



Mar del Plata, 12 de septiembre de 2024

VISTO el Expediente EX - 2024 - 7654 - DME-FCEYS # UNMDP por el cual el Área de Coordinación de Carreras de Pregrado solicita se apruebe el Plan de Trabajo Docente (PTD) correspondiente al Ciclo Lectivo 2024 de la asignatura "SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL" (cód. 1088), de la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercialización, y

**CONSIDERANDO:**

Que de la solicitud se desprende que las fechas de exámenes parciales de la asignatura quedarán supeditadas a aquellas que defina la Subsecretaría de Planificación Institucional oportunamente.

Que se adjunta la Ordenanza de Consejo Académico que aprueba el Plan de Trabajo Docente para el Ciclo Lectivo 2023 (OCA N°921/2023), el Cronograma previsto y el Anexo I del Rendimiento Académico e informe de la cátedra, correspondiente a dicho período.

Que la Comisión de Asuntos Académicos y Enseñanza recomienda acceder a lo solicitado sin objeciones.

Lo resuelto por unanimidad por el Consejo Académico en Sesión Plenaria N° 8, de fecha 28 de agosto de 2024.

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 Ciclo Lectivo 2024, el Plan de Trabajo Docente (P.T.D.) de la asignatura "SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL" (cód. 1088), correspondiente al segundo cuatrimestre del tercer año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercialización, que en adjunto se acompaña.

ARTÍCULO 2°: Regístrese. Publíquese en el Boletín Oficial de la Universidad. Comuníquese a quienes corresponda. Cumplido, archívese.

ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO OCA - 2024 - 699 - FCEYS # UNMDP



**A N E X O I**

**RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18**

AÑO: 2023

**1- Datos de la asignatura**

**1.1 Nombre: Seminario de Práctica Profesional**

**1.2 Código: 1088**

**2- Rendimiento Académico:**

**2.1 Desgranamiento:**

| Matrícula inicial | Cantidad de alumnos desertores del curso | Cantidad de alumnos que desaprobaron el curso |
|-------------------|--|---|
| 18                | 2  | 0   |

**2.2 Aprobación (completar según corresponda a su modalidad)**

| Cantidad de alumnos que aprobaron por promoción | Cantidad de alumnos que aprobaron la cursada |
|---|--|
| 16  | 0  |

**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**

Durante la cursada de 2023 desarrollaron en profundidad casos de PyMEs de la ciudad de Mar del Plata y costa atlántica, con el interés de tomar contacto con empresas del entramado productivo local.



## **5 Anexo de documentación solicitada**

**El trabajo a presentar debe contener las siguientes Fases y Etapas de un Plan de Marketing**

- a. Análisis de Situación**
- b. Diagnóstico**
- c. Objetivos de Marketing**
  - i. Cualitativos**
  - ii. Cuantitativos**
- d. Estrategias de Marketing**
  - i. De Cartera**
  - ii. De segmentación y Posicionamiento**
  - iii. Funcionales**
- e. Planes de Acción**
- f. Priorización de los Planes**
- g. Indicadores para el Seguimiento del Plan**

## **6 Observaciones**



## **INSTRUCTIVO**

### **Observaciones:**

1. Esta planilla se debe completar por asignaturas
2. Todos los docentes que integren la cátedra deberán notificarse de los enunciados en esta Planilla
3. La información consignada será certificada por las autoridades correspondientes

### **2. Rendimiento académico:**

Se deberán completar las tablas según el tipo de aprobación que tenga la asignatura. En caso de que la asignatura tenga otra modalidad de aprobación, complete la tabla 2.3 Se entiende por modalidad, por ejemplo: alumnos libres, vocacionales, por convenios, otros. Deberá consignar la información solicitada de manera similar a los incisos 2.1 y 2.2.

### **3. Condicionantes de la ejecución del plan**

Señale si existieron situaciones particulares que incidieron en el desarrollo previsto del curso: ausencias, sustituciones de contenidos, reemplazo de docentes, cambios producidos, dificultades de infraestructura, suspensión de actividades, etc.

### **4. Innovaciones**

Enuncie los cambios introducidos, si es que los hubo, en el presente curso con respecto al anterior. De considerarlo importante, enumere las condiciones que se consideran necesarias para poder introducir cambios en el próximo.

