Diferencias entre comercio multilateral, bilateral y regional.
- II. Organismos y acuerdos internacionales, marco normativo y jurídico

1. La Organización Mundial del Comercio (OMC): estructura, funciones y objetivos.
 2. Principios y normas de la OMC: no discriminación, reciprocidad y transparencia.
 3. Resolución de disputas comerciales en el ámbito multilateral.
 4. Derechos y obligaciones de los países miembros.
 5. Otros organismos clave: FMI, Banco Mundial, UNCTAD, OCDE.
 6. Principales acuerdos y tratados multilaterales de comercio (GATT, GATS, TRIPS).
- III. Política comercial y multilateralismo
1. El papel de la política comercial en el desarrollo económico.
 2. Efectos del proteccionismo y el libre comercio en la economía global.
 3. Subsidios, aranceles y barreras no arancelarias
 4. Tensiones entre países desarrollados y en desarrollo.
 5. Comercio multilateral y política de desarrollo sostenible.
- IV. Comercio multilateral y desarrollo sostenible
1. Comercio y cambio climático: retos y oportunidades.
 2. Economía circular y su relación con el comercio internacional.
 3. La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
 4. Comercio justo y comercio ético en el marco multilateral.
- V. Retos actuales y futuros del sistema multilateral de comercio
1. Desafíos actuales: crisis globales, tensiones comerciales y proteccionismo.
 2. Análisis de casos de negociaciones comerciales multilaterales actuales
 3. El rol de las economías emergentes en el sistema multilateral.
 4. Rol de la tecnología en el comercio multilateral (e-commerce, blockchain).
 5. Reformas propuestas para el fortalecimiento del sistema multilateral.

Nombre del curso:	Estadística aplicada al comercio y los negocios internacionales
Créditos:	4

I DESCRIPCIÓN

A través de un enfoque práctico, intuitivo y un razonamiento lógico la persona estudiante reconoce los principales instrumentos de la estadística aplicada al comercio y los negocios internacionales, así como a la economía.

La persona estudiante será capaz de vincular en un mismo curso los conocimientos teóricos con la práctica a través de una serie de ejercicios desarrollados durante las clases y trabajos extra-clase. Dentro de este último, se proporcionará a la persona estudiante los elementos básicos para utilizar e interpretar eficientemente la herramienta informática durante el curso y todos los trabajos solicitados.

I OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

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

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Introducir al estudiantado en el uso y manejo de software estadístico para el análisis estadístico básico.
2. Comprender los conceptos teóricos de estadística descriptiva e inferencial desarrollados durante el curso.
3. Calcular e interpretar las diferentes medidas de posición, dispersión, forma, localización y concentración para su aplicación práctica.
4. Reconocer los principales conceptos de probabilidad y su aplicabilidad en el ámbito práctico de la ciencia económica.

II APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Análisis estadístico de variables económicas unidimensionales: variables cuantitativas y categóricas.
2. Investigación estadística
3. Medidas de posición y variabilidad, forma, localización y concentración
4. Números relativos e índices
5. Introducción a las series de tiempo.
6. Introducción a la teoría de Probabilidad
7. Muestreo y distribución de muestras
8. Pruebas de hipótesis
9. Regresión lineal y correlaciones

Nombre del curso:	Análisis macroeconómico para CNI
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

El curso ofrece un enfoque aplicado de la macroeconomía, brindando herramientas analíticas críticas necesarias para comprender las dinámicas macroeconómicas globales. Partiendo de los conocimientos desarrollados en Introducción a la Economía Global y el curso de Microeconomía aplicada al comercio y los negocios internacionales, se avanza en la integración de las variables macroeconómicas fundamentales en un marco de análisis práctico, orientado a la toma de decisiones empresariales.

En un mundo cada vez más interconectado, donde las economías de distintos países influyen mutuamente, es crucial entender cómo las políticas fiscales, monetarias y comerciales impactan sobre el comercio internacional y las decisiones empresariales. A través de este curso, las personas estudiantes interpretarán datos macroeconómicos relevantes y los aplicarán en la evaluación de oportunidades y riesgos en mercados internacionales.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar las principales variables y políticas macroeconómicas aplicadas en el ámbito nacional y en el comercio y los negocios internacionales, utilizando fundamentos teóricos de la macroeconomía y las principales macro variables, para el modelaje de la realidad agregada compleja de un país y para la guía de la toma de decisiones estratégicas empresariales en entornos económicos globales dinámicos y acordes con una visión de desarrollo sostenible.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los conceptos fundamentales de la macroeconomía, enfocándose en la teoría de una economía abierta de libre comercio y de movilidad de capital, para su aplicación en diversos contextos internacionales.
2. Analizar mediante conceptos, gráficos y tendencias las principales macrovariables, tales como la tasa de interés, tipo de cambio, deuda pública, inflación, producción, empleo, y balanza de pagos, para la comprensión de su influencia en la economía moderna.
3. Reconocer los fundamentos de las crisis y ciclos económicos mundiales, evaluando su impacto en la economía nacional, para el desarrollo de estrategias empresariales resilientes en el ámbito del comercio y los negocios internacionales.
4. Dimensionar el impacto de las variables macroeconómicas en la globalización y el desarrollo sostenible, explorando cómo estos factores influyen en las decisiones de las empresas vinculadas al mercado mundial.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Introducción a la Macroeconomía
 - a. Concepto de macroeconomía: Alcance y definición en el contexto global.
 - b. Teoría macroeconómica en economías abiertas y su relación con el libre comercio y la movilidad de capital.
 - c. Análisis del papel del estado y los organismos internacionales en la economía mundial.
 - d. Marco institucional y su influencia en el comercio y los negocios internacionales.
2. Análisis de las principales macrovariables y la tendencia actual
 - a. Conceptualización de las principales macrovariables.
 - b. Utilización datos oficiales en gráficos y cuadros para la interpretación de macrovariables.
 - c. Análisis de tendencias actuales y su relevancia para la economía nacional e internacional.
 - d. La relación entre los gráficos económicos y el contexto de decisiones empresariales.
 - e. Estudios de caso sobre el manejo eficaz de estas variables en diferentes países aplicados al comercio y los negocios internacionales.
3. Crisis económicas mundiales y ciclos económicos
 - a. Fundamentos de las crisis económicas
 - b. Ciclos económicos mundiales
 - c. Estrategias empresariales para mitigar los efectos de las crisis económicas.
 - d. Lecciones aprendidas de crisis históricas y su aplicación en el entorno actual.
4. Impacto de la gestión macroeconómica global en el desarrollo sostenible

Nombre del curso:	Clasificación arancelaria de mercancías
Créditos:	3

I. DESCRIPCIÓN

La Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), sus Notas Explicativas y Reglas Generales de

Interpretación contienen el lenguaje universal del comercio, su designación y codificación para los más de 54 millones de mercancías que se comercializan en el mundo.

El SA es el lenguaje universal utilizado en la aplicación de aranceles y otros impuestos a la importación o exportación, en las negociaciones arancelarias de los acuerdos comerciales internacionales, en la determinación de las reglas de origen aplicables a cada producto o grupo de productos y en la forma en que se clasifican las estadísticas de comercio internacional, lo que lo convierte en un instrumento de gran utilidad tributaria y de control aduanero para los países.

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 designación y clasificación arancelaria de las mercancías objeto del comercio internacional y al uso de herramientas básicas como el sistema informático utilizado por los países.

II. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender el uso, aplicación e interpretación merceológica-arancelaria del “Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías” (S.A.) y sus derivaciones como el Sistema Arancelario Centroamericano y el Arancel Nacional en las operaciones de comercio internacional de mercancías.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diferenciar el uso merceológico y arancelario del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías (S.A.), el Sistema Arancelario Centroamericano (S.A.C.) y el arancel nacional, como herramienta en el Sistema Aduanero Nacional, el comercio y los negocios internacionales
2. Aplicar el método de designación y clasificación de mercancías a nivel internacional reconociendo los criterios pertinentes para los 97 capítulos del SA.
3. Comprender la aplicación de las Reglas Generales de Interpretación, Notas Explicativas a nivel merceológico y arancelario.

III. APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Introducción
 - i. Concepto de merceología
 - ii. Antecedentes e importancia del Sistema Armonizado
2. Estructura del Sistema Armonizado
 - i. Reglas Generales de Interpretación
 - ii. Notas Explicativas
 - iii. Secciones, Capítulos, partidas y subpartidas
3. Sistema Arancelario Centroamericano (S.A.C)
4. La Clasificación Arancelaria de Mercancías
5. Identificación o reconocimiento de las mercancías
6. Descripción técnica y comercial de una mercancía
7. Determinación de la partida y la subpartida
8. Condiciones cómo pueden presentarse las mercancías
 - i. Artículos de constitución compleja
 - ii. Presentación comercial de la mercancía
9. Aperturas arancelarias
10. Recientes modificaciones al SA

11. Criterios anticipados
12. Estadísticas de comercio e interpretación
13. Estadísticas tributarias y su interpretación
14. Utilización del sistema informático

Nombre del curso:	Gestión y desarrollo de negocios internacionales
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso introduce a la persona estudiante en el estudio y análisis de cómo las empresas gestionan sus operaciones en el contexto global, y proporciona los principios básicos de la administración de negocios requeridos para el intercambio de bienes y servicios en el mercado internacional.

Genera espacios de reflexión y debate sobre la compleja dinámica producida por las empresas, corporaciones e instituciones nacionales y globales en las relaciones internacionales, abordando desde la propia construcción de empresas, la formulación de las propuestas de valor, la gestión propia empresarial hasta la plataforma de internacionalización requerida, aspectos relevantes para entender el comportamiento de estas.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Dominar los principios básicos de la administración para orientar las decisiones de las empresas y el desarrollo de negocios en los mercados internacionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Desarrollar una propuesta de valor que propicie un negocio internacional exitoso.
2. Aplicar los conceptos teóricos y herramientas prácticas en los procesos de gestión empresarial que conllevan a la ejecución y administración del negocio.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

MÓDULO 1. EMPRESAS y EMPRENDIMIENTO

- Creación de Empresas
- Emprendimiento
- Formalización
- Start ups / Incubación/ Desarrollo
- Empresas según tamaño: PYMES, Grandes Empresas
- Organización de una Empresa (De una organización simple a un gobierno corporativo): Finanzas, Sostenibilidad, Toma de Decisiones

MÓDULO 2. PROPUESTA DE VALOR: BIENES Y SERVICIOS

- Desarrollo de una propuesta de valor
- Idea de negocio

- Escalabilidad
- Propuesta de valor: bienes y servicios
 - mapa de valor
 - perfil del cliente
 - desarrollo de una propuesta de valor

MÓDULO 3. DESARROLLO DEL NEGOCIO

- ¿Cómo se desarrolla un negocio?
- Procesos y gestión del negocio
- Plan de negocios. Factibilidad y viabilidad financiera del negocio.
- Los estudios técnico, organizacional, legal y ambiental.
- Producción y comercialización

MÓDULO 4. GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

- Gestión empresarial
- Técnicas de la gestión empresarial: planificación estratégica, administración organizacional, gestión financiera, análisis de operaciones
- Requisitos para la internacionalización

MÓDULO 5. ESTRATEGIAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

- Ramp Up
- Tipos de estrategias de internacionalización
- Problemas, necesidades y oportunidades en los mercados internacionales
- Nuevas tendencias de los negocios internacionales

Nombre del curso:	Contabilidad General
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso introduce a las personas estudiantes de comercio y negocios internacionales en los elementos esenciales de la contabilidad, la estructura contable, el ciclo contable y la contabilidad como un proceso de negocios.

