



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

AÑO: 2015

1- Datos de la asignatura

Nombre | Internacionalización de Pymes Regionales

Código | 682

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	
Optativa	X

Nivel (Marque con una X)

Grado	X
Post-Grado	

Área curricular a la que pertenece | Administración

Departamento | Administración

Carrera/s | Contador Público-Licenciatura en Administración

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s | 4 año

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	64
Semanal	4

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
2	2	

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscriptos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones		
	Profesores	Libres	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
15-25	1	2	1	1	

2- Composición del equipo docente(Ver instructivo):

N°	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Nicolás Marcos González	Contador Público / Especialista en Adm. de Negocios UNMDP
2.	Profesor Libre a designar luego de ser aprobado por el Consejo Académico	
3.	Profesor Libre a designar luego de ser aprobado por el Consejo Académico	



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

N°	Cargo								Dedicación			Carácter			Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*)				
	T	As	Adj	JTP	A1	A2	Ad	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
	Frente a alumnos		Totales																
1.			X								X		X		4	10			

(*) la suma de las horas Totales + Investig. + Ext. + Gest. no puede superar la asignación horaria del cargo docente.

3- Plan de trabajo del equipo docente

Fundamentación:

La materia Internacionalización de Pymes Regionales apunta a que el estudiante reconozca las particularidades relacionadas con el contexto internacional y su impacto sobre las organizaciones, particularmente PyMes, en el marco de su proceso de internacionalización.

Sobre esta base, se reconocerán las particularidades existentes en estas empresas y se pondrá el énfasis sobre las competencias profesionales necesarias para una gestión y/o asesoramiento exitoso, con una fuerte participación y desarrollo de casos concretos de PyMes por medio de sus directivos y dueños, incrementando la necesaria vinculación entre la Universidad y la Empresa.

Sus objetivos son los mencionados a continuación:

- ⇒ Ampliar la noción de contexto, profundizando el estudio del marco internacional y su impacto sobre las organizaciones.
- ⇒ Explicitar estrategias de internacionalización de empresarios PyMe de la región, poniendo el foco sobre su relación con las distintas funciones, procesos y estructura organizacionales.
- ⇒ Acercar la visión y experiencia empresarial, para enriquecer los contenidos académicos que se han visto en la carrera.
- ⇒ Adquirir conocimientos prácticos y herramientas de comercio exterior.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

- ⇒ Analizar oportunidades de exportación desde mercados emergentes, tanto para productos como para servicios.
- ⇒ Comprender la incidencia de los aspectos económicos, culturales, políticos y sociales de los países y su incidencia en el contexto del comercio internacional.
- ⇒ Fomento del espíritu innovador.
- ⇒ Estimular a los alumnos en la perspectiva internacional de las empresas, como vía de exploración y desarrollo viable.
- ⇒ Promover la diferenciación por parte de los alumnos entre el contexto local y el regional-internacional.
- ⇒ Detectar y reconocer posibles áreas de conocimiento que puedan desarrollarse en el futuro.
- ⇒ Posicionar, en el mediano plazo, a nuestra Facultad como referente académico en cuanto la problemática de las organizaciones y el comercio internacional.

De esta manera, la materia a desarrollar, luego de finalizado el ciclo profesional, permite el afianzamiento de los temas y contenidos vistos en las materias ya cursadas, con el aditamento de su aplicación específica en la vida real de empresas de tamaño PyMe, con la particularidad de orientar sus operaciones en los mercados internacionales.

Así, se apunta a generar un reconocimiento más familiar y cotidiano del contexto internacional que rodea a las empresas, sus influencias e impacto sobre las mismas y fundamentalmente a distinguir y discutir, los fundamentos y factores que hacen al diseño de lo que denominamos “Estrategia de Internacionalización” de organizaciones PyMe de nuestra región.