### **5. Anexo de documentación solicitada**

Se solicita se anexe ejemplar/es de alguna situación de prueba aplicada (evaluación parcial, final, otras). En la planilla indique qué documentación anexa.

**6. Observaciones:** Incluya toda la información que considere necesaria para completar la evaluación del desarrollo de la asignatura.



**A N E X O II**

**RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18**

**AÑO:** 2024

**3- Datos de la asignatura**

**Nombre** Seminario de Práctica Profesional

**Código** 1088

Tipo (Marque con una X)

|             |          |
|-------------|----------|
| Obligatoria | <b>X</b> |
| Optativa    |          |

Modalidad (Marque con una X)

|                      |          |
|----------------------|----------|
| Presencial           | <b>X</b> |
| Híbrida <sup>1</sup> |          |

Nivel (Marque con una X)

|          |          |
|----------|----------|
| Pregrado | <b>X</b> |
| Grado    |          |

**Área curricular a la que pertenece** Ciclo de Formación General

**Departamento** Administración

**Carrera/s** Tecnicatura Universitaria en Comercialización

**Ciclo o año de ubicación en la carrera/s** 3er. Año – Segundo cuatrimestre

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

|         |           |
|---------|-----------|
| Total   | <b>96</b> |
| Semanal | <b>06</b> |

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

|           |           |                     |
|-----------|-----------|---------------------|
| Teóricas  | Prácticas | Teórico - prácticas |
| <b>03</b> | <b>03</b> |                     |

<sup>1</sup> Ver instrucciones anexas



Relación docente - alumnos:

| Cantidad estimada de alumnos inscriptos | Cantidad de docentes |            | Cantidad de comisiones |           |                   |
|---|----------------------|------------|------------------------|-----------|-------------------|
|   | Profesores           | Auxiliares | Teóricas               | Prácticas | Teórico-Prácticas |
|   | <b>01</b>            |            | <b>01</b>              | <b>01</b> |                   |

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

| N° | Nombre y Apellido           | Título/s   |
|----|-----------------------------|--|
| 1. | <b>Juan Adrián Brunatti</b> | <b>Lic. en Administración, Especialista en Marketing</b> |
|    |                             |  |

| 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. |       |    | <b>X</b> |     |    |    |    |     |            |   | <b>X</b> |          |      | <b>X</b> | <b>03</b>                                    | <b>10</b> |           |      |       |
| 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.

- 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 TEMÁTICA I:**

- Estructura del Plan de Comercialización
- Determinación del Objetivo de un plan de Comercialización
- Diferencias B2B y B2C
- Diferencias de un Plan de Negocio y un Plan de Comercialización

#### **UNIDAD TEMÁTICA II:**

- Análisis de situación externo: entorno y sector.
- Análisis de situación interno.
- Comportamiento del consumidor.
- Diagnóstico – Herramientas

#### **UNIDAD TEMÁTICA III:**

- Objetivos y estrategias de comercialización.
  - De Cartera
  - De Segmentación y Posicionamiento
  - Funcionales
    - Producto.
    - Distribución.



- Comunicación.
- Precio.

**UNIDAD TEMÁTICA IV:**

- Planes de Acción
- Priorización de Planes de Acción

**UNIDAD TEMÁTICA V:**

- Plan Integral de Marketing
- Indicadores para el Seguimiento del Plan

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

1. BÁSICA

- **Dirección de Marketing: Gestión estratégica y operativa del mercado.** Lambin – Gallucci y Sicurello. 2da. Edición. Edit. Mc Graw Hill. 2008
- **Dirección de Marketing:** Phillip Kotler, Kevin Keller. 12ª Edición. Edit. Prentice Hall. 2006.
- **Marketing Estratégico:** J.J. Lambin. 3ra Edición. Edit. Mc Graw Hill. 1997
- **El plan de Marketing en la Práctica.** Jose Maria Sainz - Editorial ESIC 2016
- **La naturaleza de la Administración estratégica.** Porter M. (2001)
- **Marketing 4.0.** “Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital” Kotler – Kartajaya y Setiawan. Edt. LID. Edición 2019

2. COMPLEMENTARIA

- Anatomía de un plan de negocios. Pinson L. Edición 2003
- Estrategias digitales para dominar el mercado. Downes y Mui. Ed. 2002
- Administración Estratégica, Fred David, Prentice-Hall, 1ª Edición.
- La Marca, Jean-Noel Kapferer-Jean-Claude Thoenig, McGraw-Hill, 1ª Edición.
- Comportamiento del Consumidor, Schiffman-Kanuk, Prentice-Hall, 1ª Edición.
- Investigación de Mercados, Roger Zikmund, Prentice-Hall, 2ª Edición.