Inicialmente busca que la persona estudiante logre identificar, clasificar y registrar las operaciones comerciales básicas, tanto de empresas comercializadoras como de servicios. Así como completar los procesos de ajuste para producir estados financieros que permitan explicar la situación de las empresas.

Finalmente, enfatiza en la disciplina de comercio y negocios internacionales para entender como la contabilidad es un proceso de negocio con alcance global, que puede ser objeto de internacionalización en modalidad de subcontratación, o bajo esquemas de servicios compartidos y atender desde determinado país las operaciones ubicadas en otro.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender las bases conceptuales del ciclo contable, su incidencia en las transacciones comerciales de las empresas y en la obtención de información financiera relevante para la toma de decisiones de negocios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender la identidad contable, sus efectos en el ciclo contable y las normas aplicables.
2. Distinguir los usos y aplicaciones de los diferentes documentos comerciales en las operaciones contables.
3. Aplicar de manera efectiva el proceso de clasificación y registro de las operaciones en el diario, para su mayorización, ajustes, confección de estados financieros y registros de cierre, tanto para empresas de bienes y servicios, como comercializadoras.
4. Comprender la contabilidad como un proceso de negocio con la capacidad de externalización e internacionalización.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- I. Introducción a los sistemas y al ciclo contable.
 - a. Definición y ámbito de la contabilidad.
 - b. Usuarios del sistema contable.
 - c. Dimensiones de la Contabilidad.
 - d. Ejercicio Profesional.
 - e. El periodo contable.
 - f. La ecuación contable fundamental
 - g. Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Importancia y propósito
- II. Documentos comerciales, medios de pago y alcances tributarios.
 - a. Facturas de compra y venta.
 - b. Documentos de compras internacionales (Conocimiento de embarque, Declaración Única Aduanera)
 - c. Medios de pago internacionales.
 - d. Regímenes tributarios y sus obligaciones fiscales.
- III. El proceso de registro y clasificación
 - a. Estructura y registro de las cuentas.
 - b. Mayorización y Balance de Comprobación.
 - c. Asientos de ajuste
 - d. Estados Financieros.
 - e. Registro y cierre de cuentas
- IV. Contabilidad en empresas comercializadoras: ventas, inventarios y costo de bienes vendidos
 - a. Costo de la mercadería vendida.
 - b. Sistemas de registros de inventarios,
 - c. Asientos de cierre para una empresa comercializadora.
- V. La contabilidad como procesos de negocio de subcontratación.
 - a. Externalización de la contabilidad.
 - b. Centros de servicios compartidos globales.
 - c. Tributación internacional.

Nombre del curso:	Métodos y técnicas de investigación
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso proporciona con exhaustividad y carácter orientativo los supuestos ontológico-epistemológico-metodológico, así como el apoyo instrumental, para el desarrollo de una estructura jerarquizada y sucesiva de la investigación científica aplicada al comercio y los negocios internacionales. A partir de la formulación de hipótesis iniciales, se orienta a la persona estudiante en la clasificación, selección, interpretación de la información a través de la elección de diversos métodos, técnicas o instrumentos, la formulación o elección de teorías, y finalmente la aplicación al área de estudio donde se combina la verificación y la conclusión.

La persona estudiante desarrollará habilidades y conocimientos para identificar las categorías de análisis del problema objeto de estudio, la aplicación del método de mapeo en la elaboración de la investigación de la literatura y la formulación de las preguntas de investigación, estudios de caso, encuestas y entrevistas, así como la aplicación de la matriz de congruencia para la preparación del plan de trabajo de conformidad con los supuestos ontológico-epistemológico-metodológico planteados.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

1. Comprender los pasos estandarizados para el diseño de un proyecto de investigación.
2. Aplicar métodos, técnicas e instrumentos en el diseño de un proyecto de investigación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los supuestos ontológico, epistemológico y metodológico que permiten ir de la idea inicial a la materialización del proyecto de investigación.
2. Comprender el papel que el estado del arte en la ciencia desempeña en el proyecto de investigación y en su elaboración.
3. Aplicar los pasos estandarizados que deben ser tenidos en cuenta en un diseño transparente de investigación.
4. Distinguir los pasos y las ayudas clave que deben ser tenidos en cuenta en la selección o desarrollo ulterior de instrumentos adecuados para la recolección de datos cuantitativos y/o cualitativos.
5. Reconocer los pasos y ayudas clave necesarios para la selección o desarrollo ulterior de instrumentos adecuados para el análisis de los datos.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. De la idea de proyecto a los supuestos guía de la investigación.
2. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación congruentes con el supuesto epistemológico.
3. Investigación bibliográfica mediante el método de mapeo.
4. Estado de situación para el planteamiento y formulación del problema.
5. Informantes y fuentes de información.
6. Importancia de la información cuantitativa y cualitativa para la investigación.
7. Operacionalización de los objetivos de investigación en productos y resultados admisibles.
8. Planeación de actividades y cronograma.
9. Otras técnicas de investigación relevantes: documentales, de campo y experimentales.

b) Saberes conceptuales

SC16 Reconoce diversas técnicas y métodos para realizar investigaciones.

Nombre del curso:	Teoría del comercio internacional
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso analiza las principales teorías del comercio internacional que explican los flujos de bienes, servicios y capital entre naciones. Aborda teorías clásicas, como las ventajas comparativas y absolutas, hasta enfoques contemporáneos, incluyendo modelos de economías de escala y el comercio intraindustrial.

Se incluyen clases teóricas y prácticos para fomentar el análisis crítico y la aplicación de las teorías en escenarios reales. Los estudiantes trabajarán en estudios de caso y debates sobre políticas comerciales globales, con énfasis en la integración regional y los retos del comercio en un mundo globalizado.

El curso fomenta valores como la ética profesional, la equidad comercial y el respeto a las normativas globales, necesarios para comprender el impacto de las teorías en los sistemas económicos y sociales.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender las teorías del comercio internacional para la evaluación de su relevancia en el diseño de políticas y estrategias comerciales globales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar las teorías clásicas y modernas del comercio internacional, considerando su evolución y aplicación práctica.
2. Evaluar casos reales de comercio global a través de las teorías aprendidas, considerando impactos económicos, sociales y ambientales.
3. Desarrollar propuestas y estrategias comerciales de mejora para políticas comerciales basadas en fundamentos teóricos científicos y evidencia empírica.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Teoría Clásica ortodoxa del Comercio Internacional
2. Teoría Neo-clásica ortodoxa del Comercio Internacional
3. Teorías ortodoxas modernas del Comercio Internacional
4. Corrientes teóricas heterodoxas del Comercio Internacional
5. Comercio Internacional y bienestar
6. Comercio y movimientos internacionales de factores
7. Los instrumentos de la política comercial
8. Libre comercio y proteccionismo
9. La política comercial estratégica. Análisis de diversos países.
10. La integración comercial
11. Tendencias del comercio mundial

- Condiciones actuales y tendencias del comercio internacional.
 - El mercado nacional y el mercado internacional
12. Evolución de las diversas corrientes teóricas económicas internacionales:
- Los mercantilistas
 - Los fisiócratas
 - La Escuela clásica:
 - David Ricardo: Teoría de la ventaja comparativa
 - Adam Smith: Teoría de la ventaja absoluta
 - John S. Mill: Ley de la oferta y la demanda
 - El modelo Hecksher-Ohlin: Teoría de la intensidad de factores
 - Modelos complementarios Hecksher-Ohlin-Samuelson: Teoría de la igualación de factores
 - El modelo estándar del comercio
 - Economías de escala, competencia imperfecta y comercio internacional
 - Los movimientos internacionales de los factores
 - La teoría de la ventaja competitiva
 - Nuevas teorías del comercio internacional

Nombre del curso:	Derecho aduanero
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso hace un recorrido sobre los aspectos teóricos, legales y de procedimiento aduanero más importantes que regulan la entrada y salida legal de mercancías del país, con especial referencia a los principales trámites administrativos, procesos y recursos.

Además, identifica las dependencias institucionales encargadas de la función aduanera y los diferentes operadores que comercio que intervienen en los procesos de importación y exportación de las mercancías, así como también los regímenes aduaneros existentes en Costa Rica.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

1. Analizar las obligaciones y derechos más importantes a los que se encuentran sujetos los operadores del comercio internacional en las aduanas costarricenses y centroamericanas.
2. Explorar 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.
3. Facilitar el desempeño efectivo de las empresas y sectores productivos en sus transacciones con el mercado internacional a través de los procedimientos aduaneros adecuados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reconocer los aspectos generales del Derecho Aduanero en Costa Rica, partiendo de la regulación internacional, regional y nacional, así como los efectos jurídicos que genera en la actividad comercial.

2. Comparar las medidas internacionales para el control del fraude comercial y el control y la facilitación del comercio.
3. Comprender el derecho aduanero como mecanismo de control estatal, ejercido por el Servicio Aduanero Nacional, en especial las aduanas mediante los regímenes aduaneros aplicados a la cadena de abastecimiento y al proceso logístico de importación y exportación.
4. Diferenciar la aplicación del derecho aduanero en las infracciones y delitos, procedimientos y recursos.
5. Analizar el derecho procesal aduanero costarricense a partir del principio de legalidad y seguridad jurídica.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

Tema I: Introducción al curso:

- a. Repaso de conceptos generales.
- b. El derecho y la autonomía del derecho aduanero.

Tema II: Marco legal internacional y centroamericano:

- a. La aduana centroamericana
- b. CAUCAS y RECAUCAS
- c. El control y la facilitación del comercio
- d. Medidas internacionales para el control del fraude
- e. Organizaciones internacionales competentes (OMA, OMC, COMIECO, SIECA, SICA).

Tema III: El Servicio Aduanero Nacional:

- a. Concepto.
- b. Terminología aduanera.
- c. Organización.

Tema IV: Fundamento de la potestad aduanera:

- a. Ley General de Aduanas y su reglamento.
- b. Concepto y clasificación de los controles aduaneros.
- c. Competencia funcional y territorial de las Aduanas y DGA.

Tema V: Auxiliares de la función pública:

- a. Concepto y funciones del auxiliar.
- b. Responsabilidades tributarias y administrativas.
- c. Funciones y responsabilidades del Agente Aduanero.

Tema VI: La declaración aduanera:

- a. Concepto, función, formalidades, efectos, desistimiento.
- b. Consultas previas.
- c. Consultas Oficina Técnica Aduanera y Laboratorio Aduanero.
- d. Sistema informático.

Tema VII: Regímenes aduaneros:

- a. Regímenes definitivos.
- b. Modalidades de importación.
- c. Modalidades especiales de importación.
- d. Equipaje de viajeros.

Tema VIII: Regímenes suspensivos:

- a. Importación temporal con reexportación en el mismo Estado.
- b. Transito aduanero.
- c. Depósito aduanero.

Tema IX: Regímenes especiales y liberatorios:

- a. Admisión temporal para el perfeccionamiento activo.
- b. Zona franca.

Tema X: Regímenes de exportación:

- a. Exportación definitiva.
- b. Exportación temporal con reimportación en el mismo Estado.
- c. Exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo.

Tema XI: La obligación tributaria aduanera:

- a. Concepto y contenido.
- b. Sujetos activos y pasivos.
- c. Hecho generador.
- d. Modificación y prescripción de la obligación tributaria aduanera.

Tema XII: Régimen sancionatorio:

- a. Delitos aduaneros: delito de contrabando y otros.
- b. Infracciones administrativas.
- c. Infracciones tributarias aduaneras.

Tema XIII: Derecho Procesal Aduanero:

- a. Procedimiento ordinario administrativo en sede aduanera.
- b. Procedimiento administrativo para aplicar sanciones.
- c. Procedimiento para delitos aduaneros.
- d. Procedimiento para recalificar la determinación tributaria aduanera.
- e. Proceso sumario.