El esquema se organiza sobre la base de clases teórico – prácticas, donde se contará con la presencia de empresarios, funcionarios y directivos de organizaciones públicas y privadas que sobre la base de temario-guía organizado por la cátedra, expondrán sus casos particulares, permitiendo a los alumnos, organizados sobre la base de equipos, analizar y discutir aspectos parciales y generales de las estrategias empresarias.

Asimismo, resulta indispensable comenzar a generar dentro del ámbito académico la visión profesional y empresaria vinculada a empresas que miran y orientan sus acciones fuera del mercado interno, preferentemente incluso, aquellas que podríamos ubicar dentro de los rubros no tradicionales de exportación, donde la inventiva y la capacidad de detección de oportunidades juegan un rol sumamente importante.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

El reconocimiento sectorial, los tipos de organizaciones que funcionan dentro de los mismos, las características particulares que pueden observarse dentro de las organizaciones más exitosas, sus estrategias de internacionalización. La interacción de las políticas públicas y privadas y su impacto en la empresa. La discusión y observación de los puntos débiles y fuertes de su accionar, planteado las oportunidades y amenazas que enfrenta. Estas serán las tareas que deberán desarrollar los alumnos de manera gradual, para luego plasmarlo en el correspondiente trabajo final.

4- Enunciación total de los contenidos a desarrollar en la asignatura

PROGRAMA SINTÉTICO

Unidad 1 – INTRODUCCIÓN

Unidad 2 – ESTRATEGIAS Y MARKETING INTERNACIONAL

Unidad 3– FINANZAS INTERNACIONALES

Unidad 4 – LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Unidad 5 – ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RECURSOS HUMANOS

Unidad 6 – INTERACCIÓN SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Unidad 7 – NUEVAS TECNOLOGÍAS, NEGOCIOS Y MERCADOS

PROGRAMA ANALITICO Y BIBLIOGRAFIA

UNIDAD 1: INTRODUCCION

- 1.1. Noción de Contexto Internacional: Componentes.
- 1.2. Estrategias públicas de inserción internacional de la Argentina. Antecedentes.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

- 1.3. El MERCOSUR, evolución e importancia para el Comercio Exterior.
- 1.4. La existencia de acuerdos comerciales que favorecen las exportaciones.
- 1.5. El rol de las PyMes en las exportaciones: Situación a nivel local y regional.
- 1.6. Limitaciones y posibilidades. Situación actual y perspectivas.

BIBLIOGRAFIA BASICA

- De la Balze, Felipe El futuro del Mercosur. Entre la retórica y el realismo. (2000) Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI). Asociación Argentina de Bancos. P.13 y otros artículos.
- Peña, Félix Dinámica de cambio en el mundo y en la región. Su impacto en las estrategias empresarias. La internacionalización de empresas y el comercio exterior argentino. Fundación Standard Bank. 2008. pág. 15
- Porta, Fernando. La internacionalización de empresas. Distintas modalidades. Factores que la impulsan. La internacionalización de empresas y el comercio exterior argentino. Fundación Standard Bank. 2008. pág. 23

UNIDAD 2: ESTRATEGIAS Y MARKETING INTERNACIONAL

- 2.1. Impulsores internos y externos de la internacionalización.
- 2.2. Estrategias y Segmentación de mercados.
- 2.3. Fuentes de información y análisis.
- 2.4. El marketing mix aplicado a contextos internacionales.
- 2.5. Pasos de un Plan de Negocios Internacional y variables del mismo: producto, precio, promoción y distribución

BIBLIOGRAFIA BASICA

- Arese, Héctor y Sciscenko, Francisco. Estrategias y Marketing Internacional. La internacionalización de empresas y el comercio exterior argentino. Fundación Standard Bank. 2008. pág. 79
- Colaiacono, Juan Luis y otros. JointVentures y otras formas de cooperación empresaria internacional. Ediciones Macchi. 1992



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

Fralalochi, Aldo. Cómo Exportar e Importar. Errepar. 2007.

