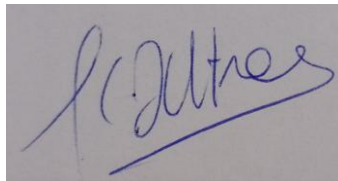


13 de abril de 2022

Esp. Sandra M. Pesciarelli
Coordinadora de Carreras de pregrado
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Estimada Sandra, remito adjunto el Plan de Trabajo Docente para ser elevado al consejo académico. Quedo a disposición por cualquier inquietud que pueda surgir.
Cordiales saludos.

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is cursive and appears to read 'P. Beltrame'.

CPN Piero E. Beltrame

**INSTRUMENTO C INFORME
DEL EQUIPO DOCENTE**

A N E X O I
RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18

AÑO: 2021

1- Datos de la asignatura

1.1 Nombre: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

1.2 Código: 1117

2- Rendimiento Académico:

2.1 Desgranamiento:

Matrícula inicial	Cantidad de alumnos desertores del curso	Cantidad de alumnos que desaprobaron el curso
22	0	0

2.2 Aprobación (completar según corresponda a su modalidad)

Cantidad de alumnos que aprobaron por promoción	Cantidad de alumnos que aprobaron la cursada
22	

2.3 Otras modalidades

3 Condicionantes en la ejecución del plan

Considera que los objetivos de la asignatura se cumplieron:	Totalmente	Parcialmente	Escasamente
	x		

En caso de no haberse cumplido en su totalidad, enuncie las principales causas:

- 4 **Innovaciones:** la vuelta a la presencialidad nos permite hacer uso del laboratorio de computación. El mismo resulta de gran utilidad ya que, al tratarse de una materia netamente práctica, brinda la posibilidad de enseñar el uso de las distintas herramientas disponibles en la web para investigar flujos comerciales internacionales y cómo realizar inteligencia comercial.

5 Anexo de documentación solicitada

6 Observaciones

AÑO:	2022
------	------

3- Datos de la asignatura

Nombre	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES
--------	---

Código	1117
--------	------

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	X
Optativa	

Modalidad (Marque con una X)

Presencial	
Híbrida ¹	X

Nivel (Marque con una X)

Pregrado	X
Grado	

Área curricular a la que pertenece	ADMINISTRACIÓN
------------------------------------	----------------

Departamento	ADMINISTRACIÓN
--------------	----------------

Carrera/s	TECNICATURA UNIVERSITARIA EN COMERCIO EXTERIOR
-----------	--

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s	Tercer Año (3° año) – Primer Cuatrimestre
--	---

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	96 hs
Semanal	6 hs

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

¹ Ver instrucciones anexas

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas	
3 horas	3 horas	3 horas	3 horas

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscriptos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones		
	Profesores	Auxiliares	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
35	1	1	1	1	

4- **Composición del equipo docente** (Ver instructivo):

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Piero Emanuel Beltrame	Contador Público Nacional
2.		

Nº	Cargo								Dedicación			Carácter			Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*)				
	T	As	Adj	JTP	A 1	A 2	A d	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
															Frente a alumnos	Totales			
1.			X								X			X	6	10			
2.																			

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

5- Plan de trabajo del equipo docente

1. Objetivos de la asignatura.

Que los alumnos logren:

- ✓ Conocer la relevancia de la investigación de mercados como análisis determinante para la toma de decisiones y la expansión comercial de la empresa.
- ✓ Definir el propósito del estudio y la información necesaria para tomar una decisión.
- ✓ Incorporar, integrar y aplicar los conocimientos necesarios para realizar una correcta Investigación de Mercado Internacional, según los conceptos impartidos, la teoría aprendida y la práctica realizada.
- ✓ Responder a las necesidades e inquietudes básicas de un empresario al momento de exportar sus productos.
- ✓ Incorporar nociones socio-económicas y políticas relacionadas con los estudios sectoriales en el comercio internacional.
- ✓ Proporcionar a los alumnos las herramientas necesarias para realizar las presentaciones adecuadas y pertinentes adaptadas a las necesidades de los diferentes clientes.
- ✓ Interpretar la información obtenida, a fin de tomar las decisiones pertinentes.
- ✓ Despertar en los alumnos la inquietud para el estudio permanente de los escenarios de negocios internacionales con sus implicaciones locales e internacionales, mediante el análisis de los modelos, criterios y elementos utilizados en la conformación de los mismos.
- ✓ Analizar casos reales para lograr una mayor comprensión de los conceptos teóricos.

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

Contenidos Mínimos:

Procedimiento general de investigación de mercados, métodos de investigación. Datos e información para un estudio de mercado. Distintos mecanismos de captura de datos: bases, investigaciones, informes de agencias, estadísticas. Interpretación de las necesidades del mercado importador. Evaluación y medición de tendencias comerciales mundiales y negocios emergentes. Sistemas de inteligencia comercial aplicadas al mercado mundial.

Programa Sintético

Sección I: La investigación comercial en la empresa

Sección II: Diseño de la investigación

Sección III: Recopilación de datos

Sección IV: Ejecución de la investigación de mercados internacionales

Programa analítico

Sección I: La investigación comercial en la empresa

- Definición, proceso, necesidades de información, fuentes.
- Relevancia de la investigación de mercados para la toma de decisiones.

