

AÑO:	2023
------	------

1- 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	x
Híbrida ¹	

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:

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

¹ Ver instrucciones anexas

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscriptos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones		
	Profesores	Auxiliares	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
30	1		1	1	

2- **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		A d	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
					1	2									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.

3- 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.
- “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.

Los parciales consistirán en la elaboración de una investigación de mercado que incluirá todos los conceptos estudiados a lo largo de la cursada.

En la primer parte de la materia se definirá el mercado objetivo y luego se analizará dicho mercado.

5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

CLASE	SEC	FECHA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES
1	Sección I	29/03/23	Clase de presentación. Régimen de la materia. Conceptos introductorios.	Presentación de la Materia/Modalidad de Cursado
2	Sección I	31/03/23	Relevancia de la investigación de mercados para la toma de decisiones. Casos reales.	Teoría.
3	Sección I/II	05/04/23	Determinación de los objetivos de la investigación. Trademap	Teoría. Práctica
4	Sección II	12/04/23	Análisis del entorno del mercado internacional: demográfico, económico, ambiental, tecnológico, político-legal. Fuentes de información primaria y secundaria.	Teoría. Práctica
5	Sección II	14/04/23	Sitios oficiales de información secundaria. APE 1	Teoría. Práctica
6	Sección II	19/04/23	Proceso para investigar potenciales clientes en mercados extranjeros.	Teoría. Práctica
7	Sección II	21/04/23	Bases de datos para inteligencia comercial	Teoría. Práctica.
8	Sección III	26/04/23	Métodos de recolección de la información	Teoría. Práctica

9		28/04/23	PRIMER PARCIAL	
10	Sección III	03/05/23	Recopilación de datos primarios	Teoría. Práctica
11	Sección III	05/05/23	Fuentes secundarias internas y externas. Devolución Primer Parcial	Teoría. Práctica
12	Sección III	12/05/23	Agencias de promoción y sus herramientas	Teoría
13		17/05/23	RECUPERATORIO PRIMER PARCIAL	
14	Sección III	19/05/23	Investigación de mercados de servicios	Teoría. Práctica
15	Sección III	24/05/23	Investigación exploratoria destinada a descubrir oportunidades de negocios	Teoría. Práctica
16	Sección IV	31/05/23	APE 1. Devolución Recuperatorio Primer Parcial	Teoría.
17	Sección III	02/06/23	Ejecución de la investigación de mercados internacionales	Práctica
18	Sección IV	07/06/23	Ejecución de la investigación de mercados internacionales	Práctica
19	Sección IV	09/06/23	APE 2	Práctica
20	Sección V	14/06/23	Ejecución de la investigación de mercados internacionales	Práctica
21		16/06/23	APE 3	Práctica
22		21/06/23	Correcciones finales a los trabajos de investigación. Consultas	Práctica

23		23/06/23	Clase de consulta	
24		28/06/23	SEGUNDO PARCIAL – ENTREGA DE LOS TP	
25		05/07/23	Devolución Recuperatorio Segundo Parcial	
26		12/07/23	RECUPERATORIO SEGUNDO PARCIAL	
27				

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.

7. Evaluación

En el marco de la OCA 810/2022:

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 aprobar la asignatura la aprobación de 2 de las 3 actividades.

EVALUACIÓN HABILITANTE : Los alumnos que no hayan aprobado uno de los dos parciales indicados. Deberán cumplir con el requisito de las Actividades Pedagógicas para rendir la evaluación habilitante. Los temas que incluirá 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 desarrollar e interpretar una investigación de mercados internacionales 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.