Nombre del curso:	Política comercial
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

A través de este curso se facilita la comprensión integral de las dinámicas de la política comercial en un mundo altamente interdependiente. Se examinan los objetivos, tipos e instrumentos básicos de la política comercial, así como su interrelación con las estrategias de desarrollo de los países. Costa Rica, como un país abierto al comercio internacional, por medio de su política de comercio exterior y sus estrategias de atracción de inversión ha moldeado sus relaciones económicas con diversas regiones del mundo. A través de este análisis, las personas estudiantes comprenderán los efectos de la política comercial en economías en desarrollo, evaluando tanto las oportunidades como los desafíos que plantea.

El curso combina la teoría y los casos prácticos para explorar la política comercial en el contexto global y regional, destacando su impacto en los sectores productivos y el bienestar social. Asimismo, se analiza el papel de los actores clave, incluyendo el gobierno, las empresas y los organismos internacionales, en la formulación e implementación de políticas comerciales. Este enfoque permitirá al estudiantado desarrollar una visión crítica sobre la política comercial como un motor para el desarrollo sostenible y la integración global.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender, desde una visión crítica y aplicada, la política comercial, que integre sus fundamentos, instrumentos, actores clave y su efecto en las economías en desarrollo, para un abordaje estratégico de sus implicaciones económicas, sociales y ambientales en un contexto local y global.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los fundamentos y conceptos centrales de la política comercial, incluyendo sus tipos, instrumentos y relación con otras políticas económicas, para la comprensión de sus efectos en el desarrollo económico.
2. Examinar las implicaciones de la política comercial en las economías en desarrollo, con énfasis en Costa Rica, identificando factores históricos, estratégicos y sectoriales que influyen en su éxito en el comercio internacional.
3. Proponer soluciones estratégicas e innovadoras ante los desafíos de la política comercial contemporánea, integrando las tendencias globales, para el mejoramiento de su impacto en el desarrollo socioeconómico y ambiental.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- I. Introducción a la política comercial
 - Definición
 - Objetivos principales
 - Relación con otras políticas (industriales, fiscales, monetarias y socioambientales)
 - Negociaciones internacionales y política comercial
 - Ética en la política comercial
- II. Fundamentos de la política comercial
 - Tipos de política comercial (Libre comercio vs. Proteccionismo, mixta, estratégica)
 - Instrumentos básicos arancelario y no arancelarios (aranceles, cuotas, subsidios, normas técnicas, requisitos administrativos, regulaciones antidumping y derechos compensatorios, etc.)
 - Interrelación con estrategias de desarrollo (industrialización y diversificación económica)
- III. Política comercial en economías en desarrollo: el caso de Costa Rica
 - Impacto en sectores productivos y cadenas de valor en países en vías de desarrollo
 - Consecuencias para el bienestar social: empleo, desigualdad y pobreza
 - Historia y apertura comercial en Costa Rica (del modelo proteccionista a la liberalización)
 - La política de comercio exterior y su rol en la atracción de inversión extranjera directa (IED)
 - Regímenes especiales como motores del comercio (zonas francas, perfeccionamiento activo, zonas economías especiales)
 - Estrategias exitosas en la diversificación económica y desarrollo de sectores emergentes (tecnológicos y de alto valor agregado)
 - Perspectivas de la política comercial costarricense con diferentes regiones (América, Europa, Asia y África)
- IV. Actores clave, retos y oportunidades de la política comercial
 - El papel del gobierno, el sector privado, los organismos internacionales, la sociedad civil y la academia en el diseño, negociación e implementación de políticas comerciales.

- Impacto de tendencias globales (cambios en cadenas de suministro, digitalización, inclusión y sostenibilidad en las políticas comerciales)
- Nuevas corrientes del proteccionismo y la globalización.

Nombre del curso:	Gestión de la cadena de suministros
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Una adecuada gestión de la cadena de suministros, desde las actividades primarias como las facilidades los procesos logísticos de abastecimiento, transporte y distribución, así como las actividades interfuncionales como la información, proveedores y la fijación de precios, permiten incrementar la eficiencia y capacidad de respuesta en los negocios globales. En el contexto actual, de continuas interrupciones en las cadenas de suministros mundial y de tanta incertidumbre gestionar eficientemente la movilidad de las mercancías resulta estratégico.

Este curso privilegia el análisis de los aspectos distintivos de la gestión de la cadena de suministros, al sentar las bases y las acciones conducentes a establecer un manejo apropiado 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, el conocimiento operativo de la cadena de suministro hacia arriba y hacia abajo, incorporando conceptos que permitan mejorar el desempeño efectivo de las empresas y sectores productivos inmersos en el comercio mundial.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Identificar los departamentos estratégicos que interactúan en la gestión de la cadena de suministro de una empresa dentro de la compleja estructura de los negocios internacionales y sus interrelaciones con la dinámica del mercado internacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar la dinámica de los mercados, los cambios en los escenarios económicos, la industria 4.0, la digitalización, el desarrollo sostenible, la regionalización y globalización de las operaciones, así como la evolución de los recursos operativos y tecnológicos de las empresas, y su impacto en los diferentes eslabones de la cadena de suministro.
2. Reconocer como las actividades primarias y de soporte más relevantes en la gestión de la cadena de suministro, incluyendo logística de entrada, operaciones, logística de salida, marketing y ventas, servicio postventa, gestión de compras, desarrollo tecnológico, recursos humanos e infraestructura que contribuyen al logro de una cadena de suministro eficiente, competitiva, ágil, flexible y resiliente.
3. Integrar principios de sostenibilidad e inclusión en la gestión de la cadena de suministro, fomentando prácticas responsables que minimicen el impacto ambiental, promuevan el uso eficiente de recursos y garanticen la inclusión social y laboral en los diferentes eslabones de la cadena de suministro.
4. Analizar la interacción de las diferentes áreas en las diversas organizaciones que permite la optimización de procesos dentro de la cadena de suministro, mediante la aplicación de herramientas y estrategias modernas de logística, abastecimiento, gestión de inventarios y distribución, que además garantizan la eficiencia operativa, la reducción de costos y la mejora en el servicio al cliente.

III ELEMENTOS METODOLÓGICOS BÁSICOS

La metodología por desarrollar está centrada en la persona estudiante con charlas didácticas, lecturas, exposiciones por parte del estudiantado y enfocada en actividades de resolución de problemas y estudios de casos. La utilidad de este método es que aproxima a la persona estudiante a las condiciones de la vida real, preparándolo y desarrollando habilidades tales como comunicación oral, escrita e interpersonal, liderazgo, trabajo en equipo, resolución de problemas, negociación y el procesamiento de la información racional y objetiva, además de la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre.

IV APRENDIZAJES INTEGRALES

- a) Contenidos
 - I. Construcción de un marco de trabajo estratégico para analizar las cadenas de suministro.
 - a. ¿Qué es la cadena de suministro?
 - b. Métricas y controladores en la cadena de suministro.
 - c. Coordinación y colaboración en la cadena de suministro.
 - d. Industria 4.0 y cadena de suministro 4.0
 - e. Digitalización, automatización y cadena de suministro de círculo cerrado.
 - II. Diseño de una red de suministro a nivel internacional
 - a. Mercados
 - b. Riesgos
 - c. Aspectos logísticos
 - d. Costos asociados
 - e. Estructura para la toma de decisiones
 - f. Estrategia y procesos de la gestión de la cadena de suministros
 - g. Pensamiento Lean en la gestión de la cadena de suministro
 - III. Planeación y coordinación de la demanda y la oferta en la cadena de suministro
 - a. Pronósticos
 - b. Requerimiento de materiales (Sourcing).
 - c. Inventarios
 - d. Facilidades
 - e. Administración de la capacidad
 - f. Estrategias para la penetración de mercados internacionales
 - g. Sistema de producción esbelta
 - IV. Diseño y planeación de redes de transporte
 - a. Medios de transporte de internacional
 - b. Tendencias actuales del transporte de mercancías
 - c. Costos logísticos
 - d. Documentación
 - e. Diseño de redes de transporte
 - f. Análisis de las capacidades
 - g. Aspectos legales vinculados al transporte
 - h. Legislación nacional e internacional
 - i. Transporte y medio ambiente
 - j. Incoterms
 - k. Seguros
 - l. Seguridad en el transporte de mercancías
 - m. Compras, proveedores
 - V. Administración de los controladores de funciones cruzadas en una cadena de suministro.
 - a. Estrategia de fijación de precios

- b. Tecnologías aplicadas a la gestión de la cadena de suministro
- c. Sustentabilidad y medio ambiente en la gestión de la cadena de suministro.

Nombre del curso:	Análisis financiero para CNI
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso brinda a las personas estudiantes un conocimiento detallado de los principios y recursos empleados en el examen financiero de organizaciones en un contexto global. Mediante el estudio de ideas básicas como la interpretación de reportes financieros y la evaluación de la rentabilidad, la liquidez y solidez económica de una firma, además de los riesgos asociados, las personas estudiantes adquirirán habilidades para analizar la posición financiera y económica de las organizaciones. Se utilizan además metodologías de evaluación de compañías y sus flujos financieros, la administración de riesgos y la utilización de métricas financieras como base para decisiones en un contexto organizacional global.

Las personas estudiantes tendrán la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos mediante el análisis de casos reales y el estudio de organizaciones reales a través de un enfoque cuantitativo como cualitativo.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis financiero efectivo, aplicando estos conocimientos en la toma de decisiones empresariales y organizacionales dentro de un contexto global.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Interpretar los estados financieros de una empresa, identificando su rentabilidad, liquidez y solvencia.
2. Identificar las fuentes de financiación de una empresa y evaluar su estructura de capital.
3. Aplicar herramientas y técnicas de valoración financiera, proyecciones financieras y análisis de escenarios, para la evaluación del desempeño actual y futuro de una empresa u organización dentro de un contexto global.
4. Evaluar la rentabilidad y los riesgos asociados con las decisiones financieras, utilizando indicadores financieros clave.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

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

Nombre del curso:	Finanzas Internacionales
Créditos:	4

I DESCRIPCIÓN

Este curso aborda los fundamentos y herramientas de las finanzas en un entorno globalizado. Las personas estudiantes adquirirán conocimientos sobre los sistemas financieros internacionales y aspectos como tipos de cambio y gestión de riesgos en divisas. También se analizarán temas como mercados de capitales globales e inversión extranjera directa. Se estudiarán las políticas monetarias y fiscales de diferentes países y cómo impactan en la economía global y la estrategia financiera de empresas multinacionales.

Las personas estudiantes adquirirán habilidades para analizar y administrar los riesgos y oportunidades financieras en un mercado global que evoluciona constantemente; poniendo énfasis en cómo influyen los factores económicos, geopolíticos y sociales.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Aplicar conocimientos avanzados de finanzas internacionales para el análisis, la evaluación y el diseño de estrategias financieras efectivas en un contexto global, comprendiendo la interacción entre mercados, tipos de cambio, políticas económicas y sus efectos sobre las decisiones empresariales en mercados internacionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Explorar los conceptos fundamentales y las teorías clave de las finanzas internacionales como la paridad de tasas de interés y la paridad del poder adquisitivo, para la comprensión de cómo afectan a los tipos de cambio y a las transacciones financieras a nivel global.
2. Reconocer los riesgos financieros asociados a las fluctuaciones de divisas, tipos de interés y condiciones económicas internacionales, aplicando técnicas de cobertura y mitigación de riesgos.
3. Diseñar estrategias financieras que optimicen las inversiones y el financiamiento de operaciones en distintos mercados, utilizando herramientas de análisis financiero y considerando factores económicos, políticos y regulatorios globales.