#### 4. Descripción de Actividades de aprendizaje.

Resolución de problemas: 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. 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.

Se prevé el dictado de la presente materia conforme el siguiente cronograma tentativo:

| Semana   | Fechas | Contenido   |
|----------|--------|---|
| Semana 1 | 20/8   | PRESENTACIONES – CRONOGRAMA<br>OBJETIVOS DEL SEMINARIO  |
|          | 22/8   | ESTRUCTURA DEL TRABAJO-BASES Y PRESELECCION DE<br>EMPRESAS - PAUTAS DE TRABAJO  |
| Semana 2 | 27/8   | ESTRUCTURA DE PLAN DE COMERCIALIZACIÓN - ELECCION<br>DE EMPRESAS - DIFICULTADES Y OPORTUNIDADES-  |
|          | 29/8   | DETERMINACION DEL OBJETIVO DEL PLAN DE<br>COMERCIALIZACION - DIFERENCIAS B2B Y B2C -DIFERENCIAS<br>PLAN DE NEGOCIO CON PLAN DE COMERCIALIZACIÓN |
| Semana 3 | 3/9    | HERRAMIENTAS DE DIAGNOSTICO<br>ANALISIS DEL ENTORNO   |
|          | 5/9    | AVANCES DEL TRABAJO FINAL   |
| Semana 4 | 10/9   | ANALISIS EXTERNO E INTERNO  |
|          | 12/9   | AVANCES DEL TRABAJO FINAL   |
| Semana 5 | 17/9   | DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN   |
|          | 19/9   | ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS  |



|           |       |  |
|-----------|-------|--|
| Semana 6  | 24/9  | OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION – DECISIONES ESTRATÉGICAS DE MARKETING           |
|           | 26/9  | AVANCES DEL TRABAJO FINAL  |
| Semana 7  | 1/10  | <b>PRIMERA ENTREGA DE TRABAJO FINAL – EXPOSICIÓN PARCIAL</b>                                 |
|           | 3/10  | AVANCES DEL TRABAJO FINAL  |
| Semana 8  | 8/10  | DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX- PRODUCTO                                 |
|           | 10/10 | AVANCES DEL TRABAJO FINAL  |
| Semana 9  | 15/10 | DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX- DISTRIBUCIÓN                             |
|           | 17/10 | <b>PRIMER RECUPERATORIO DE ENTREGA DE TRABAJO FINAL – EXPOSICIÓN PARCIAL</b>                 |
| Semana 10 | 22/10 | DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX- PRECIO                                   |
|           | 24/10 | AVANCES DEL TRABAJO FINAL  |
| Semana 11 | 29/10 | DECISIONES OPERATIVAS DE MARKETING - MARKETING MIX- COMUNICACIÓN                             |
|           | 31/10 | AVANCES DEL TRABAJO FINAL  |
| Semana 12 | 5/11  | MARKETING 4.0 - APLICACIÓN AL PLAN INTEGRADO (TRADICIONAL + DIGITAL)                         |
|           | 7/11  | AVANCES DEL TRABAJO FINAL  |
| Semana 13 | 12/11 | WEBINAR CON REFERENTE DE MARKETING EMPRESA RECONOCIDA EN LA CIUDAD                           |
|           | 14/11 | AVANCES DEL TRABAJO FINAL  |
| Semana 14 | 19/11 | PLAN DE MARKETING COMPLETO- PRESENTACION ESCRITA Y REVISION                                  |
|           | 21/11 | <b>SEGUNDA ENTREGA DE TRABAJO FINAL – EXPOSICIÓN PARCIAL</b>                                 |
| Semana 15 | 26/11 | ENTREGA DE NOTAS, DEVOLUCIÓN DE CORRECCIONES A LOS TRABAJOS                                  |
|           | 28/11 | CONSULTAS DE PRESENTACIÓN DE PRESENTACIÓN DE RECUPERACIÓN DE TRABAJOS – CIERRE DE LA MATERIA |



|           |      |   |
|-----------|------|---|
| Semana 16 | 3/12 | <b>SEGUNDO RECUPERATORIO DE ENTREGA DE TRABAJO FINAL – EXPOSICIÓN PARCIAL</b> |
|           | 5/12 |   |
| Semana 17 |      | <b>Finales</b>  |
|           |      |   |

## 6. Procesos de intervención pedagógica.

Clase magistral: Incorporación de los principales temas – presentación de cada elemento del mix dentro del esquema general de un plan de marketing – Desarrollo de elementos básicos complementarios al proceso general de comercialización.