Arese, Héctor Félix; Comercio y Marketing Internacional, Ed. Norma, Buenos Aires, 1999.

UNIDAD 3: FINANZAS INTERNACIONALES

- 3.1 Existencia de Financiación de los clientes externos.
- 3.2 Medios de pago: Criterios para su elección.
- 3.3 Rol de las entidades financieras.
- 3.4 Responsabilidad Bancaria. Normativa vigente.
- 3.5 Cobertura de riesgos y aseguramiento del Crédito. Situación de las PyMes.
- 3.6 Impuestos, beneficios y estímulos a la exportación. Conocimiento, utilización y opinión por parte de las PyMes.

BIBLIOGRAFIA BASICA

JM Moreno. “Manual del Exportador”, Ed. Macchi, 2000.

Ensayo CCI (Brochure) N° 500 – Créditos Documentarios

Ensayo CCI (Brochure) N° 522 – Cobranzas Documentarias

Ensayo CCI (Brochure) N° 525 – Reembolsos Bancarios.

Normativa Vigente BCRA.

Riva, Jorge. Operatoria Bancaria en Comercio Exterior.

Bibiloni, Mario. Aspectos Aduaneros, Tributario y Cambiarios del Comercio Exterior. Errepar.

UNIDAD 4: LOGÍSTICA INTERNACIONAL

- 4.1. Procesos logísticos de exportación.
- 4.2. Transportes internacionales y seguros.
- 4.3. Ventajas y desventajas asociadas a los distintos medios de transporte.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

4.4. Situación particular de las PyMes.

BIBLIOGRAFIA BASICA

Handabaka, Aldo. Gestión Logística de la distribución física internacional. 1994.

Colaiacovo, Juan. Canales de Comercialización. Ediciones Macchi. 1990

UNIDAD 5: ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Recursos Humanos para la empresa exportadora. Diferencias y particularidades.

5.2. Requerimientos y perfil de empresarios y profesionales en estas organizaciones.

5.3 Ámbitos de formación y especialización de RRHH

BIBLIOGRAFIA BASICA

Estrategias de Comercialización Internacional - Editorial Macchi

Estrategia de Negocios - Fundación Exportar

Juan L. Colaiácovo, Antonio A. Assefh y Guillermo J.C. Guadagna, Proyectos de Exportación y Estrategias de Marketing Internacional, Ediciones Macchi, Buenos Aires, 1994.

UNIDAD 6: INTERACCIÓN SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

6.1 El rol de Estado en la promoción de las exportaciones.

6.2. Relevamiento de las organizaciones público-privadas existentes: Roles y Objetivos.

6.3. Acciones estatales para el apoyo a la internacionalización de las PyMes.

6.4. Necesidades específicas de las PyMes. Grupos Exportadores y Asociatividad.

BIBLIOGRAFIA BASICA



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

Grimaldi, Hugo. Promoción de Exportaciones: Sumar es mejor que dividir. Revista Mercado. Octubre/Noviembre 2005.

UNIDAD 7: NUEVAS TECNOLOGÍAS, NEGOCIOS Y MERCADOS

- 7.1. PyMes, Investigación y Tecnología aplicada a los negocios.
- 7.2. Tecnologías de Información y Comunicación: Formas de organización.
- 7.3. Nuevas Tecnologías y su orientación exportadora
- 7.4. Oportunidades de creación de nuevos negocios. El Rol de las Universidades.
- 7.5. Tecnología, Activos Intangibles y su protección.

