



ANEXO II
RESOLUCIÓN DE DECANATO N°

AÑO: 2020

1- Datos de la asignatura

Nombre | Seminario de Practica Profesional

Código | 1118

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	X
Optativa	

Nivel (Marque con una X)

Grado	X
Post-grado	

Área curricular a la que pertenece

Departamento | Administración

Carrera/s | Tecnicatura en. comercio Exterior

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s | segundo cuatrimestre 2020

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



4.																			
5.																			
6.																			
7.																			
8.																			

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....



3- Plan de trabajo del equipo docente

1. Objetivos de la asignatura

- Formar profesionales capaces de anticiparse a las acciones de los mercados internacionales, identificar oportunidades competitivas y desempeñarse con eficiencia en situaciones problemáticas concretas en el campo de los Negocios Internacionales o entornos vinculantes.
- Capacitar a los alumnos para incursionar en nuevos mercados, con orientación hacia la problemática de las PyMe o proyectos económicos específicos de la zona.
- Integrar totalmente los conocimientos adquiridos desde una óptica comercial aplicada
- para la realización de un plan de negocios internacional.

2. Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura.

Capítulo I: La empresa

Temas :

- 1.1 Su Visión
- 1.2. Misión empresaria
- 1.3. Perspectivas de la empresa
- 1.4. Filosofía
- 1.5. Objetivos
 - 1.5.1. Objetivos estratégicos a largo plazo
 - 1.5.2. Objetivos estratégicos a corto plazo
 - 1.5.3. Conclusiones sobre los objetivos de la empresa

El objetivo final es la capacitación integral y plena del alumno para la creación y elaboración de un plan de negocios a internacionalizar, mediante el desarrollo de sus capacidades creativas y estratégicas aprendidas.

Capítulo II: el plan de negocios



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....



- 2.1 Conceptos clave
- 2.2 Estructura de un plan de negocios
- 2.3 Divisiones del plan
 - 2.3.1 Resumen ejecutivo
 - 2.3.2 Parte 1: El plan de organización:
 - 2.3.3 Parte 2: El plan de mercadeo
 - 2.3.4 Parte 3: Documentos financieros
 - 2.3.5 Documentos Auxiliares
- 2.4 Información sobre Impuestos
- 2.5 Actualización del Business plan
- 2.6 Organizando el Plan de Negocio
 - 2.6.1 Software para un plan de negocio
 - 2.6.2 El plan internacional terminado

Capítulo III: Articulación con Marketing internacional

- 3.1 Estrategia de internacionalización
- 3.2 Motivos y barreras a la internacionalización
- 3.3 Formas de penetración a mercados exteriores
- 3.4 Negociación y venta real del plan del negocio internacional

3. Bibliografía (básica y complementaria).

Bibliografía principal

- Tendencias Comex (2020). *Desarrollando un plan de negocios internacional*.
- Pinson L. (Edición 2003) *Anatomía de un plan de negocios*
- Porter M. (2001) *La naturaleza de la Administración estratégica*.

Bibliografía complementaria



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



- Vicuña J. (2020) *Plan de internacionalización de pyme en la practica*. ESiC
- Ocaña. R. (2013) *Internacionalización de una pyme . e-book*
- Cerviño J. *Marketing internacional*
- Graham J. (edición 10ma) Unidades 1,10, 18. *Fijación de precios internacionales*

4. Descripción de Actividades de aprendizaje. Los alumnos serán evaluados mediante dos parciales teóricos prácticos, en los cuales deberán **crear y desarrollar** un caso práctico, aplicando los conocimientos adquiridos, **explotando sus habilidades creativas**. Dentro de las actividades de trabajos prácticos, deberán grabar videos e interactuar entre ellos a modo de simulacros de negociación, con el objetivo de soltarse, y aproximarse a casos reales. Contarán con un foro para realizar consultas en base al marco teórico y con las clases presenciales, donde se presentarán casos reales de aplicación a los alumnos. El objetivo de estas actividades es prepararlos para escenarios reales varios en el comercio exterior.

