



H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO P R E S E N T E.

A esta Comisión Permanente de Educación, ha sido turnada por el Rector General de la Universidad de Guadalajara, un documento del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas donde se propone la **creación de la Maestría en Comercio y Mercados Internacionales con Especialidad en Comercio Exterior y Financiamiento Internacional, Mercados Financieros Internacionales y Marketing Internacional**, en virtud de los siguientes

Resultandos

1. Que el Programa está dirigido a empresarios, funcionarios y egresados con licenciatura del área económico-administrativa con el objeto de contribuir a la generación de cuadros profesionales capaces de enfrentar con éxito los retos de la modernización económica del país e impulsar nuestra competitividad en los campos del comercio exterior y los servicios financieros internacionales; que dominen la logística de comercio internacional y las estrategias económico-financieras internacionales.
2. Que actualmente nos enfrentamos a nivel mundial ante la constitución y/o consolidación de una nueva estructura comercial y financiera que se manifiesta en el surgimiento de grandes bloques regionales continentales que opera bajo distintas formas de integración, con el objeto de mejorar sus sistemas de comercio, su competitividad internacional y la eficiencia en el uso de los recursos financieros y productivos. La nueva economía se caracteriza, igualmente, por el fuerte impulso que se ha venido dando a la liberalización del comercio y de los mercados financieros, así como a la flexibilización en la negociación de activos, en la actividad crediticia, en el control de cambios, etc., lo cual ha proporcionado un nuevo dinamismo a los flujos de mercancías y de capitales. El fenómeno de la integración económica-financiera y su nueva organización geográfica ha propiciado una nueva estructura en las transacciones comerciales y financieras a nivel mundial.
3. Que el creciente flujo de capitales y de Inversión Extranjera Directa se están convirtiendo en el instrumento principal de la integración económica regional a nivel mundial. Por ello el rápido avance en la liberalización del comercio y los mercados de capitales en la economía mundial está provocando cambios en los sistemas financieros y en las técnicas de gestión de los mercados internacionales en casi todas las economías del planeta. La necesaria especialización de profesionistas en logística del comercio, los servicios y los sistemas financieros es fundamental; en especial porque el sector externo y los sectores financieros nacionales están expuestos cada



4. Que esta nueva situación requiere de una diversidad de estrategias que exigen el dominio de mayores conocimientos sobre el comercio exterior, los negocios internacionales y de los instrumentos financieros empleados en las transacciones internacionales. La nueva gestión de los mercados externos y de capitales, por tanto, debe englobar el conocimiento amplio de los mercados y de los diversos instrumentos financieros modernos.
5. Que con la propuesta en marcha de la Maestría en Comercio y Mercados Internacionales con Especialidad en Comercio Exterior y Financiamiento Internacional, Mercados Financieros Internacionales y Marketing Internacional, la Universidad de Guadalajara pretende contribuir de manera importante a la formación de recursos humanos de excelencia para el sector externo, la empresa, el sector público y el sector educativo, así como a superar con eficiencia los retos que plantea actualmente el comercio mundial y su nueva geografía económica.
6. Que el perfil del egresado con Especialidad en Comercio Exterior y Financiamiento Internacional será:
 - a) Profesional de excelencia, capaz de enfrentar con éxito los retos de la modernización y los requerimientos de la competitividad internacional;
 - b) Conocedor profundo de la dinámica actual del comercio internacional para aprovechar con éxito y eficiencia las oportunidades del nuevo entorno internacional para las empresas nacionales;
 - c) Especialista en el manejo de técnicas de gestión y estrategias de comercialización y negociación internacional en apoyo al sector exportador;
 - d) Capaz de aplicar eficientemente los conocimientos y los instrumentos adquiridos para optimizar los resultados de las operaciones comerciales internacionales, y
 - e) Promotor de estrategias de comercialización internacional y vanguardista en la promoción de una nueva cultura empresarial sobre las modalidades y las ventajas del comercio exterior para las empresas.
7. Que el perfil del egresado con Especialidad en Mercados Financieros Internacionales será:
 - a) Profesional capacitado para orientar al inversionista sobre las diversas carteras de activos internacionales para evitar que las perturbaciones internas y/o externas afecten sus rendimientos o la gestión de su tesorería;
 - b) Intermediario estratégico entre los agentes económicos para facilitar el acceso a los mercados financieros internacionales y reducir el costo de los empréstitos;
 - c) Preparado para sugerir al inversionista el producto más idóneo para invertir sus activos en mercados internos o externos en bonos o letras, acciones, etcétera;
 - d) Conocedor de la evolución del mercado de dinero para sugerir en su oportunidad el empleo de futuros financieros para prevenir los riesgos del tipo de cambio, de los tipos de interés, así como el empleo de otros instrumentos como opciones, Caps, Floors, Swaps, etcétera, y
 - e) Capacitado para realizar gestiones activas de tesorería, así como la contrastación continuada sobre la evolución futura de las tasas de interés o la volatilidad de otros activos financieros en general.



