

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

**A N E X O II**  
**RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18**

**AÑO:** 2025

**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 <sup>1</sup>	

Nivel (Marque con una X)

Pregrado	x
Grado	

**Área curricular a la que pertenece** |

**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
		6 hs

Relación docente - alumnos:

\_\_\_\_\_

<sup>1</sup> Ver instrucciones anexas

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

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

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Orellano, Bárbara Belén	Lic. en Comercio Internacional
2.	Porta, Valeria Soledad	Lic. en Comercio Internacional

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	6hs	10hs			
2.					x						x			x	6hs	10hs			

(\*) 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.

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.**

Las actividades de aprendizaje combinarán clases teóricas participativas con clases prácticas. Se trabajará con casos reales y ejercicios que permitan aplicar los conceptos vistos. Los estudiantes resolverán actividades individuales y grupales para fomentar el análisis y el trabajo en equipo.

Como parte del curso, se realizará una Investigación de Mercados Internacionales, aplicando los contenidos aprendidos, considerando un producto con potencial exportador. Además, se evaluará el progreso mediante dos exámenes parciales con contenidos teórico-prácticos.

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

<b>Fecha</b>	<b>Apartado</b>	<b>Contenidos</b>
30/4/2025	Sección I	Clase Presentación. Régimen Materia. Conceptos Introdutorios.
2/5/2025		<b>FERIADO</b>
7/5/2025	Sección I	Relevancia de la investigación de mercados para la toma de decisiones.
9/5/2025	Sección II	Determinación de los objetivos de la investigación. 3 Factibilidades. Fuentes de información.
14/5/2025	Sección II	Tipos de diseño de investigación . Cuantitativa. Entrega formal APE 2
16/5/2025	Sección II	Tipos de diseño de investigación . Cualitativa. Estructuras básicas. Plan de muestreo.
21/5/2025	Sección II	Como detectar potenciales clientes en mercados extranjeros? Presupuesto.
23/5/2025	Sección III	Métodos para recolectar información. Datos primarios.
28/5/2025		Repaso Parcial
30/5/2025		<b>1° PARCIAL</b>
4/6/2025	Sección III	Fuentes secundarias internas y externas. Agencias de promoción y herramientas.
6/6/2025		RECUPERATORIO PARCIAL
11/6/2025	Sección III	Investigación de mercados de servicios. Desafíos y particularidades. Entrega formal APE 2
13/6/2025	Sección III	Investigación exploratoria destinada a descubrir oportunidades de negocios.
18/6/2025	Sección IV	Estudio de casos. Análisis de datos y conclusiones.
20/6/2025		<b>FERIADO</b>
25/6/2025		Repaso Parcial
27/6/2025		<b>2° PARCIAL</b>
2/7/2025		Avances Plan APE
4/7/2025		RECUPERATORIO 2° PARCIAL
9/7/2025		<b>FERIADO</b>
11/7/2025		Avances Plan APE
16/7/2025		Entrega formal APE 3
18/7/2025		Cierre cursada. Devolución Resultados TP APE.

## 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.
- **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 en 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. Trabajo con casos 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 a 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 promocionar la asignatura la aprobación de 2 de las 3 actividades.

**EVALUACIÓN HABILITANTE:** Los alumnos que no hayan aprobado uno de los dos parciales indicados tendrán la posibilidad de rendir un examen habilitante. 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:** Promocionará la asignatura el alumno que cumplimente los siguientes requisitos:

- a) Haber aprobado la totalidad de las evaluaciones parciales, logrando una nota promedio de seis (6) o más.
- b) Haber aprobado el 50% de las actividades pedagógicas evaluativas a los efectos del cursado y promoción, instrumentadas. Para el caso de instrumentarse tres (3) actividades pedagógicas deberá aprobarse dos (2) de ellas.

## **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 – (optativo)**



Mar del Plata, 25 de abril de 2024

VISTO el Plan de Trabajo Docente (P.T.D.) de la asignatura "Investigación de Mercados Internacionales", correspondiente a la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercio Exterior, elevado por la Coordinadora de carreras de pregrado para su aprobación, para el primer cuatrimestre del presente Ciclo Lectivo 2024, -Expediente EX - 2024 - 943 - 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° 3, de fecha 10 de abril de 2024.

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

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

ARTÍCULO 1º: Aprobar, para el primer cuatrimestre del Ciclo Lectivo 2024, el Plan de Trabajo Docente, (P.T.D.) de la asignatura "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES", de la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercio Exterior, que se adjunta a la presente.

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

ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO OCA - 2024 - 228 - FCEYS # UNMDP

Firmado a través del Sistema Único Documental (SUDOCU)

Mg. Fernando A. HAMMOND - Secretario Académico

C.P. Esther CASTRO - Decana