III ELEMENTOS METODOLÓGICOS BÁSICOS

Estos principios metodológicos se han creado con el fin de fomentar un aprendizaje práctico y reflexivo, permitiendo a la persona estudiante aplicar el conocimiento y desarrollar habilidades críticas en un entorno académico a través de: resolución de casos financieros internacionales, simulación de estrategias financieras globales, investigación y debate sobre problemas actuales (Ej. blockchain, criptomonedas).

IV APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

Tema 1: Finanzas internacionales: Ubicación conceptual y relación con un mundo globalizado:

- Economía nacional, internacional
- Influencia de la globalización en las finanzas internacionales
- Sistema financiero internacional
- Concepto de finanzas internacionales
- Historia del sistema monetario internacional

Tema 2: Balanza de pagos: Registro de transacciones entre un país y el resto del mundo:

- Introducción.
- Contabilidad de balanza de pagos.
- Cuenta Corriente.
- Cuenta de capital.
- Déficit o superávit de la balanza de pagos: Implicaciones para las economías internacionales.
- Instrumentos y mecanismos de corrección y control de la balanza de pagos.
- Ejemplos de balanza de pagos por países.

Tema 3: El mercado de divisas:

- Introducción.

- El tipo de cambio y el mercado de divisas.
- Participantes del mercado de divisas.
- El mercado al contado y adelantado.
- Especulación en el mercado de divisas.
- Relación entre el mercado de divisas y los mercados financieros.

Tema 4: Determinantes de los tipos de cambios:

- Introducción.
- Determinantes de corto plazo.
- Determinantes de largo plazo.
- Sistemas de tipo de cambio: Fijo, flexible, mixto.
- Evolución y determinantes del tipo de cambio del colón-dólar.

Tema 5: Paridad de las tasas de interés y movimiento de capitales productivo versus golondrina:

- Concepto, importancia e implicaciones de la tasa de interés a nivel nacional e internacional.
- Comparación de rendimientos en diferentes monedas.
- Paridad de las tasas de interés.
- Capital especulativo.

Tema 6: Paridad del poder de compra: inflación(es) internacionales:

- Concepto, importancia e implicaciones de la inflación a nivel nacional e internacional.
- Ley del precio único.
- Paridad del poder de compra absoluta y relativa.
- Relación entre las tasas de interés y la inflación.
- Análisis de casos a nivel centroamericano.

Tema 7: Exposición al riesgo cambiario y su administración:

- Naturaleza del riesgo cambiario.
- Exposición e implicaciones del riesgo cambiario.
- Estrategias para el control y administración del riesgo.
- Forward.
- Swap.
- Cobertura de opciones.
- Portafolio de inversiones.
- Relación Riesgo y Rentabilidad

Tema 8: Estrategia empresarial y política macroeconómica en una economía abierta:

- Estrategias empresariales para la administración del riesgo en los mercados globales.
- Manejo de las variables económicas: Tasas de interés, inflación, tipo de cambio, desempleo.
- Coordinación de políticas económica internacional.

Tema 9: Innovación y Sostenibilidad en Finanzas Internacionales

- -Bonos verdes y finanzas sostenibles.
- -Impacto de la tecnología (blockchain, criptomonedas) en las finanzas internacionales.
- -Modelos de financiamiento sostenibles en mercados globales.

Tema 10: Tendencias y Desafíos en las Finanzas Internacionales

- -Globalización y su impacto en las estrategias financieras.
- -Riesgos geopolíticos y económicos actuales.
- -Escenarios futuros para las finanzas internacionales.

Nombre del curso:	Propiedad intelectual e innovación
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

La economía global gira en torno al conocimiento, convirtiéndolo en el activo más valioso de las organizaciones públicas y privadas. De ahí la importancia de la propiedad intelectual, entendida esta última como una herramienta de gestión de la innovación (bienes intangibles) que facilita y asegura una exitosa transacción mundial de los distintos bienes y servicios producidos, procurando el desarrollo social y económico de los diferentes países del mundo.

Este curso procura que las personas estudiantes logren comprender nociones básicas de la Propiedad Intelectual en el contexto del comercio internacional, de manera que les permita entender en qué consiste, cuáles son sus principales características, su aprovechamiento como herramienta de gestión de la innovación, sus regulaciones nacionales e internacionales, con especial énfasis en los principales Tratados de Libre Comercio suscritos por Costa Rica y con un enfoque práctico (principalmente a través de estudios de casos). Por ejemplo, conocer las distintas reglas establecidas para cada uno de sus sistemas de protección (derechos de autor y/o conexos, signos distintivos, patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales, secretos comerciales, entre otros.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Gestionar de forma estratégica la propiedad intelectual en el contexto del comercio internacional, incluyendo la identificación, evaluación, protección y negociación de activos intangibles.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender en el ámbito nacional e internacional, conceptos fundamentales sobre Propiedad Intelectual, sus manifestaciones y características esenciales, así como sus distintos y principales mecanismos de protección.
2. Analizar los principales tratados internacionales sobre Propiedad Intelectual, así como la relación de esta última con los tratados de libre comercio.
3. Incentivar la innovación y competitividad de las organizaciones empresariales en el comercio internacional a través del uso estratégico de la Propiedad Intelectual.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- I. Introducción a la Propiedad intelectual
- II. Marco Jurídico Internacional de Propiedad Intelectual
- III. Derechos de autor y conexos
- IV. Patentes de invención
- V. Marcas y otros signos distintivos
- VI. Otras formas de protección: secretos comerciales, obtenciones vegetales y otros.
- VII. Observancia de la Propiedad Intelectual en el contexto nacional e internacional
- VIII Estrategias de Protección y Gestión de la Propiedad Intelectual

Nombre del curso:	Acceso a mercados
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso proporciona a las personas estudiantes una base técnica sólida sobre las disposiciones e instrumentos que condicionan o facilitan el acceso a los mercados en el comercio de mercancías. Específicamente, analiza las herramientas que utilizan los países para proteger a sus productores o incursionar sus productos en diversos destinos. Por tanto, se analizan tanto las restricciones cuantitativas como las 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 conecta la teoría con los casos de la realidad circundante, se analizarán cada una estas herramientas de política comercial utilizadas por los países.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la aplicación de las herramientas del comercio internacional para el acceso a mercados, evaluando su impacto en sectores, comercio y la economía, en general, tanto en contextos proteccionistas como de liberalización comercial

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reconocer los diferentes tipos de aranceles que aplican los países, así como sus modalidades y compromisos en el marco de la Organización Mundial del Comercio y los tratados de libre comercio regionales o bilaterales.
2. Analizar cómo operan los contingentes arancelarios, las reglas de origen, las indicaciones geográficas y denominaciones de origen y su restricción o acceso a determinado mercado.
3. Distinguir los principios que rigen la aplicación de medidas no arancelarias.
4. Identificar los principales requisitos que se deben cumplir para aplicar una medida de defensa comercial y cómo estas medidas pueden restringir el ingreso a un mercado a determinado producto.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Introducción: Importancia del comercio, la liberalización comercial y el acceso a los mercados
 - Las ganancias del comercio
 - La importancia de la política comercial dentro de la política económica
 - Introducción al concepto de acceso a mercados
 - ¿Por qué es importante el acceso a los mercados para una economía como Costa Rica?
 - Ética en el comercio internacional
2. Medidas que afectan a las importaciones:
 - Aranceles: aplicados consolidados, efectivos, ad valorem, mixtos, específicos y márgenes de preferencia.
 - Normas de origen
 - Otras cargas que afectan a las importaciones

- Contingentes arancelarios
 - Medidas de Defensa Comercial:
 - o Medidas antidumping
 - o Subvenciones y medidas compensatorias
 - o Medidas de salvaguardia
 - Reglamentación técnica y normas
 - Medidas sanitarias y fitosanitarias
 - Indicaciones geográficas (IGs) y denominaciones de origen
 - Otros factores determinantes: la institucionalidad y correcta implementación de los compromisos.
3. Las negociaciones de acceso a mercados en los acuerdos comerciales internacionales y en el marco de la OMC.
4. Impacto del acceso a mercados para las economías

Nombre del curso:	Formulación y gestión de proyectos
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso aborda los principios fundamentales de la formulación y gestión de proyectos en el contexto del comercio y los negocios internacionales, de forma que las personas estudiantes logren diseñar, planificar y ejecutar proyectos alineados con las dinámicas del comercio global, considerando factores económicos, sociales y ambientales.

El enfoque del curso combina teoría con práctica a través de estudios de caso, análisis de proyectos reales y simulaciones que permiten les permitan aplicar metodologías como el ciclo de vida del proyecto, la gestión de riesgos y el manejo de recursos financieros y humanos. Asimismo, se incluyen actividades prácticas en la gestión de proyectos y visitas académicas a institución u organizaciones que fomente la internacionalización de negocios.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Gestionar proyectos exitosos en el ámbito del comercio y los negocios internacionales, incorporando criterios de sostenibilidad, competitividad y cumplimiento normativo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Aplicar herramientas y metodologías de formulación de proyectos, desde la identificación de necesidades hasta la evaluación de resultados.
2. Diseñar proyectos comerciales considerando factores internacionales como regulaciones, mercados y sostenibilidad.
3. Implementar estrategias de gestión de proyectos que optimicen recursos, minimicen riesgos y aseguren el cumplimiento de los objetivos propuestos.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- Introducción a la formulación y gestión de proyectos.

- Metodologías y herramientas para el diseño de proyectos (PMBOK, marco lógico, entre otros).
- Evaluación de riesgos y viabilidad en proyectos internacionales.
- Gestión de recursos financieros, humanos y técnicos.
- Monitoreo y evaluación de proyectos con enfoque en resultados y sostenibilidad.

Nombre del curso:	Contratos internacionales
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso introduce a la persona estudiante en el mundo de las reglas básicas que le permitan materializar una compra-venta internacional, así como los aspectos más relevantes de los contratos internacionales más utilizados en las transacciones internacionales.

De igual forma, sensibiliza a las personas estudiantes sobre la importancia de contar con acuerdos legales donde se establecen las condiciones y términos bajo los cuales se realiza una transacción comercial entre dos o más partes de distintos países. Algunos de los aspectos relevantes que se abordan en este curso son: los INCOTERMS pactados, el seguro internacional, los medios de pago, el precio, la calidad, la garantía y la responsabilidad de cada parte, entre otros.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender la importancia y función de los contratos internacionales, como instrumentos para reducir el riesgo, en procura de procesos de comercialización internacional exitosos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Explorar la estructura y principios básicos de los contratos de compraventa internacional y de los principales contratos utilizados en el comercio y los negocios internacionales.
2. Distinguir los términos, participantes, responsabilidades y documentos que respaldan un contrato de compra-venta internacional
3. Reconocer la importancia de los contratos internacionales a la hora de realizar operaciones de exportación e importación de mercancías y prestación de servicios.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. La importancia de contar con un contrato internacional
2. Acuerdos preliminares: oferta, carta de intención y promesa de contrato.
3. Principales contratos en el comercio internacional:
 - Compra-venta internacional
 - Distribución
 - Agencia
 - Transferencia de tecnología
 - Prestación de servicios
 - Llave en mano
 - Asistencia técnica

- Franquicias
- 4. La negociación del contrato internacional: interés y posición del exportador e importador.
- 5. Principales cláusulas del contrato de compra-venta internacional:
 - Estructura, naturaleza y componentes
 - Herramientas y documentos necesarios para la negociación
 - Los INCOTERMS en el contrato de compra-venta internacional
- 6. Resolución de controversias en los contratos
- 8. Ejecución de los contratos y previsiones legales ante un posible incumplimiento o impagos. Análisis de consecuencias jurídicas y económicas.

