m  t



1

D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s

1

2

2

2

 (Primero-Segundo-Tercero)



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE**   
 **LA MATANZA**

    Departamento de Ciencias Económicas

Nombre de la Carrera : Licenciatura en Comercio Internacional

Nombre de la Asignatura

Práctica Profesional  **Código 2458**

Ciclo Lectivo: 2019

  Cuatrimestre : Primero – Segundo - Tercero

  Profesor/a a Cargo: Lic. Mario Ignacio Mochetti

 Contador Público- Licenciatura en Administración- Licenciatura en Comercio Internacional   
Nombre de la Asignatura

(En función de su uso habitual , el término “asignatura” se hace   
extensivo a otras formas de organización de actividades de enseñanza y aprendizaje, tales como

cursos, seminarios, talleres, prácticas, pasantías, residencias).

2

1

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s

**3**

4

 Nombre de la Asignatura

 Contenidos que figuran en el Plan de Estudios y que recibieran la aprobación del Consejo Superior de la



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

1- **PROGRAMA DE  Práctica Profesional**

**Código: 2458** 

2-  CONTENIDOS MÍNIMOS

UNIDAD 1

 La ética social en la gestión de los negocios internacionales. La responsabilidad

y  competencia  profesional  en  equipos  interdisciplinarios.  Marco  Teórico

Metodológico para la elaboración de un diagnóstico y diseño de proyecto de

comercialización internacional.

UNIDAD 2

El método científico de la investigación de mercados, actividades prácticas de

campo referentes a: establecimientos de objetivos de investigación, planteo de

hipótesis. Presentación de casos a desarrollar, practicas de campo sobre:

Fuentes de información, métodos para Obtener datos primarios.

UNIDAD 3

3

4

2

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



Caso sobre empresa / producto en desarrollo: practica de campo y aplicación

de  muestreo,  (probabilístico  y  estratificado),  tamaño.  Aplicación  práctica,

desarrollo y diseño de una Estrategia Integrada de Comercialización

UNLM y el de las autoridades pertinentes del Ministerio de Cultura y Educación.

3

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

 UNIDAD 4

Aplicación Práctica: Estrategias para el análisis de la Información y modelos

clásicos

de

Investigación

motivacional,

investigación

de   motivaciones,

determinantes

psicológicos

del

comportamiento

de

compra,

factores

psicológicos  que  afectan  la  demanda,  imagen  de  producto,  investigación

motivacional, modelo de comportamiento para analizar compradores.

UNIDAD 5

Problemáticas actuales que afectan al comercio internacional, tendencias en el

transporte mundial de cargas comerciales, seguros en el comercio exterior,

costos de importación y exportación, aplicación de todos los ítems al caso

práctico en desarrollo.

UNIDAD 6

Sistemas de pago en comercio internacional, evaluación económico financiero

de los proyectos, modelos de presentación: informes o tesinas. Legislación en

proyecto acerca de la incumbencia de los graduados en comercio internacional.

4

**PROGRAMA DE ASIGNATURA**



D



e a



p r



 t



 a e



m  t



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm

3.2 - Carga horaria semanal 8 hs



i a

3.3 - Carga horaria clases teóricas. 4 hs



c s

3.4 - Carga horaria clases prácticas. 4 hs



**FORMULARIO Nº 2**

3- CARGA HORARIA :

3.1 - Carga horaria total 136 hs

4- SÍNTESIS DEL MARCO REFERENCIAL DEL PROGRAMA

Deberá incluir:

4.1 -El propósito de la asignatura;

Es de destacar que se   entiende como  uno  de los  propósitos   
 fundamentales, el abordaje de temáticas  especificas respecto a las

posibles competencias de un profesional en comercio internacional,   
 que    se    correspondan  con  cuestiones      de  interés  nacional  e

internacional  y  que  al  mismo tiempo coincidan  con  un vacio   
 temático no contenido en la curricula general o si bien lo fue,  pero no

con la profundidad que la realidad económica vigente, justifica de    
 manera  indiscutible, respecto  del  desarrollo pragmático de  la   
 asignatura, tiende a la preparación del profesional en su iniciación y

futura formación en las distintas especialidades por las que opte

;

4.2 - Los prerrequisitos de aprendizaje o conocimientos previos que   
 supone de  acuerdo con  su  ubicación  y articulación en  la  estructura

del  Plan  de Estudios;

Se cree sumamente necesario que el alumno al llegar al cursado de esta   
 asignatura,  cuente con los conocimientos y la aprobación de los pilares

más  importantes  respecto  de  la  formación  de  un  profesional  en   
 comercio internacional.