Estudio de casos: análisis de casos y su aplicación a las empresas Pymes. Aplicaciones en trabajos prácticos - aplicando los aspectos teóricos a los casos reales de empresas Pymes, en distintos ámbitos: de servicios – industriales – consumo masivo.

Tutorías: asistencia a los alumnos en los procesos de aprendizajes de cada unidad y cada necesidad de grupo que conformen.

## 7. Evaluación

La evaluación en relación a su función de acreditación de la asignatura se ajustará al Régimen Académico en vigencia, OCA 1560/11

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 Marketing 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.

- a. Haber aprobado 2 (dos) presentaciones de los trabajos parciales teórico-prácticos o sus respectivos recuperatorios.
- b. Haber aprobado la totalidad de las evaluaciones parciales, logrando una nota promedio de seis (6) o más (debe sumar doce puntos como mínimo, entre los dos parciales o sus respectivos recuperatorios)
- c. Haber entregado en tiempo y forma las actividades prácticas (con una instancia final recuperatoria).

#### ***Aprobación con instancia de evaluación habilitante***

Se prevé una evaluación habilitante para aquel estudiante que haya aprobado sólo una evaluación parcial teórico-práctica (o su respectivo recuperatorio), y haya cumplido con las actividades prácticas. El objetivo es habilitar al estudiante para rendir el examen final de la asignatura.

Tendrá lugar en la primera fecha de examen final y abarcará los temas incluidos en el parcial desaprobado.

#### ***Aprobación por examen final***

Accederán los estudiantes que:

- a.- Aprueben el examen habilitante.
- b.- Hayan aprobado los dos parciales teórico-prácticos (o sus respectivos recuperatorios) pero no lleguen al promedio mínimo necesario para la promoción.

El examen final de cursada consistirá en un examen oral en el que se evaluarán los contenidos relevantes para aprobar la asignatura.

***En todos los casos, es requisito para aprobar la asignatura cumplir con el porcentaje de asistencia mínima a las clases teórico – prácticas de acuerdo al régimen de enseñanza vigente.***



### **Crterios**

#### Contenido de los trabajos prácticos

Los trabajos prácticos consistirán en el análisis de casos de empresas Pymes y grandes empresa, del ámbito local mayormente, debidamente seleccionados.

Modalidad del desarrollo de los trabajos prácticos: Los trabajos prácticos se desarrollarán en forma grupal durante las clases prácticas. La puesta en común de las resoluciones de los prácticos será en formato de debate.

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

Esta Cátedra posee un solo docente Adjunto que cumple con las siguientes funciones:

- Preparación y dictado de clases Teóricas
- Tutorías: encuentros semanales para la orientación de avance de trabajos prácticos
- Correcciones de los trabajos prácticos

Esta Cátedra no posee un ayudante de primera, por lo que el adjunto cumple con las siguientes funciones:

- Preparación de temas para avanzar en los Trabajos Prácticos
- Orientación de actividades prácticas generales
- Corrección de trabajos prácticos
- Monitoreo del proceso de aprendizaje
- Control de asistencia de los alumnos

En el caso de incorporación de ayudante de primera, la persona seleccionada reemplazará la tarea a la que actualmente asume el profesor adjunto.



|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Lic. Juan Brunatti</b> | <b>Contrato a término 2do. Cuatrimestre 2024</b> |
|                           |  |



## INSTRUCTIVO

### Observaciones:

1. Esta planilla se debe completar por asignatura.
  2. Todos los docentes que integren la cátedra deberán notificarse de lo enunciado en esta Planilla.
  3. La información consignada será certificada por las autoridades correspondientes.
- 

### 2- Composición del equipo docente:

En la Planilla I se deberá completar para cada integrante de la cátedra los siguientes datos:

- **Apellido y Nombre**
- **Los títulos de grado y post-grado**
- **Marcar con una X el cargo correspondiente:**
  - T (Titular)-
  - As (Asociado)
  - Adj (Adjunto)
  - JTP (Jefe de Trabajos Prácticos)
  - A1 (Ayudante de primera)
  - A2 (Ayudante de segunda)
  - Ads (Adscripto a la docencia)
  - Bec (Becario)
- **Marcar con una X la dedicación correspondiente:**
  - E (Exclusiva)
  - P (Parcial)
  - S (Simple)
- **Marcar con una X el carácter de su designación:**
  - Reg (Regular)
  - Int (Interino)



Otros: Especificar si es: Libre/ Contratado/ Por convenio o alguna otra modalidad

- **Cantidad de horas semanales** (\*):

**Docencia: Frente a alumnos**

(Consignar las horas presenciales con los alumnos, considerando: toma de exámenes, clases de consulta, entrevistas, otras modalidades).

**Totales**

(Consignar, en promedio semanal, las horas dedicadas a las actividades docentes de la asignatura, tales como: preparación de clases, materiales, prácticos, otras modalidades)

**Invest.(Investigación)/ Ext.(Extensión) y/o Gest.(Gestión).**

(Consignar, en promedio semanal, las horas dedicadas a las mencionadas actividades, a lo largo del dictado de la asignatura).

(\* ) Se respetarán los reglamentos internos de cada Unidad Académica que establezcan normativas en estos temas.

### **3- Plan de trabajo del equipo docente**

**1.-Objetivos del curso:** *Deberán ser formulados en función de los propósitos de formación del plan de estudios, área curricular y/o de los sectores de formación privilegiados en el curso. Una vez finalizado el curso, los alumnos deben evidenciar niveles de logro aceptables en cada uno de ellos.*

**4.- Descripción de Actividades de aprendizaje:** *Se denomina al conjunto de tareas que deben realizar los alumnos, seleccionadas y diseñadas didácticamente, cuya resolución implica la utilización de saberes y habilidades. A continuación se enuncian algunos de los tipos de actividades posibles:*





\* *resolución de problemas, por ejemplo: precisar las consecuencias posibles que podrán derivarse de asumirse distintos tipos de decisiones; predecir lo que acontecerá en una situación dada si se modifican determinados factores que la definan.*

\* *elaboración de ensayos, monografías, proyectos, por ejemplo: preparar informes técnicos de rigor; elaborar síntesis sobre diversas líneas de pensamiento en relación con algún asunto controvertido y formular los propios puntos de vista debidamente fundamentados; efectuar análisis críticos fundados a partir del conocimiento de resultados obtenidos en investigaciones realizadas sobre un mismo problema.*

\* *tareas de investigación, por ejemplo: aplicar metodologías y procedimientos de investigación adecuados a las características del objeto de análisis y a lo que se procura descubrir; formular hipótesis para explicar hechos, fenómenos y proponer la metodología de la investigación más pertinente para su comprobación .*

\* *resolución de guías de estudio, por ejemplo: verificar inconsistencias, limitaciones en los argumentos sostenidos por algún autor, y plantear puntos de vista alternativos, descifrar el significado de diversas formas de información presentadas en gráficos, tablas, cuadros, etc. para expresar tendencias, relaciones, etc.*

\* *otros*

**6.- Procesos de intervención pedagógica:** *Se denomina al desarrollo de modos de acción docente que faciliten el proceso de aprendizaje. A continuación se enuncian las modalidades más utilizadas:*

**1. Clase magistral:** *Conjunto de sesiones organizadas centralmente por el docente para el desarrollo de temáticas insuficientemente tratadas en la bibliografía, ó de un alto nivel de complejidad ó que requieren un tratamiento interdisciplinario. Su objetivo es que los alumnos adquieran información difícil de localizar, establecer relaciones de alta complejidad, etc.*

**2.- Sesiones de discusión** *(pequeños grupos 12-15): para profundizar o considerar alguna temática cuyo contenido sea controvertible; ó para facilitar el intercambio de puntos de vista; ó para facilitar una mejor comprensión del contenido y alcance de ciertas problemáticas claves.*

**3.- Seminarios:** *(grupos entre 15-20) sesiones organizadas para el tratamiento grupal en profundidad de una problemática o temática relevante para la formación del alumno, sea por su nivel de complejidad o por el pluralismo de ópticas de abordaje cuyo aporte orientará algún tipo o tipos de alternativas de solución.*

**4.- Trabajo de laboratorio/taller:** *Encuentros organizados por el docente para posibilitar a los alumnos la manipulación de materiales, elementos, aparatos, instrumentos, equipos, comprobación de hipótesis, observación de comportamientos específicos, para obtener e interpretar datos desde perspectivas teóricas y/o generación de nuevos procedimientos.*



5.- **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.