5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

6.

14-sep	introducción a materia- contenidos y metodología
18-sep	tema 1
21-sep	casos e investigación tema 1
25-sep	tema 2 hasta 2.3.1
28-sep	tema 2 partes de un plan 1
2-oct	tema 2 partes de un plan 2
5-oct	tema 2 partes de un plan 3



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....



9-oct	seguimiento de práctica
12-oct	feriado
16-oct	tema 2.5 a final
19-oct	parcial 1
23-oct	tema 3.1
26-oct	entrega APE 1
30-oct	seguimiento de práctica
2-nov	recuperatorio parcial 1
6-nov	práctica tema 3- articulación con MI
9-nov	devolución y corrección APE1
13-nov	tema 3 .2
16-nov	entrega APE 2
20-nov	devolución y corrección APE2
23-nov	feriado
27-nov	mesa de discusión y dudas pre parcial
30-dic	parcial 2
4-dic	tema 3.3 y 3.4



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....



7-dic	práctica e investigación práctica tema 3
11-dic	seguimiento plan de negocios final
14-dic	recuperatorio parcial 2
18-dic	mesa de discusión y dudas pre recuperatorio
21-dic	devolución recuperatorio parcial 2
25-dic	feriado navidad

7. Procesos de intervención pedagógica:

Durante la cursada, se propondrá el acceso libre a un foro, y a una pagina de facebook, con el fin de integrar a los alumnos, y crear un espacio interactivo de conocimientos y respuestas a consultas entre ellos. Además , el alumno será supervisado en el desarrollo de su plan de negocios (presentación de primer y segundo parcial) durante toda la cursada, atendiendo a la lógica de posibles faltas de conocimiento en lo referente al plan financiero.

8. Evaluación

El alumno deberá entregar dos trabajos prácticos (APEs) durante la cursada. El primero requiere de la concreción de un análisis logístico y recopilación de documentación de comercio exterior del negocio, a ser presentado en formato Office (word, excel , o ambos).

El segundo requiere la entrega de una presentación en formato escrito y en video actuado, referente a la confección del plan de comercialización. Como requisito para la promoción de la materia, debe aprobarse el 50% de los APE, es decir, uno de ellos.

La asistencia a clases requiere de un 60% de presencia por parte de los alumnos como requisito para la aprobación de la cursada.

El proceso evaluatorio consta de dos parciales teórico-prácticos. En el primer parcial, el alumno deberá entregar la elaboración de un plan de negocios basándose en el marco teórico y guía de confección para el mismo. El segundo parcial, dará continuidad a la segunda parte y



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



finalización del plan de negocio internacional, utilizando las herramientas teóricas aprendidas durante el segundo período. El segundo parcial requiere de la presentación de un video grabado (puede ser virtual o presencial) del caso, simulando la venta del plan.

A modo evaluativo, la cursada cuenta con dos parciales teórico-prácticos, y su nota se basa en la escala numerica, aprobando con un 4, según reglamentos de la facultad. Ambos parciales cuentan con sus respectivos recuperatorios. En caso de aprobarse estos últimos, la nota final será la del recuperatorio.

Para poder promocionar la materia, ambos parciales o recuperatorios deben aprobarse con un 4 o mayor, la suma de dichas notas debe ser igual o superior a 6. El alumno debe además cumplir con los requisitos de asistencia y APEs, mencionados anteriormente.

La instancia evaluativa final se dará si el alumno no cuenta con alguno de los tres requisitos para promocionar la materia. El final será de carácter teórico-práctico, habiendo tres instancias. La nota será numérica y en el caso en que el alumno desaprobe (nota menor a 4) el examen final en la primer instancia, tendrá otras dos fechas como segunda oportunidad para volver a rendirlo , quedando como nota final la obtenida en esta última evaluación.

9. Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente.

10. Justificación – (optativo)