



A N E X O II

RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18

AÑO:

1- Datos de la asignatura

Nombre | **MARKETING INTERNACIONAL**

Código | **1113**

Tipo (Marque con una X)

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

Modalidad (Marque con una X)

Presencial	<input type="checkbox"/>
Híbrida ¹	<input checked="" type="checkbox"/>

Nivel (Marque con una X)

Pregrado	<input checked="" type="checkbox"/>
Grado	<input type="checkbox"/>

Área curricular a la que pertenece | **Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**

Departamento | **Administración**

Carrera/s | **Tecnicatura en Comercio Exterior**

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s | **Segundo Cuatrimestre Año 2023**

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	64 hs
Semanal	4 hs

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

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
2 hs	2 hs	4hs.

¹ Ver instrucciones anexas



Relación docente - alumnos:

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

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

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Valeria Soledad Porta	Lic. En Comercio Internacional
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		

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	4 hs.	10 hs			
2.																			
3.																			
4.																			
5.																			
6.																			
7.																			
8.																			

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



3- Plan de trabajo del equipo docente

1. Objetivos de la asignatura.

- Explicar el concepto de Marketing Internacional y su importancia en el proceso de internacionalización de las empresas.
- Diferenciar la influencia y adaptar los conceptos del Marketing a los entornos socioculturales, ecológicos, económicos y político-legales. Entender sus particularidades y complejidad.
- Conocer las diferentes estrategias de marketing internacional y aplicar ese conocimiento en la decisión de entrada en los mercados exteriores. Identificar de esta manera oportunidades comerciales en el exterior.
- Diferenciar y aplicar los principales componentes de un programa de marketing internacional en lo concerniente a las decisiones sobre productos, precios, distribución y comunicación. Incorporar herramientas para su ejecución.

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

Contenido

Unidad 1. Conceptos claves de Marketing Internacional

- 1.1 Concepto de Globalización
- 1.2 Concepto de Internacionalización y Cadena de valor
- 1.3 Marketing Internacional: conceptos y estrategias
- 1.4 Marketing Internacional vs Marketing Nacional
- 1.5 Motivos y Barreras para la Internacionalización
- 1.6 Aplicación del Marketing Internacional en la empresa

Unidad 2. El entorno Internacional

- 2.1 Análisis del entorno macro
- 2.2 Análisis del entorno demográfico
- 2.3 Análisis del entorno cultural
- 2.4 Análisis del entorno político y legal



2.5 Análisis del sector industrial

2.6 Estrategias genéricas de Michael Porter

Unidad 3. Planificación Estratégica de Marketing Internacional

3.1 Proceso de selección de mercados internacionales

3.2 Criterios de selección de países objetivo

3.3 Matriz de selección de países

3.4 Objetivos y etapas de la Investigación de Mercados

3.5 Estructura de un Estudio de Mercado. Análisis FODA

Unidad 4. Formas de Entrada en Mercados Internacionales

4.1 Alternativas de forma de entrada

4.2 Exportación directa

4.3 Exportación indirecta

4.4 Acuerdos de cooperación

4.5 Implantación en el exterior

4.6 La selección del método de entrada

Unidad 5. Marketing Mix Internacional

5.1 El producto

5.2 El precio

5.3 La distribución

5.4 La comunicación

5.6 Promoción de las Exportaciones

Unidad 6. El Plan de Marketing Internacional

6.1 Requisitos

6.2 Estructura y presentación

6.3 Descripción de las etapas

6.4 Elaboración

3. Bibliografía (básica y complementaria).



Básica

- Llamazares, O. (2014). Marketing Internacional
- Cerviño J. (2012). Marketing internacional. Nuevas perspectivas para un mundo globalizado
- Porter M. (2010) Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores

Complementaria

- Arese, Hector. (2006). Introducción al Comercio Internacional
- Cateora, Philip (1995). Marketing Internacional
- Ledesma, Carlos (1995). Negocios y comercialización Internacional. Comercio Exterior

4. Descripción de Actividades de aprendizaje.

El proceso de aprendizaje diseñado para esta asignatura se basa en la combinación de clases teóricas participativas, clases prácticas con análisis de casos reales y la realización de trabajos prácticos, ejercicios/casos individuales y grupales.