6.- **Trabajo de campo:** conjunto de horas destinadas a actividades a efectuarse en ámbitos específicos de la realidad, a fin de obtener información acerca de cuestiones de interés; vivenciar determinadas situaciones creadas al efecto; operar saberes aprendidos, lo que posibilitará al alumno entender mejor cómo acceder a una realidad dada desde perspectivas diversas y captar el ejercicio de las funciones que se desempeñarán al obtener el título.

7.- **Pasantías:** Conjunto de horas destinadas a posibilitar el acceso a determinados escenarios reales, para poner en práctica competencias que se requerirán para actuar idóneamente en el campo profesional, posibilitando al alumno disponer de mayores elementos de juicio sobre las características de su elección universitaria.

8.- **Trabajo de investigación:** Conjunto de horas diagramadas a fin de proveer oportunidades para familiarizarse con los modos operativos de explorar una realidad dada; comprobar hipótesis; idear originales formas de abordar algún problema.

9.- **Estudio de casos:** Conjunto de sesiones organizadas en torno a situaciones especialmente seleccionadas de la realidad para facilitar la comprensión, de cómo transferir la información y las competencias aprendidas y/o facilitar a los alumnos vivenciar situaciones similares a las que podrían obtenerse en situaciones reales, a fin de brindarle posibilidades concretas de integrar teoría y práctica y capacidad de interpretación y de actuación ante circunstancias diversas.

10.- **Sesiones de aprendizaje individual - grupal:** para posibilitar la resolución de ejercicios, teniendo acceso a materiales complementarios de estudio, asesoramiento sobre lo que fuere requerido según necesidades de los estudiantes y orientación metodológica de auto y co - aprendizaje, en las horas asignadas a tal efecto.

11. **Tutorías:** encuentros de asesoramiento y orientación en torno a una situación de aprendizaje ó en aquellas instituciones que lo prevén en la conformación de itinerarios curriculares según las necesidades e intereses demandadas por el alumno.

12.- Otras



**7.- Evaluación:** *Enunciar los requisitos(a), criterios(b) y tipos(c) de evaluación a utilizar.*

**a.- Requisitos de aprobación:** *descripción de las condiciones exigidas (promocional, con examen final, presentación de proyectos, etc.) congruentes con los criterios acordados.*

**b.- Criterios de evaluación:** *representan aspectos de lo actuado por los estudiantes que se juzguen de interés considerar, por ejemplo la originalidad, la exactitud, la suficiencia, la adecuación, la relevancia, etc.*

**c.- Descripción de las situaciones de pruebas a utilizar para la evaluación continua y final.** *La situación de prueba es un conjunto específico de tareas que integran teoría y práctica y para cuya resolución se requiere un adecuado manejo e integración de saberes. Las situaciones de prueba pueden ser: de respuesta múltiple, de respuesta abierta, cuestionarios, resolución de situaciones problemáticas reales y/o simuladas, otras.*

**8.- Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente:** *Se enunciarán las actividades que deberán cumplir los docentes. Incluir, si correspondiera, actividades de formación de recursos humanos tales como: coordinador y/o responsable de cursos, seminarios, talleres de formación del equipo docente (área o inter-área).*

## ANEXO

En acuerdo con la Resolución Rectorado N° 146 / 2022 y lo dispuesto por la OCA N° 1560/11 -y sus modificatorias- la asignatura que opte por la modalidad de enseñanza híbrida deberá especificar en su Plan de Trabajo Docente lo siguiente:

- En el punto 5: cronograma de clases y evaluaciones, indicar si se desarrollarán en espacios físicos o virtuales según el caso.
- En el punto 6: descripción de las actividades de enseñanza-aprendizaje que prevén desarrollar virtualmente.

## Hoja de firmas