

AÑO:	2023
------	------

### 1- Datos de la asignatura

Nombre	Seminario de Práctica Profesional
--------	-----------------------------------

Código	1118
--------	------

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	x
Optativa	

Modalidad (Marque con una X)

Presencial	x
Híbrida <sup>1</sup>	

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	Segundo Cuatrimestre 3° Año
--	-----------------------------

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	96
Semanal	6 horas

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

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
		6 horas

---

<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
60	1				1

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

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Walter Ariel Borkowski	Mg. En Comercio Exterior-CP /Lic. en Adm.

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	6 hs	10 hs			

### 3- Plan de trabajo del equipo docente

#### 1. Objetivos de la asignatura.

- i) Formar a los futuros profesionales para llevar adelante un plan de negocios internacional.
- ii) Vincular a los alumnos con empresas Pymes locales o regionales que hayan exportado o tengan intenciones de hacerlo.
- iii) Integrar los conocimientos adquiridos en las asignaturas previas.
- iv) Incorporar conocimientos en cuestiones prácticas de la operatoria en comercio internacional. (Regímenes de información, costos de importación e impuestos vinculados)
- v) Vincular a los alumnos con organismos o instituciones locales ( Ej. Secretaria de comercio exterior del municipio, Agencia Argentina de inversiones y comercio exterior, incubadora de empresas de la UNMDP).
- vi) Lograr elaborar una plan de negocios que incluya todos los elementos del Mix de marketing internacional y una oferta exportable.

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

- i) Relevamiento preliminar de la empresa (visión, misión, organización, dirección, antecedentes en el proceso de internacionalización, etc)
- ii) Elaboración de un diagnóstico donde se determine la capacidad y voluntad que posee la empresa para internacionalizarse.
- iii) Análisis de las posiciones arancelarias a exportar y definición de los mercados para llevar adelante los perfiles de mercado.
- iv) Elaborar perfiles de mercado para los países seleccionados.
- v) Elaborar una investigación de mercado que incluya todos los elementos del mix de marketing (producto, precio, promoción y distribución).
- vi) Diseñar un plan de negocios internacional.
- vii) Realizar una devolución con el plan a las empresas participantes.

## 3. Bibliografía (básica y complementaria).

### Bibliografía obligatoria propuesta:

- i) “Práctica Profesional de Negocios Internacionales” Casos, Ejercicios y Documentos. Héctor Félix Arese. Grupo Editorial Norma. Edición 2003.-
- ii) “Gestión del Comercio Exterior”. Varios Autores- Director Jose I. Berman- Fondo Editorial EDICON-Consejo Profesional de Ciencias Económicas de CABA. Edición 2011
- iii) “Pymes Globales” Estrategias y prácticas para la internacionalización de empresas pyme . Carlos Gelmetti, UGERMAN Editor, Edición 2011.
- iv) La internacionalización de empresas y el comercio exterior argentino -Instituto de comercio internacional. 2008- Felix Peña.
- v) “Marketing Internacional” Frank Bradley, Haydeé Calderón-Edit. Pearson Prentice Hall, 5ta Edición 2006.
- vi) “Negocios Internacionales” Competencia en el mercado global, Charles W.L. Hill, Edit. Mc Graw Hill-8va Edición- Edición 2011
- vii) “Revista Pymes , Innovación y Desarrollo - 2018 Vol. 6, No. 1, pp. 3-23” Características de pymes exportadoras : caso Provincia de Santa Fe, Argentina HernánRevale - Facundo Curbelo- RubénAscúa- 2018.
- viii)
- ix) Apuntes de clases.

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

- i) Durante las primeras clases se realizarán encuentros virtuales o presenciales donde se definirán las pautas de trabajo y los objetivos de cada etapa.
- ii) Se compartirán experiencias de empresas exportadoras para que los alumnos puedan tomarlas en la elaboración de su trabajo.
- iii) Los alumnos deberán realizar un trabajo de campo en grupos, vinculándose con empresa locales o regionales (preferentemente Pymes) y desarrollaran un plan de negocios internacional. Lo podrán llevar adelante sobre empresas exportadoras o con intenciones de realizarlo.

#### 5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

- i) Durante las primeras semanas se realizarán encuentros para el armado de grupo y definición de pautas de trabajo.
- ii) Posteriormente se realizará un seguimiento del grado de avance.
- iii) Se realizaran evaluaciones parciales sobre temas claves en el proceso del armado del negocio.
- iv) Se prevén clases especiales con invitados que compartan su experiencia en el ámbito de comercio internacional.
- v) Se realizará una puesta en común con el desarrollo del plan y un informe para la empresa participante.