Se reforzaran los conocimientos adquiridos con la confección y presentación de las APE donde se elaborara un Plan de Marketing Internacional seleccionando una empresa o producto a internacionalizar y/o exportar.

La etapa evaluatoria concluirá con la toma de dos parciales teórico practico (ver en el punto “evaluación)

5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

Fecha	Tema
22/8	UNIDAD 1
24/8	CASO PRACTICO
29/8	UNIDAD 1
31/8	UNIDAD 2
5/9	TP GRUPAL ANALISIS DE ENTORNO
7/9	TP GRUPAL ANALISIS DE ENTORNO
12/9	UNIDAD 3
14/9	CASO PRACTICO – MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS OBJETIVO



19/9	UNIDAD 4
21/9	UNIDAD 4
26/9	CASO PRACTICO
28/9	CASO PRACTICO
3/10	REPASO DE LOS TEMAS PREVIO AL PARCIAL
5/10	1° PARCIAL
10/10	ENTREGA PRIMER PARCIAL
12/10	PRESENTACION CONSIGNAS TP FINAL - APE
17/10	UNIDAD 5
19/10	CASO PRACTICO
24/10	UNIDAD 5
26/10	RECUPERATORIO 1° PARCIAL
31/10	CASO PRACTICO
2/11	UNIDAD 6
7/11	PRESENTACION PARCIAL DE APE PARA SU CORRECCION
9/11	UNIDAD 6
14/11	CASO PRACTICO
16/11	CASO PRACTICO
21/11	REPASO DE LOS TEMAS PREVIO AL PARCIAL
23/11	2° PARCIAL
28/11	ENTREGA SEGUNDO PARCIAL
30/11	PRESENTACION PARCIAL DE APE PARA SU CORRECCION
5/12	RECUPERATORIO 2° PARCIAL
7/12	PRESENTACION FINAL APE- EXPOSICION ORAL DE LOS GRUPOS DE TRABAJO
11/12	PRESENTACION FINAL APE- EXPOSICION ORAL DE LOS GRUPOS DE TRABAJO
14/12	PRESENTACION FINAL APE – EXPOSICION ORAL DE LOS GRUPOS DE TRABAJO
19/12	CIERRE DE CURSADA



6. Procesos de intervención pedagógica.

Durante la cursada se desarrollaran trabajos prácticos de análisis de casos de empresas reales donde los alumnos tendrán un espacio presencial para debate de opiniones y resolución de los mismos.

El requisito final y presencial del APE consistirá en una entrega final con exposición oral grupal donde se exponga un resumen y conclusión del APE. Se valorará la claridad y corrección en la presentación oral y escrita del caso, así como en la defensa ante las posibles preguntas planteadas por el profesor o el resto de alumnos.

7. Evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación, que consistirán en:

Evaluación continua

Preguntas individuales o en grupo en las clases de teoría: se plantearán preguntas que se contestarán en el aula basadas en los casos prácticos de empresas reales.

A lo largo de la cursada , los alumnos deberán realizar un trabajo practico (APE) grupal. El mismo tendrá distintas instancias de presentaciones en las cuales se hará el seguimiento del avance del mismo con las correspondientes correcciones. La entrega final del APE consistirá en una exposición oral grupal donde se expondrán los contenidos de lo trabajado a lo largo de todo el año.

La evaluación de este trabajo se realizará atendiendo a los siguientes aspectos: profundidad, coherencia y adecuación a los contenidos teóricos vistos en la asignatura. Se tendrán en consideración la cantidad y calidad de la información recabada y analizada por el alumno en la resolución de las consignas planteadas. En la entrega final se valorara la claridad, presentación y defensa del caso.

Evaluación parcial

Constara de dos parciales teórico-practico de los contenidos vistos tanto en las clases teóricas como prácticas. Consistirá en un examen escrito individual que se calificara en base a la adecuación de las respuestas a los contenidos teóricos y prácticos desarrollados durante la cursada según el programa de la materia, precisión y claridad expositiva en las respuestas y precisión en el uso de la terminología.

Expresión escrita correcta, presentación adecuada y corrección ortográfica.

La materia tiene modalidad promocional y se requerirá el cumplimiento del 60% de asistencia a clases y aprobación de la APE.

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

9. Justificación – (optativo)



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.