BIBLIOGRAFIA BASICA

Svarzman, Gustavo. Gestión de la información y servicios de apoyo a las empresas. La internacionalización de empresas y el comercio exterior argentino. Fundación Standard Bank. 2008. pág. 57

Aspis- Pertusi. Comercio Electrónico (E-Commerce) Régimen contractual y tributario, Errepar, 2006

Berumen, Sergio. Cambio Tecnológico e Innovación en las Empresas. ESIC, Madrid, 2008

Rubiralta, Mario. "Nuevos Mecanismos de Transferencia de Tecnología", Ayuntamiento de Gijón, Encuentros Empresariales Cotec, 9, 2005

Paz, Eduardo. Exportar, Importar y hacer Negocios a través de Internet, Gestión 2000, 1998

Nota: A esto se adicionará en cada caso, sitios de Internet que sean de particular importancia y aplicación.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

5- Cronograma

NUMERO	FECHA	TEMA	METODO	DOCENTE
1	8/10/2015	Unidad 1 – INTRODUCCIÓN	Exposciónde doctrinaria/Ejsprácticos	Profesor/Libres
2	15/10/2015	Unidad 2 – ESTRATEGIAS Y MARKETING INTERNACIONAL	Exposciónde doctrinaria/Ejsprácticos	Profesor/Libres/Empresainvitada
3	22/10/2015	Unidad 3 – LOGÍSTICA INTERNACIONAL	Exposciónde doctrinaria/Ejsprácticos	Profesor/Libres/Banco
4	29/10/2015	Unidad 4 – FINANZAS INTERNACIONALES	Exposciónde doctrinaria/Ejsprácticos	Profesor/Libres/Empresainvitada
5	5/11/2015	Unidad 5 – ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RECURSOS HUMANOS	Exposciónde doctrinaria/Ejsprácticos	Profesor/Libres/Empresainvitada
6	12/11/2015	Unidad 6 – INTERACCIÓN SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO	Exposciónde doctrinaria/Ejsprácticos	Profesor/Libres/Org Público
7	19/11/2015	Unidad 7 – NUEVAS TECNOLOGÍAS, NEGOCIOS Y MERCADOS	Exposciónde doctrinaria/Ejsprácticos	Profesor/Libres/Empresainvitada
8	26/11/2015	APOYO DE TRABAJOS FINALES		Profesor/libres
9	03/12/2015	EXPOSICIÓN DE TRABAJOS		Profesor/libres
10	10/12/2015	EXPOSICIÓN DE TRABAJOS		Profesor/libres

6-Procesos de intervención pedagógica:

Se prevé la utilización de las siguientes herramientas, tendientes a promover el aprendizaje de los alumnos:



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

1. Clases magistrales.
2. Ejercicios prácticos presenciales y vía Campus Virtual.
3. Debates conducidos.
4. Foros de discusión vía Campus Virtual sobre temáticas específicas.
5. Análisis de casos.
6. Preparación de un trabajo práctico integrador final, tomando como base empresas reales.

7-Evaluación:

Se seguirán las normas del Régimen de Enseñanza vigente con las siguientes especificaciones:

a.- Requisitos de promoción:

Accederán a la promoción del cursado de la asignatura aquellos alumnos que cumplan con la entrega y aprobación de la totalidad de los trabajos prácticos solicitados. Además, deberán aprobar y exponer el trabajo práctico integrador en relación al caso real de una Pyme exportadora, el cual demandará para su realización un mínimo de 32 hs , a partir del cual, se les acreditarán las 30 hs de investigación requeridas en el Plan de Estudios vigente. Por último, los alumnos deberán cumplir con el requisito de asistencia no inferior al 60% de las clases.

b.- Criterios de evaluación:

Los criterios de evaluación de los trabajos serán la corrección y el rigor técnico (70%), la precisión terminológica (15%) y la claridad expositiva (15%).

8.- Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente:

El cuerpo docente actuará como organizador y guía de los casos de empresas que se planteen en las distintas clases, como así también como tutor de los distintos equipos en que se organicen los alumnos.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO II
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

La visualización de la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en empresas reales, las limitaciones y restricciones existentes, el reconocimiento explícito de las características propias de las organizaciones predominantes en nuestro medio, la complementación empresaria con otros actores(organismos públicos de promoción, de investigación, etc.), sus virtudes y defectos permitirán lograr una visión más realista del funcionamiento de la empresa.