

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

|                             |                                       |
|-----------------------------|---------------------------------------|
| <b>Nombre Programa:</b>     | TENDENCIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL |
| <b>Tipo de programa:</b>    | Seminario                             |
| <b>Facultad articulada:</b> | Ciencias Económicas y Administrativas |
| <b>Duración:</b>            | 8 horas                               |

**Público objetivo:**

Personas interesadas en conocer sobre el comercio internacional y cómo éste puede potenciar los productos, mercados y negocios de los diferentes sectores económicos.

**Justificación:**

Desde la apertura de 1991 en Colombia, el comercio internacional se ha convertido en un importante vehículo de crecimiento, desarrollo y sostenibilidad para un alto porcentaje de actores económicos en el País. No obstante, para muchas otras organizaciones, todavía parece ser una herramienta distante y poco explorada, por lo que el potencial de este escenario puede estar siendo aún poco aprovechado, en muchas ocasiones, por desconocimiento o concepciones equivocadas.

**Objetivo general:**

Identificar el comercio internacional como un vehículo de crecimiento y desarrollo para los diferentes actores económicos y aprovechar de mejor manera el potencial que esta herramienta le puede brindar a las diferentes organizaciones.

**Objetivos específicos:**

- Entender el concepto de comercio internacional como un concepto integral para todos los actores económicos.
- Identificar el comercio internacional como nuevo escenario de acción para las organizaciones.
- Comprender los retos que el comercio internacional presenta y las maneras de enfrentarlos.
- Conocer las oportunidades que el comercio internacional le puede brindar a las organizaciones.

**Competencias a adquirir:**

Herramientas para aprovechar las oportunidades que el comercio internacional le puede ofrecer a las diferentes organizaciones y la capacidad de entender y enfrentar adecuadamente los retos que se puedan presentar.

## 2. ESTRUCTURA

| Módulos                                       | Temáticas                                                          | Intensidad horaria |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL</b> | Antecedentes<br>Definición y aspectos básicos<br>Factores críticos | 2 horas            |

|                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|                                                                                                                      | Instituciones internacionales                                                                                                                           |         |
| <b>EL COMERCIO INTERNACIONAL PARA LAS ORGANIZACIONES</b>                                                             | Estrategia organizacional<br>Necesidades operacionales y administrativas<br>Desarrollo e innovación<br>Exportaciones, importaciones y otras modalidades | 2 horas |
| <b>LA LOGÍSTICA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL</b>                                                                     | Actores logísticos internacionales<br>Distribución física internacional<br>Incoterms y negociación internacional                                        | 2 horas |
| <b>TENDENCIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL</b>                                                                         | Restricciones al comercio internacional<br>Actores en el comercio internacional<br>El comercio internacional post pandemia                              | 2 horas |
| <b>3. METODOLOGÍA</b>                                                                                                |                                                                                                                                                         |         |
| Virtual sincrónico por medio de sesiones teórico prácticas, con análisis de casos y participación de los asistentes. |                                                                                                                                                         |         |