#### Cronograma de clases 2023

<b>Seminario Práctica Profesional-Período 2023</b>			
<b>Clase</b>	<b>Fecha</b>	<b>Contenido</b>	<b>Actividades</b>
1	25/8/23	Inicio de actividades	Porque Exportar
2	28/8/23	Contenido Plan de Negocios	TP Documentos
3	1/9/23	Diagnostico Análisis estratégico	
4	4/9/23	Inicio de Perfil de Mercado	Trabajo Práctico
5	8/9/23	Forma de Pago Internacional	Entrega de Grupos para Trabajo Final
6	11/9/23	Determinación de los Pefiles de Mercados	
7	15/9/23	Exporta Simple-Definición y Casos	
8	18/9/23	Introducción Informe 3 (Investigación de Mercados)	
9	22/9/23	Producto a Exportar (Estandarización/Adaptación)	
10	25/9/23	Precios de Exportación forma de determinación	TP
11	29/9/23	PRIMERA ENTREGA (INFORMES 1 Y 2)	
12	2/10/23	DEVOLUCIÓN ENTREGAS PRIMER PARCIAL//CLASE ESPECIAL INVITADO-EXPERIENCIA EXPORTADORA	
13	6/10/23	Determinación de lote mínimo de exportación y precio competitivo	
14	9/10/23	RECUPERATORIO ENTREGA (INFORMES 1 Y 2)	TP con documentación
15	13/10/23	FERIADO	
16	16/10/23	FERIADO	
17	20/10/23	DEVOLUCIÓN ENTREGAS RECUPERATORIO PRIMER	
18	23/10/23	Distribución formas y canales / Promoción internacional- Acciones clásicas y modernas	
19	27/10/23	Costos de Importación determinación (Costo Vs Impuestos)	
20	30/10/23	CLASE ESPECIAL INVITADO-EXPERIENCIA EXPORTADORA	
21	3/11/23	Plan de Negocios armado y definición de oferta Exportable	
22	6/11/23	Regimen de información (Relevamiento de Activos y Pasivos Externos) Com A 6401 BCRA	Videos Explicativos
23	10/11/23	Régimen de Operaciones Internacionales y Precios de Transferencia	Videos Explicativos
24	13/11/23	Repaso y casos de armado de plan de negocios	
25	17/11/23	CLASE ESPECIAL INVITADO-EXPERIENCIA EXPORTADORA/CONSULTAS	
26	20/11/23	FERIADO	
27	24/11/23	CLASE DE CONSULTA ARMADO DE INFORMES Y PLAN DE NEGOCIOS	
28	27/11/23	SEGUNDA ENTREGA (INFORMES 3 Y 4)-EXPOSICION (3 GRUPOS)	
29	1/12/23	SEGUNDA ENTREGA (INFORMES 3 Y 4)-EXPOSICION (3 GRUPOS)	
30	4/12/23	DEVOLUCIÓN SEGUNDA ENTREGA (INFORMES 3 Y 4)-EXPOSICION	
31	8/12/23	FERIADO	
32	11/12/23	RECUPERATORIO ENTREGA (INFORMES 3 Y 4)	
33	15/12/23	CLASE FINAL CON CONCLUSIONES Y COMENTARIOS	
34	18/12/23	CLASE DE CONSULTA TEMAS DE INTERES	
35	22/12/23	DEVOLUCIÓN RECUPERATORIO (INFORMES 3 Y 4)	

6. Procesos de intervención pedagógica.

- i) Encuentros semanales presenciales o virtuales. Inicialmente con pautas y consignas de trabajo y posteriormente con seguimiento de avances.
- ii) Los contactos semanales podrán realizarse a través de reuniones virtuales.

7. Evaluación

El alumno deberá entregar 3 trabajos prácticos (APEs) durante la cursada. Dichos trabajos serán teórico práctico y con temáticas a definir. Se requiere para la promoción de la asignatura, la aprobación de 2 APEs.

Los parciales y sus respectivos recuperatorios consistirán en entregas de avances significativos sobre el plan de trabajo. El primero será escrito y el segundo consistirá en una puesta en común oral.

La asistencia a clases requiere de un 60% de presencia por parte de los alumnos como requisito para la promoción de la cursada.

Para poder promocionar la materia, ambos parciales o recuperatorios deben aprobarse con 4 o nota mayor y la suma de dichas calificaciones debe ser igual o superior a 12. Debe además cumplir con los requisitos de asistencia y APEs mencionados anteriormente.

La instancia evaluativa final se dará si el alumno no cuenta con alguno de los tres requisitos para promocionar la materia, habiendo aprobado ambos parciales con nota de 4 o 5, o si aprueba la instancia de evaluación habilitante, para la cual se requerirá el requisito de aprobación de APEs. La nota será numérica y en el caso en que el alumno desaprobe el examen final (nota menor a 4) en la primer instancia, tendrá otras tres fechas para volver a rendirlo.

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

9. Justificación – (optativo)