Nombre del curso:	Comercio de servicios e inversión
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En este curso se analizan dos elementos clave de comercio internacional, complementarios entre sí. Por un lado, el Comercio de Servicios en el marco del sistema multilateral del comercio y el fenómeno de la Inversión Extranjera Directa (IED).

En la primera parte del curso se aborda el tratamiento del comercio de servicios en el marco del comercio mundial, iniciando en el contexto multilateral con el análisis del Acuerdo General de Comercio de Servicios (AGCS), los distintos modos de suministros en servicios, las listas de consignación y su interpretación. Para luego revisar los compromisos asumidos, en esta materia, en el marco de los acuerdos comerciales negociados por Costa Rica.

Finalmente, se introduce el tema de IED, a través de las reglas que la protegen, tanto en el marco de los acuerdos comerciales como de los Acuerdos de Protección Recíproca de las Inversiones, para luego, de forma integral, revisar los efectos de la IED en el comercio internacional y en las economías de los países receptores.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar los acuerdos multilaterales y bilaterales sobre comercio de servicios e inversiones, su complementariedad y sus implicaciones en el desarrollo económico costarricense.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los diferentes modos de suministro de servicios, elementos abarcados en las listas de compromisos del AGCS y los diferentes avances en el marco de la OMC y los acuerdos comerciales negociados por Costa Rica.
2. Comprender alcances y efectos del comercio de servicios en la estructura productiva costarricense.
3. Analizar los efectos de la inversión extranjera directa en el comercio internacional y el desarrollo de los países.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- I. El comercio de servicios y desarrollo económico
 - a. Contribución de los servicios en la economía global
 - b. Beneficios de la liberalización de los servicios en el comercio

- c. Contribución de la liberalización de los servicios en el desarrollo económico
 - d. Desarrollo, crecimiento y comercio de servicios
 - e. Aportes del comercio de servicios
 - f. El papel de los servicios en la transformación económica mundial.
- II. Comercio de Servicios en el marco multilateral del comercio
 - a. Acuerdo General sobre el comercio de servicios
 - b. Modo de suministro de servicios en el marco del AGCS
 - c. Consignación en listas de los compromisos específicos
 - d. Administración del AGCS
 - e. Acuerdo sobre Comercio de Servicios (TiSA)
 - f. La reglamentación nacional en el ámbito del comercio de servicios
 - g. Comercio electrónico en el marco del AGS, de la OMC
 - III. Comercio de Servicios en el marco regional
 - a. Comercio de Servicios en el marco de la integración económica centroamericana
 - b. Comercio de Servicios en los acuerdos comerciales de Costa Rica
 - IV. Facilitación y promoción de las inversiones.
 - a. Acuerdo sobre Facilitación de las Inversiones para el Desarrollo OMC.
 - b. Políticas para la facilitación y promoción de las inversiones.
 - c. Los Acuerdo de Protección Recíproca de las inversiones
 - V. Efectos de la Inversión Extranjera Directa (IED) en la economía:
 - a. Importancia del clima de negocios
 - b. Impactos para la economía receptora
 - c. La decisión de invertir de las empresas globalizadas.

Nombre del curso:	Mercadeo internacional
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En este curso se exploran las dinámicas, estrategias, herramientas técnicas y conceptuales esenciales para diseñar e implementar planes de mercadeo en mercados internacionales. Mediante un enfoque interdisciplinario, se abordarán temas críticos para el mercadeo internacional como el análisis de la propuesta de valor de productos de exportación, del entorno y tendencias en los mercados internacionales, la selección de mercados meta, la formulación y ejecución de estrategias de mercadeo para mercados internacionales.

El curso sigue un enfoque de aprendizaje práctico y participativo mediante el análisis de situaciones reales a partir de casos de estudio, diálogos estructurados, trabajos grupales, para concluir con el desarrollo de un plan de mercadeo internacional para un producto o servicio costarricense en el extranjero. Se fomentará el desarrollo de habilidades para la toma de decisiones sustentadas en evidencia, el trabajo en grupo y la comunicación efectiva.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias efectivas para la ejecución de planes de mercadeo alineados a las dinámicas y desafíos del entorno internacional, facilitando la penetración y el posicionamiento de productos y servicios costarricenses en los mercados internacionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los factores clave que influyen en el mercadeo internacional, incluyendo tendencias globales, el entorno cultural, político, económico y legal.
2. Analizar los mercados globales a partir de herramientas técnicas y conceptuales del mercadeo internacional y su potencial.
3. Formular estrategias de mercadeo adaptadas a mercados internacionales.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

Introducción al mercadeo internacional, conceptos básicos y diferencia con el mercadeo local

- Conceptos básicos de mercadeo internacional.
- Diferencias entre mercadeo local e internacional.
- Importancia del análisis intercultural en estrategias de mercadeo global.

Análisis de la propuesta de valor de productos de exportación

- Características esenciales de los productos de exportación.
- Identificación de ventajas competitivas y diferenciadores en mercados internacionales.
- Evaluación de beneficios percibidos por el consumidor global.

Análisis del entorno de los mercados globales

- Factores políticos y legales que afectan las operaciones comerciales internacionales.
- Evaluación económica sobre el potencial de comercio, poder adquisitivo, estabilidad y riesgos.
- Impacto del entorno social y cultural en el diseño de estrategias de mercadeo.
- Aspectos regulatorios internacionales y estándares de comercio.

Evaluación de oportunidades, selección de mercados meta y estrategias de penetración de mercados

- Criterios para identificar mercados potenciales: tamaño, crecimiento y accesibilidad.
- Métodos de análisis y priorización de mercados internacionales.
- Herramientas de investigación de mercados globales.

Formulación y ejecución de estrategias de mercadeo internacional

- Estrategias de ingreso al mercado como exportación, alianzas estratégicas, franquicias, entre otros.
- Segmentación y posicionamiento en mercados internacionales.
- Adaptación de productos y servicios para tomar en cuenta aspectos culturales, normativos y de presentación, entre otros.
- Componentes clave de un plan de mercadeo internacional.
- Diseño de la mezcla de mercadeo global: precio, promoción, plaza y producto.

Nombre del curso:	Negociación internacional
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

El curso está orientado a conocer los modelos, tácticas y estrategias de las negociaciones individuales y grupales. A través de la combinación de lecciones teóricas y prácticas, se busca introducir a las personas estudiantes en la dinámica negociadora para que descubran el por qué y para qué negociar, promoviendo el pensamiento estratégico en los futuros profesionales.

Durante el curso, la persona estudiante va a aplicar los principios básicos y las técnicas propiamente de la negociación; considerando que las negociaciones presentan sus propias particularidades y que las posibilidades de obtener resultados positivos están determinadas por los intereses de fondo, pero también por la habilidad de los negociadores.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar negociaciones ordenadas, estratégicas y exitosas, a partir de la aplicación de los principios relacionados con la negociación a través de instrumentos teórico-prácticos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los principios de la negociación como punto de partida para orientar cualquier proceso negociador.
2. Aplicar los métodos y modelos de negociación en simulaciones y casos prácticos, para la comprensión de las necesidades y objetivos de las partes involucradas en una negociación.
3. Comprender las etapas clave de un proceso de negociación, desde la preparación hasta el cierre, incluyendo la identificación de intereses, la construcción de opciones y la búsqueda de acuerdos.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

Bases conceptuales de la negociación

- i. Conceptos de negociación.
- ii. Importancia de la negociación
- iii. Naturaleza de la negociación
- iv. Porqué y para qué negociar

Preparación de una negociación

- i. Análisis del conflicto: sus componentes
- ii. Intereses versus posiciones
- iii. Conózcase a sí mismo
- iv. Conozca a su adversario
- v. Mejor alternativa a un acuerdo no negociado

Tipos de negociación

- i. Intereses versus posiciones
- ii. Negociación distributiva

- iii. Negociación integrativa

Estrategias de negociación

- i. Estrategias que afectan a las personas
- ii. Estrategias que afectan a la estructura de la negociación
- iii. Estrategias que afectan el proceso
- iv. Cómo convertir una negociación distributiva en integrativa

Creación de valor en las negociaciones

- i. Identifique intereses comunes
- ii. Proponga ofertas de valor mutuo
- iii. Redefina el problema

Nombre del curso:	Analítica de datos para comercio y negocios internacionales
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso guía al estudiantado en la resolución de problemas laborales reales y cotidianos relacionados con el manejo adecuado de los datos, a través del uso de herramientas informáticas especializadas en el manejo de datos y programas utilizados para estadística, como R o Python o programas que cumplan con funciones similares.

Se trata de una continuidad de lo desarrollado en el curso de estadística de la carrera y contiene diversos ejercicios aplicados al ámbito empresarial, de los negocios y del comercio internacional, que al desarrollarlos le permitirá a la persona estudiante familiarizarse con la resolución de problemas reales. Lo anterior les permitirá a los profesionales en comercio y negocios internacionales enfrentar situaciones en su lugar de trabajo y resolverlas de una forma más efectiva, con ahorros de tiempo, gracias la automatización de procesos repetitivos basados en la programación de código en programa informático.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Utilizar técnicas de Business Intelligence (BI) y Data Analysis para la extracción, limpieza y procesamiento de datos relevantes para la toma de decisiones en el ámbito del comercio y los negocios internacionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Aplicar de forma competente los programas informáticos utilizados en el curso para la selección, preparación y el procesamiento de datos.
2. Desarrollar la aptitud analítica para la extracción, procesamiento y gestión de la información generada dentro una empresa o institución.
3. Analizar los resultados obtenidos del procesamiento de datos para la generación de valor en la toma de decisiones.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Introducción al análisis de datos masivos.
 - a. Introducción al análisis de Datos para comercio y negocios.
 - b. Aporte del software al análisis de Datos.
 - c. Conociendo el programa.
 - d. Tipos de objetos y sus diferencias.
 2. Fundamentos de programación.
 - a. Tipo de lenguaje usado en el software.
 - b. Operadores de programación.
 - c. Que son los Vectores.
 3. Principales objetos de programación
 - a. Problemas de coerción al usar vectores.
 - b. Que son las listas.
 - c. Que son las matrices.
 - d. Variables y Tablas.
 - e. Importar / Exportar Datos.
 4. Introducción a funciones para análisis de datos.
 - a. Introducción.
 - b. Tipos de Funciones.
 - c. Ejemplos de los tipos de funciones.
 5. Introducción a la manipulación de datos.
 - a. Que es la manipulación de datos.
 - b. Manipulación de datos con paquetes especializados.
 - c. Tareas diversas de manipulación
 - d. Reorientar (transponer) tablas de datos.
 - e. Crear una columna uniendo varias.
 - f. Separar una columna en varias.
 - g. Generar indicadores de una tabla de datos.
 - h. Ejemplo de manipulación de datos de la balanza comercial de Costa Rica.
- Funciones personalizadas para análisis de datos.
- a. Introducción.
 - b. Convertir procedimientos en funciones personalizadas.
 - c. Ejemplos de funciones personalizadas aplicadas.
 - d. Biblioteca de funciones personalizadas.
 - e. Funciones personalizadas propuestas por los estudiantes.
6. Manipulación de datos para comercio y negocios.
 - a. Ordenar correctamente los datos.
 - b. Cambiar filas por columnas y viceversa.
 - c. Forma correcta de agrupar datos.
 - d. Generación de información: variables derivadas.
 7. Introducción a bases de datos para comercio y negocios internacionales
 - a. Que es una base de datos.
 - b. Aumentar o disminuir el tamaño de una base de datos.
 - c. Modificar nombres de las variables de la base de datos.
 8. Métodos estadísticos para análisis de datos.
 - a. Estadística descriptiva en análisis de datos.