Sección II: Diseño de la investigación

- Determinación de los objetivos de la investigación.
- Fuentes de información primaria y secundaria.
- Tipos de diseño de investigación.
- Plan de muestreo.
- Proceso para investigar potenciales clientes en mercados extranjeros.
- Presupuesto de la información y decisión de llevarla a cabo.

Sección III: Recopilación de datos

- Métodos de recolección de la información.
- Recopilación de datos primarios.
- Fuentes secundarias internas y externas.
- Agencias de promoción y sus herramientas
- Investigación de mercados de servicios
- Investigación exploratoria destinada a descubrir oportunidades de negocios.

Sección IV: Ejecución de la investigación de mercados internacionales

- Estudio de casos ficticios y reales
- Análisis de datos y conclusiones

3. **Bibliografía** (básica y complementaria).

- “Práctica Profesional de Negocios Internacionales” Casos, Ejercicios y Documentos. Héctor Félix Arese. Grupo Editorial Norma. Edición 2003.
- “Fundamentos de Comercialización Internacional”. Bruno Roque Cignacco. Macchi Grupo Editorial. Edición 2004.
- “Marketing Internacional”. Philip R. Cateora – John L. Graham. Editorial Mc Graw Hill. Edición 2012.
- “La internacionalización de la empresa”. Jordi Canals. Editorial Mc Graw Hill. Edición 1998.
- “Fundamentos para un Proyecto de Exportación”. Néstor Aleksink – Gustavo Segré. Editorial Buyatti. Edición 2012.

- “Manual de Comercio Internacional”. Varios autores. Extenda – Agencia Andaluza de Comercio Exterior. Edición 2012.
- Páginas web oficiales: Argentinas e Internacionales a comunicar durante el desarrollo del curso
- Apuntes de cátedra.

4. Descripción de Actividades de aprendizaje.

Se propondrá el estudio de casos, tanto ficticios como reales, dada la naturaleza netamente práctica de la materia.

El segundo parcial consistirá en la elaboración de una investigación de mercado que incluirá todos los conceptos estudiados a lo largo de la cursada.

5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

CLASE	SEC	FECHA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	MODALIDAD
1	Sección I	30/03/22	Clase de presentación. Régimen de la materia. Conceptos introductorios.	Presentación de la Materia/Modalidad de Cursado	Virtual
2	Sección I	01/04/22	Relevancia de la investigación de mercados para la toma de decisiones. Casos reales.	Teoría. Práctica.	Presencial
3	Sección I/II	06/04/22	Análisis del entorno del mercado internacional: socio-cultural. Determinación de los objetivos de la investigación.	Teoría. Práctica	Virtual
4	Sección II	08/04/22	Análisis del entorno del mercado internacional: demográfico, económico, ambiental, tecnológico, político-legal. Fuentes de información primaria y secundaria.	Teoría. Práctica	Presencial
5	Sección II	13/04/22	Tipos de diseño de una investigación. Plan de muestreo.	Teoría. Práctica	Virtual
6	Sección II	15/04/22	INACTIVIDAD ACADÉMICA	----	----
7	Sección II	20/04/22	Proceso para investigar potenciales clientes en mercados extranjeros.	Teoría. Práctica.	Presencial

8	Sección II	22/04/22	Presupuesto de la información y decisión de llevarla a cabo		Presencial
9	Sección III	27/04/22	Métodos de recolección de la información	Teoría. Práctica	Virtual
10		29/04/22	PRIMER PARCIAL		Presencial
11	Sección III	03/05/22	Recopilación de datos primarios	Teoría. Práctica	Virtual
12	Sección III	06/05/22	Fuentes secundarias internas y externas	Teoría. Práctica	Presencial
13	Sección III	10/05/22	Devolución Primer Parcial / Agencias de promoción y sus herramientas	Teoría	Virtual
14		13/05/22	Investigación de mercados de servicios		Presencial
15	Sección III	18/05/22	Investigación exploratoria destinada a descubrir oportunidades de negocios	Teoría. Práctica	Virtual
16	Sección III	20/05/22	RECUPERATORIO PRIMER PARCIAL	Teoría. Práctica	Presencial
17	Sección IV	27/05/22	APE 1	Teoría.	Virtual
18	Sección IV	01/06/22	Ejecución de la investigación de mercados internacionales	Práctica	Presencial
19	Sección IV	03/06/22	Ejecución de la investigación de mercados internacionales	Práctica	Virtual
20	Sección IV	08/06/22	Devolución Recuperatorio Primer Parcial / APE 2		Presencial
21	Sección IV	10/06/22	Ejecución de la investigación de mercados internacionales	Práctica	Virtual
22	Sección V	15/06/22	APE 3	Práctica	Presencial
23		17/06/22	INACTIVIDAD ACADÉMICA	-----	----