8. Que el perfil del egresado con Especialidad en Marketing Internacional será:
- Profesional que ejecute las técnicas y estrategias del marketing a nivel internacional, enfrentando con éxito los problemas relacionados con las empresas multinacionales;
 - Facilitador en las tareas instrumentadas a la penetración y consolidación de productos en los mercados internacionales, ayudando al negocio en su diversificación de la cartera de ventas;
 - Apoyar las áreas para el diseño y planeación de investigación de mercados internacionales con el fin de alcanzar la mezcla de mercadotecnia óptima de la compañía;
 - Desarrollar proyectos de marketing internacional que permitan modernizar los canales de comercialización y distribución, y
 - Aplicar adecuadamente los medios promocionales y de dirección que permitan el incremento en las ventas y productividad en las empresas dedicadas al comercio internacional.

Considerandos

- I. Que la Universidad de Guadalajara es una Institución de educación superior reconocida oficialmente por el Gobierno de la República, habiendo sido creada en virtud del Decreto No. 2721 de H. Congreso del Estado de Jalisco, de fecha 7 de septiembre de 1925, lo que posibilitó la promulgación de la primera Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, del mismo mes y año.
- II. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo descentralizado del Gobierno del Estado, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el ejecutivo local el día 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto No. 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- III. Que como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5º de la Ley Orgánica de la Universidad, en vigor, son fines de esta Casa de Estudios, la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socioeconómico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; y coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- IV. Que es atribución de la Universidad realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución federal, así como la de establecer las aportaciones de cooperación y recuperación por los servicios que presta, tal y como se estipula en las fracciones III y XII del artículo 6º de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.
- V. Que conforme lo dispone la fracción VII del artículo 21º de la Ley Orgánica citada son obligaciones de los alumnos cooperar mediante sus aportaciones económicas, al mejoramiento de la Universidad para que ésta pueda cumplir con mayor amplitud su misión.



- VI. Que de acuerdo con el artículo 22 de su Ley Orgánica la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- VII. Que es atribución del Consejo General Universitario conforme lo establece el artículo 31 fracción VI de la Ley Orgánica y el artículo 39 fracción I del Estatuto General crear, suprimir o modificar carreras y programas de posgrado y promover iniciativas y estrategias para poner en marcha nuevas carreras y posgrados.
- VIII. Que como lo establece el artículo 35 fracción X de la Ley Orgánica y el artículo 95 fracción IV del Estatuto General, es atribución del Rector General promover todo lo que contribuya al mejoramiento académico, administrativo y patrimonial de la Universidad así como proponer ante el Consejo General Universitario proyectos para la creación, modificación o supresión de planes y programas académicos.
- IX. Que conforme lo previsto en el artículo 27 de la Ley Orgánica el H. Consejo General Universitario funcionará en pleno o por comisiones.
- X. Que es atribución de la Comisión de Educación conocer y dictaminar acerca de las propuestas de los consejeros, el Rector General o de los titulares de los centros universitarios, divisiones y escuelas, así como proponer las medidas necesarias para el mejoramiento de los sistemas educativos, los criterios de innovaciones pedagógicas, la administración académica y las reformas de las que estén en vigor, conforme lo establece el artículo 85 fracciones I y III del Estatuto General.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos I y 5, fracciones I, II y IV; 6, fracciones III y XII; 21, fracción VII; 22, 27 y 31, fracciones IV y VI; 35, fracciones I, II y X de la Ley Orgánica, así como el artículo 39, fracción I; 77 y 84, fracciones I y II; 85, fracciones I, III y IV; 86, fracción IV del Estatuto General. ambos ordenamientos de la Universidad de Guadalajara, estas Comisiones Conjuntas de Educación y Hacienda proponen los siguientes:

Resolutivos

PRIMERO.- Se aprueba la creación del Programa y del Plan de Estudios de la Maestría en Comercio y Mercados Internacionales con Especialidad en Comercio Exterior y Financiamiento Internacional, Mercados Financieros Internacionales y Marketing Internacional, para que se imparta en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas a partir del ciclo escolar 1998 "B".

SEGUNDO.- La propuesta contempla la modalidad académica de créditos. Para obtener el Diploma de Especialidad será necesario cubrir 45 créditos, para el Grado de Maestría será necesario cubrir 143 créditos, cubiertos en cuatro ciclos, conforme a la estructura del siguiente plan de estudios:



Cursos de Formación Básica Particular Obligatoria:

Primer Ciclo							
A) Área de Comercio Exterior y Financiamiento Internacional							
Materias	Clave	Tipo	Hrs. Teor.	Hrs. Prác.	Total	Créditos	Prerreq.
Plan de Negocios para Exportar	MN501	C-T	56	28	84	10	
Legislación y Procedimientos Admvs. del Comercio Exterior	MN502	C-T	56	28	84	10	MN501
Financiamiento Internacional	MN503	C-T	56	28	84	10	MN502
Formulación de Proyecto	MN504	C-T	8	206	214	15	
Total			176	290	466	45	
B) Área de Mercados Financieros Internacionales							
Materias	Clave	Tipo	Hrs. Teor.	Hrs. Prác.	Total	Créditos	Prerreq.
Técnicas para el Análisis Financiero	MN505	C-T	56	28	84	10	
El Mercado Internacional de Capitales	MN506	C-T	56	28	84	10	MN505
Mercado de Valores y Cobertura de Riesgos	MN507	C-T	56	28	84	10	MN506
Formulación de Proyecto	MN504	C-T	8	206	214	15	
Total			176	290	466	45	
C) Área de Marketing Internacional							
Materias	Clave	Tipo	Hrs. Teor.	Hrs. Prác.	Total	Créditos	Prerreq.
Retos Actuales de la Mercadotecnia	MN508	C-T	56	28	84	10	
Estrategias de Mercadotecnia	MN509	C-T	56	28	84	10	MN508
Comercialización en los Mercados Internacionales	MN510	C-T	56	28	84	10	MN509
Formulación de Proyectos	MN504	C-T	8	206	214	15	
Total			176	290	466	45	

