



Mar del Plata, 18 de octubre de 2023

VISTO el Plan de Trabajo Docente (P.T.D.) de la asignatura "Seminario de Práctica Profesional", correspondiente a la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercialización, elevado por la Coordinadora de carreras de pregrado, para su aprobación, para el segundo cuatrimestre del presente Ciclo Lectivo 2023, -Expediente EX - 2023 - 8312 - DME-FCEYS # UNMDP-, y

CONSIDERANDO:

Que el mismo se encuadra dentro de lo establecido por la reglamentación vigente.

Que la Comisión de Asuntos Académicos y Enseñanza recomienda la aprobación del Plan de Trabajo Docente, sin objeciones.

Lo resuelto por el Consejo Académico en Sesión Plenaria N° 10, de fecha 4 de octubre de 2023.

Las facultades concedidas por el Artículo 91° del Estatuto vigente,

**EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
O R D E N A :**

ARTÍCULO 1°: Aprobar, para el segundo cuatrimestre del Ciclo Lectivo 2023, el Plan de Trabajo Docente, (P.T.D.) de la asignatura "SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL", que se adjunta a la presente.

ARTÍCULO 2°: Inscribese en el Registro de Ordenanzas de esta Facultad. Elévese. Comuníquese a quienes corresponda. Dese al Boletín Oficial de la Universidad. Cumplido, archívese.

ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO OCA - 2023 – 921 - FCEYS # UNMDP



**INSTRUMENTO A PLAN DE TRABAJO
DEL EQUIPO DOCENTE**

ANEXO II
RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18

AÑO: 2023

3- Datos de la asignatura

Nombre Seminario de Práctica Profesional

Código 1088

Tipo (Marque con una X)

Modalidad (Marque con una X)

Nivel (Marque con una X)

Obligatoria	<input checked="" type="checkbox"/>
Optativa	<input type="checkbox"/>

Presencial	<input type="checkbox"/>	Pregrado	<input checked="" type="checkbox"/>
Hibrida X ¹	<input checked="" type="checkbox"/>	Grado	<input type="checkbox"/>

Área curricular a la que pertenece

Departamento Administración

Carrera/s Tecnicatura Universitaria en Comercialización

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s Segundo cuatrimestre año 2023

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	96 hs reloj
Semanal	6 hs reloj

¹ Ver instrucciones anexas



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

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
		6hs reloj

Relación docente - alumnos:

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

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

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Brunatti Juan Adrián	Lic. En Administración

Nº	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	4hs	10hs semanal			

(*) 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.

- Obtener una visión de conjunto de las problemáticas y desafíos de la Comercialización, haciendo puntual énfasis en la región.
- Conocer la normativa legal, técnica y profesional vigente para la Comercialización.
- Generar relación entre el estudiante con el Sector de la Comercialización a modo de plasmar en una instancia práctica los conocimientos adquiridos.

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

- Contenidos mínimos:
- Diseños de mejoras propuestas en diagnósticos e intervenciones en temas de: marketing, comunicación y medios, análisis de comportamiento del consumidor, gestión de precios y costos de producción y servicios, investigaciones de mercado; aplicados a una organización de la región.

- UNIDAD I
- Análisis externo: entorno y sector.
- Análisis interno: diagnóstico.
- Comportamiento del consumidor.

- UNIDAD II
- Objetivos y estrategias de comercialización.
- Marketing mix:
- Producto.
- Distribución.
- Comunicación.
- Precio.

- UNIDAD III
- Plan integral de Marketing



3-Bibliografía (básica y complementaria).

Bibliografía principal

- Porter M. (2001) *La naturaleza de la Administración estratégica*
- J. M. Saenz de Vicuña Ansin (2015) *El Plan de marketing en la práctica*
- Lambin J. J. (2008) *Dirección de Marketing – Gestión Estratégica y operativa del Mercado*

Bibliografía complementaria

- Kotler P. (2017) *Marketing 4.0*
- Pinson L. (Edición 2003) *Anatomía de un plan de negocios*
- Downes y Mui (2002) *Estrategias digitales para dominar el mercado*

4-Descripción de Actividades de aprendizaje.

Al tratarse de una metodología de tipo taller el eje es el estudiante a partir de consignas y disparadores en espacios de producción, actividades grupales e individuales para desarrollar actividades en forma presencial y no presencial. Se trabajará con lecturas básicas y complementarias, búsqueda y análisis de información. Se propondrá la interpretación de situaciones reales. Se buscará la estimulación a los alumnos para la realización de los trabajos grupales. Se generarán discusiones grupales de temas, con elaboración de conclusiones.