- b. Distribuciones de frecuencia.
 - c. Métodos de normalización.
 - d. Probabilidad elemental para análisis de datos.
9. Ingeniería de prompts para inteligencia artificial.
- a. Introducción a la IA Generativa.
 - b. Estructuras adecuadas de los prompt.
 - i. Crear ejemplos correctos e incorrectos.
 - ii. Como realizar una consulta compleja.
 - c. Ajustes y mejora de prompts
 - d. Automatización de generación de prompts.
10. Inteligencia artificial para el análisis de datos.
- a. Aspectos éticos y legales de la IA en análisis de datos.
 - b. Casos de uso en análisis de datos.
 - c. Ejemplos aplicados de la IA en análisis de datos.

Nombre del curso:	Geoestrategia y competitividad global
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

El uso estratégico de la geografía puede tener un impacto significativo en la competitividad global de los países, empresas e incluso individuos, ya que no solo define las ventajas y limitaciones iniciales de una región, sino que condiciona cómo estas ventajas pueden ser aprovechadas. El éxito en el ámbito global depende de cómo se gestionen estas condiciones geográficas mediante políticas efectivas, innovación, infraestructura moderna y estrategias que potencialicen las ventajas inherentes de su ubicación y recursos. La capacidad de integrar estos factores en la estrategia económica es clave para posicionarse mejor en el escenario global y maximizar la competitividad.

Este curso busca introducir al estudiante en el análisis geoestratégico y cómo este incide en la competitividad global, partiendo desde la escala global, del Estado-Nación hacia lo local; a través de la transmisión de conocimientos teóricos que permitan interpretar los escenarios regionales y globales que se han configurado en el pasado y los que están surgiendo en la actualidad.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la configuración de las relaciones geográficas a nivel global y regional, que intervienen en la dinámica política, las tendencias económicas y los procesos comerciales de un país, así como su impacto en la competitividad global a través de la producción y comercialización de bienes y servicios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar la importancia de la geoestrategia como factor de posicionamiento de un Estado, empresa u organización en el escenario global.
2. Distinguir las principales teorías y conceptos que permiten de una forma lógica las interrelaciones de los diferentes actores en el contexto internacional.
3. Debatir sobre los tópicos más importantes y recientes de la geoestrategia y la competitividad global.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Introducción a la geoestrategia
 - a. Definición y conceptos clave
 - b. Diferencias entre geopolítica y geoestrategia
 - c. Historia de la geoestrategia: pensadores clave (Mackinder, Mahan, Spykman, etc.).
 - d. Importancia de la geografía en el poder global.
 - e. Herramientas de Análisis Geoestratégico
2. Geoestrategia y Seguridad Global
 - a. Epistemología de la Geografía Política
 - b. Tendencias geopolíticas globales
 - c. Conflictos armados y geografía.
 - d. Terrorismo, crimen transnacional y su dimensión geoestratégica.
 - e. Ciberseguridad y su interrelación con la geografía física y política.
3. Geoestrategia Económica
 - a. Macrotendencias globales-Globalización y desglobalización.
 - b. El espacio geográfico como elemento en el análisis económico
 - c. Las zonas estratégicas de la economía mundial
 - d. Los retos globales de la geografía económica
 - e. Análisis de riesgo político y clima de negocios.
 - f. Geoestrategia y competitividad global.
4. Análisis de casos que contribuyan a la comprensión de la materia en estudio
 - a. Factores Geográficos y su Impacto en la Estrategia
 - b. Potencias Globales y Regiones Estratégicas
 - c. Recursos Naturales y Conflictos Estratégicos
 - d. Impacto del Cambio Climático en la Geoestrategia
 - e. Organizaciones Internacionales y Cooperación Geoestratégica
 - f. Tecnologías y Geoestrategia del Futuro

Nombre del curso:	Solución de controversias comerciales
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En el convulso contexto internacional, donde no todos los países se apegan a las reglas del comercio mundial, surgen diferencias entre los Estados, los inversionistas y los Estados y entre particulares en el ámbito privado, que frecuentemente requieren mediación.

En este curso se analizan los diversos medios y mecanismos de solución de controversias, en el ámbito del comercio exterior entre Estados a nivel multilateral, basados en la normativa de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y los Tratados de Libre Comercio Regionales, así como diferencias en el ámbito del comercio internacional entre particulares y entre estos últimos con los Estados.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Solucionar controversias comerciales internacionales en los ámbitos multilateral y regional, ya sea entre Estados, entre particulares o entre ambos, realizando el manejo instrumental de cada uno los estos instrumentos, mecanismos y recursos para ello.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar conceptos, tipologías, ámbitos y antecedentes históricos asociados a los mecanismos de solución de controversias comerciales y de resolución alterna de conflictos, mediante el estudio de los antecedentes y norma multilateral existente.
2. Comprender las reglas, principios y características de los mecanismos de solución de diferencias comerciales internacionales y de los de resolución alterna de conflictos, mediante el estudio de los instrumentos multilateral y regional, haciendo especial énfasis en el Sistema de Solución de Controversias de la Organización Mundial de Comercio (OMC).
3. Aplicar los conceptos adquiridos en negociaciones y disputas en el ámbito de comercio exterior.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Principales conceptos, tipologías, ámbitos y antecedentes históricos de los sistemas de solución de controversias comerciales y de los de resolución alterna de conflictos
2. Los actores en un proceso de solución de diferencias y los órganos de la OMC que participan, así como de los procesos de resolución alterna de conflictos
3. Introducción al sistema de solución de diferencias multilateral OMC y al de resolución alterna de conflictos en el plano privado
4. Fundamento jurídico para la solución de una diferencia en los distintos ámbitos, normas e instrumentos.
5. Las etapas del mecanismo de solución de diferencias.
6. Efecto jurídico, cumplimiento de recomendaciones y resoluciones y técnicas de presentación y defensa de los procesos.
7. Alternativas a los procesos, grupos especiales y el Órgano de Apelación.
8. Los países en desarrollo en el sistema de solución de diferencias.
9. Casos prácticos sobre controversias inversionista- Estado.
10. Casos prácticos sobre resolución alterna de conflictos.

Nombre del curso:	Negocios internacionales y sostenibilidad
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso explora la relación entre los negocios internacionales y la sostenibilidad, abordando cómo las empresas pueden operar de manera responsable y sostenible en un entorno global. Los estudiantes analizarán impactos ambientales y sociales de las operaciones internacionales, identificarán el marco normativo y desarrollarán estrategias para integrar prácticas sostenibles en empresas globales, así como los grandes desafíos en materia de sostenibilidad que enfrenta el Planeta.

A través de estudios de caso y ejercicios prácticos, los estudiantes evaluarán y aplicarán conocimientos en sostenibilidad para gestionar riesgos y oportunidades en un contexto global. Además, el curso explora los marcos regulatorios internacionales y destaca el rol de la sostenibilidad como un factor clave para la competitividad de las empresas.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Implementar estrategias que permitan el equilibrio entre objetivos económicos, sociales y ambientales de cualquier organización vinculada al mercado global, analizando los retos y posibilidades en el ámbito de los negocios sostenibles.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los principales desafíos globales relacionados con la sostenibilidad, analizando sus causas y posibles soluciones, y promoviendo la toma de conciencia sobre la necesidad de actuar para un futuro sostenible.
2. Diseñar políticas, regulaciones, innovaciones tecnológicas y prácticas empresariales para la minimización de los impactos ambientales y promover la sostenibilidad.
3. Analizar las respuestas del comercio y los negocios internacionales a las preocupaciones ambientales y en materia de sostenibilidad, y su implementación en casos prácticos.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- I. Los grandes retos de la sostenibilidad a nivel global
 - El cambio climático, contaminación y destrucción de ecosistemas.
 - El antropoceno y el impacto global de la humanidad en el Planeta
 - La pobreza e inequidad global.
- II. Respuestas globales a esos retos:
 - Conceptos del desarrollo sostenible desde su desarrollo teórico
 - El marco regulatorio (El Pacto Verde Europeo, el UN Global Compact, Agenda 2030, ODS, Acuerdo de París, etc.)
 - El rol de los negocios y su responsabilidad internacional en la temática.
- III. La respuesta del comercio y los negocios internacionales a las preocupaciones ambientales y en materia de sostenibilidad: análisis de casos prácticos.
- IV. Desafíos éticos en los negocios internacionales

Nombre del curso:	Sistemas de información para la investigación de mercados
Créditos:	4

I DESCRIPCIÓN

Este curso hace un recorrido por los diversas bases de datos y fuentes de información, primaria y secundaria, disponibles para la investigación de mercados. A través del ordenamiento, procesamiento y análisis de la información se sumerge a la persona estudiante en los principales componentes de una investigación de mercados y los principios básicos de la inteligencia comercial, de manera que contribuya para la toma de decisiones dentro de las diversas organizaciones.

El curso tiene un enfoque 100% práctico, de manera que la exploración, manejo y análisis de las bases de datos contribuyen a un resultado final y tangible: una investigación de uno mercado o varios mercados.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar investigaciones de mercado, examinando las diversas fuentes de información, cuantitativa y cualitativa, así como técnicas básicas de manejo de datos necesarias para la aplicación de la inteligencia comercial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los diferentes métodos, técnicas y herramientas de conocimiento al consumidor, la competencia y el entorno comercial, para desarrollar investigaciones de mercado útiles para la toma de decisiones.
2. Reconocer los principales componentes de una investigación de mercados.
3. Elaborar una investigación de mercados para un producto o sector en particular, evidenciando el buen manejo de los conceptos y las herramientas para ello.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- a. Generalidades
 - i. Diferencia entre investigación de mercados e inteligencia comercial
 - ii. Importancia de la investigación de mercados para la incursión en el mercado internacional.
 - iii. Fuentes primarias y secundarias
 - iv. Diferencias entre información cuantitativa y cualitativa
- b. Sistemas de información
 - i. Principales bases de datos para análisis de:
 1. Flujos de comercio
 2. Precios internacionales
 3. Producción
 4. Consumo
 5. Competidores
 6. Otras tendencias
 - ii. Ordenamiento y procesamiento de la información
 - iii. Análisis de la información
- c. Métodos para recolección de información
 1. Encuestas y cuestionarios
 2. Grupos focales
 3. Entrevistas
 4. Análisis comparativo o "benchmarking"
 5. Otras técnicas para la recolección de información
- d. Caso práctico. Aplicación de técnicas de recolección de información para la investigación de mercados, considerando aspectos como:
 - i. Identificar tendencias, problemas y oportunidades
 - ii. Análisis del entorno
 - iii. Metodología aplicada para obtención de información
 - iv. Condiciones de acceso en los mercados internacionales
 - v. Barreras arancelarias y no arancelarias

- vi. Regulaciones aplicables al producto/servicio
- vii. Acuerdos comerciales o de integración
- viii. Análisis de la competencia
- ix. Canales de distribución
- x. Características particulares del mercado
- xi. Análisis del consumidor (hábitos, tradiciones, cultura)
- xii. Otras variables relevantes.
- e. Presentación del caso práctico.
 - i. Técnicas de visualización de datos
 - ii. Creación de reportes ejecutivos
 - iii. Preparación del informe final del caso práctico

Nombre del curso:	Práctica profesional supervisada
Créditos:	4

I. DESCRIPCIÓN

El Estatuto Orgánico de la Universidad Nacional (Art. 200, inciso d), señala que cada persona estudiante para graduarse 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 y Aprendizaje, 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 la persona estudiante en el ámbito específico de su especialidad disciplinaria o profesional y, a su vez, constituye un espacio de aprendizaje que posibilita su proyección social.

Específicamente, se trata de que la persona estudiante realice labores propias de un profesional en Comercio y Negocios Internacionales alguna empresa u organización, sean de carácter público o privado. Se priorizará y estimulará aquellas prácticas profesionales que puedan realizarse fuera del país.

