



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:** 2018

**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)

Pre-Grado	X
Grado	X

**Área curricular a la que pertenece** | Administración

**Departamento** | Administración

**Carrera/s** | Contador Público-Licenciatura en Administración-Tecnicatura Universitaria en Comercio Exterior

**Ciclo o año de ubicación en la carrera/s** | 4 año – 3 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	Adscriptos	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
35-45	1	1	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.	María Laura Diez y González	Contador Público/Mg en Comercio Exterior- Universidad Carlos III de Madrid



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	4			
2.							X								4	4			
3.																			
4.																			
5.																			
6.																			
7.																			
8.																			

(\*) 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.



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**

- ⇒ 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 empresaria, para enriquecer los contenidos académicos que se han visto en la carrera.
- ⇒ Adquirir conocimientos prácticos y herramientas de comercio exterior.
- ⇒ 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.



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**

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.

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**



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**

**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.
- 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.



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**

**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
- Colaiacovo, Juan Luis y otros. Joint Ventures y otras formas de cooperación empresaria internacional. Ediciones Macchi. 1992
- Fralalochi, Aldo. Cómo Exportar e Importar. Errepar. 2007.
- Arese, Héctor Félix; Comercio y Marketing Internacional, Ed. Norma, Buenos Aires, 1999.

**UNIDAD 3: FINANZAS INTERNACIONALES**

- 2.1 Existencia de Financiación de los clientes externos.
- 2.2 Medios de pago: Criterios para su elección.
- 2.3 Rol de las entidades financieras.
- 2.4 Responsabilidad Bancaria. Normativa vigente.
- 2.5 Cobertura de riesgos y aseguramiento del Crédito. Situación de las PyMes.
- 2.6 Impuestos, beneficios y estímulos a la exportación. Conocimiento, utilización y opinión por parte de las PyMes.



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**

**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.
- 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.





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**

5.3 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**

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.



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**

**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	11/10/2018	Unidad 1 – INTRODUCCIÓN	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto
2	18/10/2018	Unidad 2 – ESTRATEGIAS Y MARKETING INTERNACIONAL	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto/Empresa invitada
3	25/10/2018	Unidad 3 – LOGÍSTICA INTERNACIONAL	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto/Empresario invitado
4	01/11/2018	Unidad 4 – FINANZAS INTERNACIONALES- Unidad 5 – ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RECURSOS HUMANOS	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto/Banco
5	08/11/2018	ACTIVIDAD ESPECIAL: CONFERENCIA COMERCIO EXTERIOR	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto/Disertante
6	15/11/2018	Unidad 6 – INTERACCIÓN SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto/Org Público
7	22/11/2018	Unidad 7 – NUEVAS TECNOLOGÍAS, NEGOCIOS Y MERCADOS	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto/Empresa invitada
8	29/11/2018	EXPOSICIÓN DE TRABAJOS	Exposición doctrinaria/Ejs prácticos	Profesor/Adscripto



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**

**6- Procesos de intervención pedagógica:**

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

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 8 (ocho) trabajos prácticos solicitados en la asignatura. 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 que se les exige en el Plan de Estudios vigente. Por último, los alumnos deberán cumplir con el requisito de asistencia no inferior al 60% de las clases.

En el caso que los alumnos no promocionen, deberán realizar un trabajo práctico complementario integrador de la materia, el cual deberá ser defendido ante los docentes en el caso que éstos lo requieran.

***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%).



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**

**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.

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.