5-Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

		
		PLANIFICACION DE LA CATEDRA
		CRONOGRAMA DE TRABAJO DE APLICACIÓN
Clases	MODALIDAD	CONTENIDOS
Semana 1	22/8 Presencial 24/8 Virtual	PRESENTACIONES- CRONOGRAMA- OBJETIVOS DEL SEMINARIO- ESTRUCTURA DEL TRABAJO-BASES Y PRESELECCION DE EMPRESAS-PAUTAS DE TRABAJO
Semana 2	29/8 Presencial 31/8 Virtual	ESTRUCTURA DE PLAN DE COMERCIALIZACIÓN- ELECCION DE EMPRESAS- DIFICULTADES Y OPORTUNIDADES- DETERMINACION DEL OBJETIVO DEL PLAN DE COMERCIALIZACION- DIFERENCIAS B2B Y B2C-DIFERENCIAS PLAN DE NEGOCIO CON PLAN DE COMERCIALIZACIÓN
Semana 3	05/9 Presencial 07/9 Virtual	HERRAMIENTAS DE DIAGNOSTICO- ANALISIS DEL ENTORNO AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 4	12/9 Presencial 13/9 Virtual	ANALISIS EXTERNO E INTERNO AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 5	19/9 Presencial 21/9 Feriado	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN – ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS
Semana 6	26/9 Presencial 28/9 Virtual	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION – DECISIONES ESTRATÉGICAS DE MARKETING AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 7	03/10 Presencial 05/10 Virtual	PRIMERA ENTREGA DE TRABAJO FINAL – EXPOSICIÓN PARCIAL AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 8	10/10 Presencial 12/10 Virtual	DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX- PRODUCTO AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 9	17/10 Presencial 19/10 Virtual	DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX- DISTRIBUCIÓN AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 10	24/10 Presencial 26/10 Virtual	DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX- COMUNICACIÓN AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 11	31/10 Presencial 02/11 Virtual	DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX –PRECIO AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 12	07/11 Presencial 09/11 Virtual	MARKETING 4.0 - APLICACIÓN AL PLAN INTEGRADO (TRADICIONAL + DIGITAL) AVANCES DEL TRABAJO FINAL



Semana 13	14/11 Presencial 16/11 Virtual	WEBINAR CON REFERENTE DE MARKETING- EMPRESA RECONOCIDA EN LA CIUDAD AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 14	21/11 Presencial 22/11 Virtual	PLAN DE MARKETING COMPLETO- PRESENTACION ESCRITA Y REVISION AVANCES DEL TRABAJO FINAL
Semana 15	28/11 Presencial 30/11 Virtual	EXPOSICION ORAL POR GRUPOS - PRE FINAL
Semana 16	05/12 Presencial 07/12 Virtual	EXPOSICION ORAL POR GRUPOS - PRE FINAL
Semana 17	Presencial Virtual	FINALES

6-Procesos de intervención pedagógica.

Durante la cursada, se propondrá el acceso libre a un foro, y al campus virtual con el fin de integrar a los alumnos, y crear un espacio interactivo de conocimientos y respuestas a consultas entre ellos y con el docente. Además, el estudiante será supervisado en el desarrollo de su plan durante toda la cursada. Se buscará la estimulación a los alumnos para la realización de los trabajos grupales. Se generarán discusiones grupales de temas, con elaboración de conclusiones. Se expondrán los avances parciales del Plan de negocios proponiendo la corrección cruzada realizada por un grupo de compañeros estudiantes. Se invitará a gerentes o directivos de empresas a compartir experiencias con los estudiantes

7-Evaluación

Para aprobar la materia se requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos

A-Aprobar el trabajo de campo.

Estructura del trabajo: En el tiempo entre cada uno de los encuentros presenciales los equipos realizarán un relevamiento de una empresa (existente o por crearse) y conformarán un Plan de negocios sobre la base de la bibliografía dada.

Los integrantes de la cátedra serán consultores de los equipos para la confección del trabajo y realizará consultas que formarán parte de la evaluación. En clases se presentarán los avances parciales de los trabajos.

B-La evaluación de la asignatura es la presentación y exposición oral del informe final del trabajo.

De acuerdo al régimen académico vigente, el/la estudiante promocionará la asignatura si obtiene una calificación de 6 o más y se encontrará en instancia de final, en los casos en que aprueben la asignatura con nota final menor a 6; es decir, con una calificación de 4 ó 5.

Hoja de firmas