Cursos de Formación Básica Común Obligatoria

Segundo Ciclo							
Materias	Clave	Tipo	Hrs. Teor.	Hrs. Prác.	Total	Créditos	Prerreq.
Comercio Internacional	MN511	C-T	48	22	70	7	
Regulación y Normatividad Internacional	MN512	C-T	48	22	70	7	
Marketing Internacional	MN513	C-T	48	22	70	7	
Política Económica	EN501	C-T	48	22	70	7	
Problemas Sociales y Políticos del Mundo Contemporáneo	CJ501	C-T	48	22	70	7	
Total			240	110	350	35	
Tercer Ciclo							
Materias	Clave	Tipo	Hrs. Teor.	Hrs. Prác.	Total	Créditos	Prerreq.
Teorías de la Integración	EN502	C-T	48	22	70	7	MN511
Derecho Internacional	CJ502	C-T	48	22	70	7	MN512
Negocios Internacionales	MN514	C-T	48	22	70	7	MN511
Relaciones Internacionales	MN515	C-T	48	22	70	7	MN513
Política Internacional	CJ503	C-T	48	22	70	7	EN501
Total			240	110	350	35	



Cursos de Formación Terminal

Cuarto Ciclo							
Materias	Clave	Tipo	Hrs. Teor.	Hrs. Prác.	Total	Créditos	Prerreq
Seminario de Tesis	MN516	C-T	12	22	34	3	
Protocolo de Tesis	MN517	C-T	12	22	34	3	
Desarrollo de Tesis	MN518	C-T	12	142	154	11	
Asesoría Externa para Tesis	MN519	C-T	12	142	154	11	
Total			48	328	376	28	

CUADRO RESUMEN						
Concepto	Ciclos	Cursos	Horas Teoría	Horas Práctica	Horas Totales	Créditos
Area de Especialidad	Uno	4	176	290	466	45
Area de Formación Básico Común Obligatoria	Dos	10	480	220	700	70
Area de Formación Terminal	Uno	4	48	268	376	28
TOTAL	Cuatro	18	704	778	1542	143

TERCERO.- Los requisitos de ingreso serán:

- Entrevista personal;
- Currículum vitae;
- Estudios de Licenciatura en el área de ciencias económico-administrativas o campos afines;
- Lectura y comprensión del idioma inglés, y
- Aprobar curso propedéutico.

CUARTO.- Los requisitos para obtener el Diploma de la Especialidad son:

- Aprobar el bloque de materias correspondiente a la Especialidad, y
- Presentar un proyecto de aplicación práctica.

QUINTO.- Los requisitos para obtener el Grado de Maestro son:

- Cursar y aprobar un área de especialización;
- Aprobar los cursos de formación básica común y terminal, y
- Elaboración y defensa de tesis en el campo de su Especialidad.

SEXTO.- Las cuotas que se cobrarán para cursar el Programa, independientemente de los costos por trámites de ingreso y selección que determine la Universidad de Guadalajara, serán los siguientes:

- El curso propedéutico tendrá un valor de 1 (uno) salario mínimo mensual vigente en la zona metropolitana del Distrito Federal, y
- El ciclo tendrá un valor de 8 (ocho) salarios mínimos mensuales vigentes en el Distrito Federal.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

SÉPTIMO.- Facúltese al Rector General para que se ejecute el presente dictamen en los términos del artículo 35 fracción II de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara.

ATENTAMENTE
"PIENSA Y TRABAJA"

Guadalajara, Jalisco, 17 de octubre de 1998


VÍCTOR MANUEL GONZÁLEZ ROMERO
PRESIDENTE

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
H. CONSEJO GENERAL UNIVERSITARIO

EDUCACIÓN


Q.F.B. RUTH PADILLA MUÑOZ


MTRO. HÉCTOR E. SALGADO RODRÍGUEZ


MTRO. CARLOS CURIEL GUTIÉRREZ

C. JOSÉ A. BECERRA SANTIAGO

HACIENDA

MTRO. I. TONATIUH BRAVO PADILLA


MTRO. SALVADOR ACOSTA ROMERO

C.D. y L.C.P. JOSÉ A. MAGALLANES RODRÍGUEZ

C. JOSÉ A. CASTELLANOS GUTIÉRREZ


LIC. JOSÉ TRINIDAD PADILLA LÓPEZ
SECRETARIO