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

I OBJETIVO GENERAL

Aplicar los conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas en la carrera, así como el desarrollo de actitudes y valores, en el ámbito laboral, de forma que contribuya a su proyección social y a la generación de experiencia en campo de su especialidad.

II Organización

La Práctica Profesional Supervisada, como curso regular obligatorio, se le asignan cuatro (4) créditos en el ciclo lectivo de 17 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 17 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 las personas estudiantes se relaciona con las principales áreas de conocimiento del Plan de Estudios. La manera en que se organiza la práctica es definida, en

común acuerdo, entre la Escuela de Relaciones Internacionales y la empresa u organización que recibe a cada persona estudiante.

CURSOS OPTATIVOS

Nombre del curso:	Tendencias del comercio internacional
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso tiene como objetivo proporcionar una comprensión integral de las dinámicas contemporáneas que están transformando el comercio internacional en el siglo XXI, sus tendencias recientes y las perspectivas futuras. Se analizan factores clave que influyen los flujos comerciales, las cadenas globales de valor y en las relaciones comerciales internacionales, así como aspectos que afectan las políticas y prácticas comerciales globales como la geopolítica y la creciente relevancia del desarrollo sostenible y el comercio justo.

El enfoque del curso combina fundamentos teóricos, análisis de casos reales, exposición de expertos y ejercicios prácticos para dotar a los estudiantes de una perspectiva crítica y estratégica aplicada. Además, se enfatiza el estudio de temas emergentes, como las transiciones económicas, los cambios en los patrones de consumo y producción, así como el papel de la innovación tecnológica en la competitividad global.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar competencias para identificar y analizar las tendencias actuales y emergentes en el comercio internacional, así como su impacto en los mercados, las políticas comerciales y el desarrollo económico para comprender de forma integral la dinámica del comercio internacional en un entorno global dinámico complejo fomentando las habilidades analíticas y el pensamiento crítico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Explicar las principales tendencias actuales y emergentes del comercio internacional, así como los principales factores históricos, económicos, tecnológicos y políticos que las configuran.
2. Analizar las tendencias actuales y emergentes en el comercio internacional y su impacto en las economías nacionales y globales, en distintos actores y en el desarrollo económico.
3. Desarrollar habilidades analíticas aplicadas y pensamiento crítico para explicar el comportamiento de los mercados internacionales y las implicaciones de las tendencias emergentes sobre el comercio global.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Evolución del comercio internacional
2. Políticas comerciales y dinámicas de mercado
3. Geopolítica y comercio internacional
4. Tendencias emergentes en el comercio internacional
5. Herramientas y métodos para el análisis del comercio
6. Futuro del comercio internacional

Nombre del curso:	Comercio y sostenibilidad
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En el curso se aborda la respuesta del comercio y los negocios internacionales a las preocupaciones ambientales y en materia de sostenibilidad, a través de un enfoque altamente práctico. A lo largo del curso se pone énfasis en la evaluación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), las tendencias de las empresas y los gobiernos por cumplir con estándares de impacto ambiental, así como en la presentación de propuestas para integrar la sustentabilidad dentro de las cadenas de suministro globales. Adicionalmente, se llevará a cabo una comparación entre estrategias relacionadas a la inversión sustentable y se examinarán modelos de negocios que estén fundamentados en la innovación verde. Al completar el curso, el estudiantado podrá desarrollar propuestas basadas en argumentos sólidos y éticamente responsables para abordar los retos globales en materia de sustentabilidad y comercio.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar las prácticas y estrategias de la sostenibilidad que han venido implementando las empresas y las diversas organizaciones, para dimensionar el impacto de éstas sobre los mercados globales y su contribución a los retos ambientales del Planeta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comparar las diferentes estrategias implementadas por las empresas, gobiernos y otras organizaciones para enfrentar los desafíos globales en materias sostenibilidad.
2. Promover la sostenibilidad en la cadena de suministro global y en el comercio internacional, mediante la implementación de medidas que incorporen acciones para reducir el impacto medioambiental y optimizar la utilización de recursos.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Tendencias de la relación entre comercio y ambiente
2. Impactos ambientales del comercio
3. Modelos de negocio sostenibles
4. Cadena de suministro y comercio ético
5. Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa (RSC)
6. Innovación y tecnología en el comercio sostenible
7. Finanzas sostenibles y economía verde
8. Consumidores y marketing sostenible
9. Los retos futuros, en materia de sostenibilidad, para el comercio y los negocios internacionales

Nombre del curso:	Inteligencia Artificial aplicada al comercio y los negocios internacionales
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Este curso se centra en explorar cómo la Inteligencia Artificial (IA) está transformando el comercio y los negocios internacionales, proporcionando y promoviendo la exploración de herramientas prácticas necesarias para aplicar soluciones en un entorno de constante cambio. Desde un enfoque práctico, este curso fomenta la comprensión de los alcances de la IA sobre los procesos empresariales, las decisiones estratégicas y su influencia en las sociedades.

La IA se aborda como una herramienta para mejorar la toma de decisiones con base en datos, la capacidad de generar analíticas predictivas y soluciones que permitan optimizar la toma de decisiones en el comercio y los negocios internacionales. Además de discutir los alcances éticos y fundamentos legales que han venido surgiendo alrededor de esta temática.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender las aplicaciones prácticas de las soluciones que permite la inteligencia artificial, como herramienta para mejorar la toma de decisiones en el comercio y los negocios internacionales, así como los aspectos éticos y legales que la rigen.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los fundamentos básicos de la Inteligencia Artificial, los tipos y subcampos de forma técnicamente adecuada.
2. Analizar la utilidad, influencia y las aplicaciones de la IA en las estrategias de los negocios, desde el proceso de toma de decisiones, las cadenas de suministros, procesos aduaneros, marketing internacional, entre otros temas propios del comercio y negocios internacionales.
3. Explorar los principios básicos de estadística y de análisis de datos, para la aplicación de análisis predictivo y aprendizaje automático en el contexto del comercio y los negocios internacionales.
4. Reflexionar sobre los aspectos éticos y los desafíos legales para la implementación segura de la IA en el contexto del mundo globalizado.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

- I. Fundamentos conceptuales de la IA
 - a. Definición, origen y evolución de la IA
 - b. Principales ramas de la IA (machine learning, NLP, computer vision, etc.).
 - c. La IA generativa: conceptos básicos y aplicaciones iniciales.
 - d. La liberalización de la IA.
- II. Análisis de datos y estadística básica para la IA.
 - a. Repaso de conceptos básicos estadísticos.
 - b. Elementos clave del análisis de datos.
 - c. Desarrollo de dashboards básicos con herramientas accesibles (Power BI o similares)
 - d. Introducción al análisis predictivo.

- III. Aplicaciones y soluciones de la IA en los Negocios Internacionales.
- IV. Desafíos de la IA.
 - a. Aspectos éticos de la IA
 - b. Legislaciones y evolución de las normativas.
 - c. Impacto social de las automatizaciones
 - d. El sesgo en los algoritmos.

Nombre del curso:	Emprendimiento, startup y desarrollo de negocios internacionales
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En este curso se refuerzan los procesos que facilitan la identificación y aprovechamiento de las oportunidades ofrecidas por el mercado internacional y sus entornos desafiantes. Para lograrlo, es necesario acercar a las personas estudiantes con las experiencias y lecciones aprendidas de quienes han emprendido y materializado sus ideas en proyectos concretos.

Desde un enfoque práctico, se facilita a las personas emprendedoras narrar sus estrategias para el desarrollo de sus negocios o emprendimientos, con un especial énfasis en aquellos vinculados con los mercados internacionales, tecnológicos y con impacto social.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comprender las motivaciones y factores que influyen en los emprendimientos y desarrollo de negocios, como fenómeno económico, para gestionar equipos y organizaciones en entornos internacionales, mercados emergentes y de constante cambio tecnológico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar las distintas herramientas que los enfoques de liderazgo innovador presentan para el desarrollo de negocios y startups en contextos internacionales.
2. Relacionar los distintos modelos de innovación con estrategias de experimentación para la validación de ideas en etapas tempranas y promoción de la escalabilidad de proyectos empresariales.
3. Formular estrategias para el diseño planes que permitan atraer inversionistas, gestionar recursos económicos de manera eficiente y mitigar riesgos en proyectos de emprendimiento, con el propósito de maximizar su viabilidad y sostenibilidad.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Innovación sistemática y estrategias de Experimentación
2. Liderazgo Innovador en un mundo tecnológico. Casos de éxito.
3. Cadenas de valor y modelos de Negocio Globales
4. Emprendimiento en mercados emergentes. Casos de éxito.
5. Financiamiento y gestión de riesgos en startups.

Nombre del curso:	Diplomacia corporativa y multicultural
Créditos:	3

I. DESCRIPCIÓN

Este curso proporciona al estudiantado una comprensión profunda y práctica sobre el papel de las empresas como actores diplomáticos en un entorno internacional dinámico y diverso. En un mundo cada vez más interconectado, las empresas no solo son agentes económicos, sino también protagonistas en la construcción de relaciones internacionales y en la mediación de intereses entre culturas, países y mercados.

A través de este curso, las personas estudiantes analizan las estrategias de diplomacia corporativa que las organizaciones emplean para crear y fortalecer relaciones en contextos multiculturales, manejar negociaciones complejas y promover una comunicación efectiva en diversos entornos. Se pondrá especial énfasis en la importancia de comprender y respetar las diferencias culturales, legales y normativas que influyen en las decisiones corporativas y las dinámicas de los mercados internacionales.

II. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Aplicar principios de diplomacia corporativa en contextos multiculturales, con el fin de gestionar relaciones estratégicas, promover intereses organizacionales y resolver conflictos respetando las diversidades culturales y normativas internacionales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender el papel que juega la diplomacia corporativa como una herramienta estratégica en el ámbito global.
2. Analizar las dinámicas multiculturales que influyen en la negociación y la toma de decisiones en entornos internacionales.
3. Diseñar estrategias diplomáticas corporativas alineadas con objetivos organizacionales y principios de responsabilidad social empresarial.

III. APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Introducción a la Diplomacia Corporativa
2. Gestión de la Diversidad Cultural
 - 2.1. Dimensiones culturales (Hofstede, Trompenaars, Globe).
 - 2.2. Competencia intercultural en las empresas
 - 2.3. Gestión de diferencias culturales en equipos globales
3. Estrategias de diplomacia corporativa
 - 3.1. Diseño de políticas corporativas internacionales.
 - 3.2. Gestión de relaciones con stakeholders en mercados extranjeros.
4. La diplomacia corporativa y construcción de alianzas
 - 4.1. Diplomacia corporativa para un mundo con nuevos riesgos y oportunidades
 - 4.2. Los nuevos entornos públicos y la gestión de las expectativas

5. Técnicas de Negociación Multicultural
 - 5.1. Enfoques de negociación según el contexto cultural.
 - 5.2. Resolución de conflictos interculturales.
6. Ética y Responsabilidad Social en Contextos Multiculturales
 - 6.1. Dilemas éticos en diplomacia corporativa.
 - 6.2. Sostenibilidad y responsabilidad corporativa global.
7. Nuevos retos de la diplomacia corporativa
 - 7.1. El activismo político del directivo
 - 7.2. Startup politics: nuevos partidos para un tiempo nuevo
 - 7.3. La ciberseguridad
 - 7.4. La desigualdad en la era digital
 - 7.5. La gobernanza de la inteligencia artificial y la robotización
 - 7.6. Otros

Nombre del curso:	Estudios transfronterizos y comercio internacional
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En la dinámica actual de las relaciones internacionales, los estudios transfronterizos son una nueva área disciplinar en el análisis de los fenómenos internacionales. Las fronteras no son solo un punto vital para el comercio de bienes y servicios, sino un espacio de conflicto y cooperación entre los distintos actores que convergen.