5

m  t



de

laintegración

como,

así

docente,

plantel

de

profundización

y

actualización

necesaria

de

abordajes

4. -

D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

Se entiende a la misma, como el corolario, la finalización, la ultima   
 instancia académica por parte del alumno, en la cual se integraran,

profundizarán y actualizarán los conocimientos alcanzados durante el   
 desarrollo del resto de la curricula

3 La relevancia de la temática a abordar en el contexto de la carrera;

Que el alumno,  próximo a graduarse como un profesional en la   
 materia, cuente con una instancia académica en pos de la integración

conceptual,  la  profundización  de  los  pilares mas  importantes y   
 fundamentalmente, con el desarrollo teórico/practico  de necesaria y   
 buscada  interacción  grupal  respecto  de  las  particularidades  mas   
 salientes de la economía nacional e internacional en referencia a las

incumbencias de un profesional en  la  materia, se entiende como   
 relevante en el contexto de la carrera cursada.-

4.4  -Los aspectos de la temática que se van a priorizar;

Se dará  prioridad a las  temáticas que se correspondan con cuestiones,   
 que al  momento del desarrollo de  la asignatura, coincidan con

un   
profesional en comercio internacional, del mismo modo que aquellas

que hacen  a  la integración  conceptual de  los pilares fundamentales   
en la formación de un graduado en la materia.

4.5-Cualquier otro elemento que a juicio del docente facilite la    
comprensión del proyecto de  trabajo;

La planificación, el desarrollo y la presentación de un trabajo de   
 investigación grupal a lo largo del  cuatrimestre, tutoreado por el

las   
investigaciones grupales como material de estudio de una

diferentes

6

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO**

**Nº 2**

evaluación oral final para cada uno los alumnos, componen las bases   
 del proyecto de trabajo

4.6-Metodología en la cual se desarrollarán las clases teóricas;

La  metodología  en  general  a  aplicar  consistirá:  a-Presentación   
 conceptual y encuadramiento del tema a desarrollar B-Informe a los

alumnos de la bibliografía básica y secundaria a    
considerar para la profundización del tema a desarrollar

c-Desarrollo y explicación del tema definido

Permanentemente se promoverá el debate e intercambio de opinión, se   
 buscara la ejemplificación de lo abordado en términos teóricos, con un   
 caso de la realidad actual,  se fomentara la investigación por parte del   
 alumnado  en  pos  de  conocer  las  diferentes  posturas,  versiones

existentes, así como se utilizaran distintas metodologías pedagógicas   
 al  alcance  del  docente  (Filminas,  uso  del  pizarrón,  rota  folios,

trasparencias, etc.)

4.7-Metodología en la cual se desarrollarán las clases prácticas.

Tanto  el  profesor  a  cargo  del  curso,  como  el  Jefe  de  trabajos   
 prácticos u ambos, se dedicaran a guiar y monitorear el desarrollo de

los trabajos y actividades prácticas previstas.

Se dividirán a los alumnos en  grupos que no excedan en 5/6 el numero   
 de integrantes, (para el  caso de trabajos grupales),  se definirán

mecanismos de seguimiento y asistencia clase por clase para todos los

7

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

grupos resultantes, se establecerán fechas puntuales de presentación   
(escrita y oral) de todas las investigaciones,  se destinara tiempo a la

reflexión, evacuación de dudas y/o

8

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s

6

7



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº  2**

interrogantes que pudieran producirse a lo largo de la metodología   
 general aplicada.

 5- OBJETIVO ESTRUCTURAL /FINAL DEL PROGRAMA

Que el alumno pueda:

-Aplicar todos los herramentales  teóricos y prácticos que recibió a través del   
 desarrollo de la Curricula, a fin de poder brindar asesoramiento integral en

operaciones de comercio internacional a las diferentes tipos de organizaciones,   
 estatales, privadas y mixtas.