24		22/06/22	Correcciones finales a los trabajos de investigación. Consultas	Práctica	Presencial
25		24/06/22	Clase de repaso	Práctica	Virtual
26		29/06/22	Clase de repaso		Presencial
27		01/07/22	SEGUNDO PARCIAL		Presencial
28		06/07/22	ENTREGA DE LOS TP / Devolución Resultados Segundo Parcial		Presencial
29		08/07/22	Clase de Repaso		Virtual
30		15/07/22	RECUPERATORIO SEGUNDO PARCIAL		Presencial
31		16/07/22	Devolución Resultados Recuperatorio Segundo Parcial		Virtual

6. Procesos de intervención pedagógica.

- 1.
Clase magistral: brindadas por los docentes para el desarrollo de temáticas insuficientemente tratadas en la bibliografía, o de un alto nivel de complejidad o que requieren un tratamiento interdisciplinario. Su objetivo es que los alumnos adquieran información difícil de localizar, establecer relaciones de alta complejidad, etc. Explicación doctrinaria. Realización de Apuntes de cátedra.
- 2.- Sesiones de discusión** (pequeños grupos): para profundizar o considerar alguna temática cuyo contenido sea controvertible; o para facilitar el intercambio de puntos de vista; o para facilitar una mejor comprensión del contenido y alcance de ciertas problemáticas claves. Resolución de casos de situaciones reales.

- **3.- Trabajo de laboratorio de computación:** Encuentros organizados por el docente para posibilitar a los alumnos la manipulación de la información, guías de trabajo, acceso a fuentes de información secundaria, observación de los resultados, para obtener e interpretar datos desde perspectivas teóricas y/o generación de nuevos procedimientos. Resolución de casos de situaciones reales.
- **4.- Taller - Grupo operativo:** Encuentros organizados por el docente en torno a una doble tarea, de aprendizaje y de resolución de problemas para que los alumnos en la conjunción teoría-práctica aborden su solución. Estimulación a los alumnos para la realización de los trabajos grupales. Participación activa de los alumnos.

La carga horaria semanal de 6 hs permite cumplir con los contenidos del programa. En las mismas se focalizará la relación de contenidos con la realidad de nuestro medio y la de organizaciones del conocimiento y vivencia de los alumnos. La cursada será bajo la modalidad híbrida, de modo que los días martes se dictará clases de manera virtual y sincrónica y los días viernes de forma presencial en el laboratorio de computación de la Facultad. Dada la cantidad de estudiantes y de máquinas disponibles, se trabajará alternando entre grupos de estudiantes que cursan la asignatura. Las evaluaciones se llevarán a cabo de manera presencial en las instalaciones de la Facultad, salvo que a pedido de la Subsecretaría de Planificación Institucional esto no fuera posible, dada la disponibilidad de recursos, y deban realizarse de manera virtual

7. Evaluación

En el marco de la OCA1560:

PARCIALES: Los alumnos tendrán , durante el cuatrimestre dos evaluaciones parciales teórico - prácticas. Cada una de ellas tendrá un recuperatorio, y la nota de este reemplazará la del parcial correspondiente . Se aprueba con nota 4 (cuatro)

ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS EVALUABLES: se realizarán 3 actividades pedagógicas. Las mismas tendrán el carácter de evaluación y es condición para promocionar la asignatura la aprobación de 2 de las 3 actividades.

EVALUACIÓN HABILITANTE: Los alumnos que no hayan aprobado uno de los dos parciales indicados y/o cumplido con el 50% de las Actividades Pedagógicas , deberán rendir una evaluación habilitante . Los temas que incluirá la evaluación habilitante , serán los que hayan sido evaluados en el parcial desaprobado

EXAMEN FINAL DE CURSADO: Estarán habilitados para rendir el examen final de cursado, los estudiantes que:

- Habiendo aprobado los parciales, no reúnan los requisitos exigidos para promocionar.

- Aprueben el examen habilitante.

Régimen de Promoción.

7.1 Promocionará el alumno que haya aprobado la totalidad de las evaluaciones parciales , logrando una nota promedio de seis (6) y al menos 2 de las 3 pedagógicas evaluables propuestas

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

Profesor Adjunto a término:

Responsable de la preparación del PTD.

Supervisión de la preparación de Trabajos Prácticos

Coordinación del desarrollo del curso

Dictado de clases teóricas-prácticas

Preparación de actividades virtuales

Preparación de temas de exámenes parciales, habilitantes y finales. Toma y corrección de exámenes parciales, habilitantes y finales.

Profesor Ayudante Graduado a término:

Preparación de Trabajos Prácticos

Dictado de clases prácticas.

Preparación de temas de exámenes parciales , habilitantes y finales. Toma y corrección de exámenes parciales, habilitantes y finales.

9. Justificación

Esta materia es relevante en el contexto de la Tecnicatura en Comercio Internacional ya que una vez concluida la cursada el alumno será capaz de investigar y evaluar una investigación de mercados internaciones para un producto o servicio, siendo una de las principales incumbencias de la carrera.

En este primer plan de la asignatura, en función de las horas de dictado y por tratarse de una tecnicatura, el objetivo central es brindar conceptos teóricos sobre cómo elaborar un informe de mercado, fomentando la participación activa de los alumnos y desarrollando casos prácticos para ejemplificar los conceptos.