Diariamente, en la gran mayoría de las fronteras del mundo, se producen intercambios comerciales entre personas, empresas, organizaciones y gobiernos, ya sean de índole formal e informal; o bien, transacciones legales o ilegales, que de una u otra forma promuevan los negocios internacionales y generan fuentes de empleo y desarrollo para las localidades fronterizas. En este contexto, la institucionalidad en estos espacios transfronterizos es un aspecto medular para promover el comercio y los negocios internacionales tanto entre actores locales como internacionales.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar el comportamiento de las fronteras terrestres y su dinámica, como espacios determinantes en el desarrollo del comercio y los negocios Internacionales de las regiones fronterizas, las economías regionales y los países.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los actores transfronterizos y sus dinámicas de comportamiento, así como la institucionalidad presente en las fronteras internacionales y, en particular, en las costarricenses.
2. Comparar las iniciativas y experiencias, desde la perspectiva del comercio y los negocios transfronterizos, se desarrollan en las fronteras terrestres, a través del trabajo de campo en las comunidades fronterizas.
3. Elaborar análisis multivariable y multiescalar de los fenómenos que convergen en las regiones transfronterizas.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Fronteras y espacios fronterizos
2. Estudios transfronterizos
3. Comercio transfronterizo: formal y no formal (legal e ilegal)
4. Institucionalidad en las fronteras: nacional, binacional.
5. Actores en los espacios fronterizos y sus vinculaciones: condiciones socioeconómicas y de desarrollo de las poblaciones fronterizas
6. Integración transfronteriza: sistemas de control integrado, facilitación del comercio, medidas en frontera que afectan el comercio, etc.
7. Conflicto y cooperación transfronteriza
8. Estudios de casos locales

Nombre del curso:	Encadenamientos productivos y competitividad internacional en la región Chorotega
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

En este curso se analizan, de forma integral, los factores que determinan la competitividad internacional y los encadenamientos productivos en la región Chorotega, con un enfoque práctico y contextualizado en sus realidades y dinámicas. A lo largo del curso, las personas estudiantes exploran los principales sectores productivos de la región, con una orientación internacional, tales como: turismo, ganadería, pesca y acuicultura, agricultura, comercio y servicios, energías renovables, sector inmobiliario, entre otros; así como el aporte que cada uno de estos sectores hace a la propuesta de valor regional.

A través de estudios de caso, trabajo en grupo y visitas de campo, la persona estudiante podrá identificar tanto los desafíos como las oportunidades para mejorar la competitividad internacional en la región Chorotega, abordando cuestiones claves como la innovación, la sostenibilidad, la infraestructura y las políticas públicas.

Adicionalmente, este curso también proporciona herramientas para diseñar estrategias y soluciones que favorezcan la creación de encadenamientos productivos más robustos, generando valor agregado y fomentando el desarrollo económico local y su vinculación internacional.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores clave que influyen en la competitividad de la región Chorotega, con el propósito de identificar sus principales desafíos y oportunidades de mejora en sectores estratégicos que permitan a las empresas regionales desarrollar procesos de internacionalización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los conceptos fundamentales de la competitividad internacional y de los encadenamientos productivos para su análisis en el contexto local.
2. Analizar los desafíos y el potencial competitivo de los sectores productivos más relevantes de la región Chorotega.

3. Identificar oportunidades de mejora y generación de valor dentro de los encadenamientos productivos en la región Chorotega.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos del curso

1. Introducción a la competitividad internacional
2. Perfil socioeconómico de la Región Chorotega
3. Análisis de los sectores productivos de la Región Chorotega
4. Encadenamientos productivos y perfil empresarial de la región
5. Competitividad regional: sectores clave de Guanacaste
6. Factores que inciden en la competitividad internacional
7. Los desafíos de la región: innovación, sostenibilidad, etc.
8. La colaboración público-privada en la competitividad regional
9. Estrategias para mejorar la competitividad en Guanacaste

Nombre del curso:	Negocios turísticos
Créditos:	3

I DESCRIPCIÓN

Los negocios turísticos se desarrollan en un contexto global. La dinámica global actual y los diversos acontecimientos internacionales influyen directamente en decisiones empresariales, pero también de visitación turística. Para una economía como la costarricense, donde el turismo, como prestación de servicios, representa una fuente muy importante de ingresos con impactos sustantivos sobre las comunidades y el país en general, resulta relevante para una persona profesional en comercio y negocios internacionales conocer las dinámicas de este fenómeno y su impacto, tanto a nivel global como regional.

II OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la dinámica de la actividad turística global, desde la perspectiva del negocio del turismo como del comportamiento del consumidor de servicios turísticos, y los impactos que genera tanto a nivel internacional como nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar la dinámica de la economía turística mundial para dimensionar el impacto que tiene sobre la economía nacional.
2. Distinguir las variables que inciden sobre el comportamiento de los negocios turísticos y el consumidor de servicios turísticos.
3. Reconocer las formas en que los países han desarrollado sus estrategias para promover la actividad turística como una forma de atracción de inversión extranjera directa.

III APRENDIZAJES INTEGRALES

a) Contenidos

1. Tendencias de la actividad turística en el mundo
2. El turismo como prestación de servicios y su impacto en las economías
3. Turismo como forma de inversión extranjera directa
4. Institucionalidad y políticas de apoyo para los negocios turísticos:
 - Caso práctico: Las políticas de incentivos turísticos de Costa Rica: análisis comparado con otros países competidores.
5. La importancia del sector turismo para Costa Rica
 - Tipos de turismo
 - Implicaciones económicas
 - Impacto social
 - Efectos ambientales
6. Desarrollo de negocios turísticos
7. Problemas actuales de la actividad turística
8. Nuevas tendencias de los negocios turísticos Internacionales

ANEXO C

**PROFESORES DE LOS CURSOS DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL**

ANEXO C

PROFESORES DE LOS CURSOS DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL

Curso	Docente
Introducción a la Economía Global	Fonseca Hernández, Raúl
Fundamentos del comercio y Negocios Internacionales	Navarro Alpízar, Ana Gabriela
RIG 440 Introducción al Derecho Internacional	Bulgarelli González, Fiorella
Derecho del comercio internacional	Bulgarelli González, Fiorella
Estadística aplicada al CNI	Alpízar Méndez, Juan Gabriel
Microeconomía para CNI	Muñoz Vargas, Erlend
Sistema Multilateral del Comercio	Solano Aguilar, Gerald
Análisis del macroentorno para CNI	Fonseca Hernández, Raúl
RIG 410 Clasificación Arancelaria de mercancías	Arce Portugués, Rodolfo
Gestión y desarrollo de negocios internacionales	Fonseca Argüello, Hugo
RIG 401 Contabilidad General	Arce Cascante, Marcos Andrey
Métodos y Técnicas de Investigación	Bermúdez Mora, Juan Carlos
RIG 416 Derecho Aduanero	Bulgarelli González, Fiorella
RIG 411 Teoría del Comercio Internacional	Sandí Meza, Vinicio
Política Comercial	Solano Aguilar, Gerald
Gestión de la Cadena de Suministros	Rodríguez Calderón, Greivin
Análisis Financiero para CNI	Ugalde Hernández, Óscar
Propiedad Intelectual e innovación	Argüello Arce, Hershel David
Finanzas Internacionales	Muñoz Vargas, Erlend
Acceso a Mercados	Santamaría Guerrero, Viviana
Formulación y Gestión de Proyectos	Sandí Meza, Vinicio
Contratos Internacionales	Ocampo Sánchez Fernando
Comercio de Servicios e Inversión	Arce Cascante, Marcos Andrey
Mercadeo Internacional	Martínez Piva, Juan Carlos
Negociación Internacional	Segura Ramírez, Luis Diego
Analítica de datos para CNI	Alpízar Méndez, Juan Gabriel
Solución de controversias comerciales	Arce Cordero, Gastón
Geoestrategia y competitividad global	López Ramírez, Alexander
Negocios internacionales y sostenibilidad	Segura Ramírez, Luis Diego
Sistemas de información para la investigación de mercados	Martínez Piva, Juan Carlos
Práctica profesional Supervisada	Navarro Alpízar, Ana Gabriela

ANEXO D

**PROFESORES DE LOS CURSOS DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL Y SUS
GRADOS ACADÉMICOS**

ANEXO D

PROFESORES DE LOS CURSOS DEL BACHILLERATO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL Y SUS GRADOS ACADÉMICOS

JUAN GABRIEL ALPÍZAR MÉNDEZ

Maestría en Economía del Desarrollo, Universidad Nacional.

MARCOS ANDREY ARCE CASCANTE

Bachillerato y Licenciatura en Comercio y Negocios Internacionales, Universidad Nacional. Maestría en Comercio y Mercados Internacionales, Universidad Lead.

GASTÓN ARCE CORDERO

Bachillerato y Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior, Universidad de Costa Rica. Maestría en Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Costa Rica.

RODOLFO ARCE PORTUGUÉS

Diplomado en Administración Aduanera, Universidad de Costa Rica. Bachillerato y Licenciatura en Administración Pública, Universidad de Costa Rica. Maestría en Administración Pública, Universidad de Costa Rica.

HERSHEL DAVID ARGÜELLO ARCE

Licenciatura en Derecho, Universidad Escuela Libre de Derecho.

JUAN CARLOS BERMÚDEZ MORA

Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Latina de Costa Rica.

FIGORELLA BULGARELLI GONZÁLEZ

Licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica. Maestría en Derecho Económico, Universidad Estatal a Distancia.

HUGO FONSECA ARGÜELLO

Bachillerato en Economía, Universidad Autónoma de Centro América. Maestría en Administración de Negocios, Universidad de Costa Rica.

RAÚL FONSECA HERNÁNDEZ

Licenciatura en Economía, Universidad Nacional. Maestría en Economía del Desarrollo, Universidad Nacional.

ALEXANDER LÓPEZ RAMÍREZ

Bachillerato y Licenciatura en Relaciones Internacionales, Universidad Nacional. Doctorado en Ciencias Políticas, Universidad de Oslo, Noruega.

JUAN CARLOS MARTÍNEZ PIVA

Bachillerato en Economía, Universidad de Costa Rica. Maestría en Política Económica, Universidad Nacional.

ERLEND MUÑOZ VARGAS

Bachillerato y Licenciatura en Economía, Universidad de Costa Rica. Maestría en Comercio y Mercados Internacionales, Universidad Lead.

ANA GABRIELA NAVARRO ALPÍZAR

Bachillerato y Licenciatura en Administración Aduanera y Comercio Exterior, Universidad de Costa Rica.

FERNANDO OCAMPO SÁNCHEZ

Licenciatura en Derecho, Universidad de Costa Rica. Especialidad Profesional en Derecho Público, Universidad Estatal a Distancia.

GREIVIN RODRÍGUEZ CALDERÓN

Bachillerato en Relaciones Internacionales, Universidad Nacional. Maestría en Gerencia del Comercio Exterior, Universidad Nacional.

VINICIO SANDÍ MEZA

Maestría en Política Económica, Universidad Nacional.

VIVIANA SANTAMARÍA GUERRERO

Licenciatura en Economía, Universidad de Costa Rica. Maestría en Comercio y Mercados Internacionales, Universidad Lead.

LUIS DIEGO SEGURA RAMÍREZ

Maestría en Administración de Empresas, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.

GERALD SOLANO AGUILAR

Bachillerato y Licenciatura en Relaciones Internacionales, Universidad Nacional.

ÓSCAR UGALDE HERNÁNDEZ

Maestría en Administración de Empresas, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.



UCR

TEC

UNA

UNED

UTN
Universidad
Técnica Nacional