-Incorpore a la ética social como parte indispensable en la gestión de los   
 negocios internacionales

-Comprenda la importancia que tiene para poder gestionar en  el  comercio   
 internacional, la capacitación constante y permanente.

-Reflexione acerca de la necesidad de estar capacitado para poder desarrollar   
 actividades en equipos interdisciplinarios.

-Comprenda la importancia que tiene para las organizaciones la obtención y el   
 manejo de la información

- Logre evacuar dudas, vacíos temáticos dados los cambios en el contexto   
 normativo de aplicación y en consecuencia poder aplicar todo ello en campo de   
 la practica profesional competente.

6-UNIDADES DIDÁCTICAS

6

El Objetivo Estructural deberá expresar qué se espera que el estudiante sepa y sepa hacer al finalizar el

Curso. Se pone de manifiesto el comportamiento esperado, el estado futuro deseado al que se llega a través   
de una acción planificada.

9

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a

La secuencia por unidades deberá guardar congruencia entre sí.

6.3- Descripción analítica de las actividades teóricas.



**FORMULARIO Nº 2**

c s

Recuerde citar correctamente la Bibliografía.

6.4- Descripción analítica de las actividades prácticas.    
6.5- Bibliografía



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

7. En cada Unidad se incluirá el o los objetivos propios de la misma y el contenido temático, de acuerdo con   
 la  construcción teórico-metodológica realizada por la Cátedra, así como la bibliografía específica.

Se  remite  a  los  objetivos  generales  de  la  asignatura,  toda  vez  que  los   
 contenidos mínimos de las  Unidades  pragmáticas,  son inescindibles y por ende

acumulativas, en la medida que avanza el tiempo de realización de la práctica   
 profesional.

Asimismo,  conforme  prescribe  la  Resolución  Nro.  029  del  H.  Consejo   
 Superior de la UNLAM del 19 de marzo de 2003, se ha de proceder en forma

individual la realización de un trabajo de practica profesional, supervisado y   
 orientado  por  los  Señores  profesores  y  auxiliares  docentes,  tendiente  a

cumplimentar dicha resolución y asegurar de ese modo una mejor formación   
 profesional.

En cada unidad se debe incluir:    
6.1- Contenidos.

6.2- Objetivos.

 UNIDAD 1

6-1 El ejercicio de la profesión del Licenciado en Comercio Internacional. Su

vinculación  con  los  agentes  o  auxiliares  de  la  Profesión.  Análisis  de  las

posibles incumbencias profesionales. La Ética en la gestión de los negocios

10

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

internacionales.

El papel de la investigación en los negocios, antecedentes, importancia de la

Investigación  de  mercados,  actividades  prácticas  de  campo  referentes  a:

búsqueda de información.

6-2 Que el alumno en base a los conocimientos recibidos a lo largo de la curricula

, pueda identificar claramente el alcance de su posible  inserción profesional así

como cotejar por medio de la realización de una actividad practica la interacción

con los auxiliares de la profesión

6.3

1-Analisis  y  revisión  de  los  agentes  o  auxiliares  que  intervienen  en  la

operatoria del comercio internacional

2-Incumbencias Profesionales del profesional en comercio exterior /

Evolución respecto de otras disciplinas /  Situación Actual

6.4

1-Investigacion bibliográfica  respecto de las actividades desarrolladas por los

agentes del comercio

2-a través del diseño y la efectivizacion de encuestas, se cotejara lo recabado en

términos teóricos  con la realidad operativa  a nivel  del comercio internacional

3-Trabajos grupales con exposición  y debates intergrupales , moderados y y

tutoreados por el cuerpo docente ( metodología)

6.5 Diccionario de Comercio Internacional – Osorio Arcila – Grupo

11

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

Editorial Iberoamerica, Mexico 1995 / Tuller, L The World Markets Desk   
 Books, MC Graw Hill – EE.UU 1993 / Arese Hector- Pratica Profesional de   
 negocios Internacionales – Bs As 2003 / Comercio Exterior Digesto   
 practico de la ley – Pranteda Nicolas – Editorial la Ley – En español - /

Investigacion de mercados -Autor ZIKMUND WILLIAM G. BABIN BARRY    
J. Editorial CENGAGE LEARNING Edición Número 9 **Idioma Español**

**Investigación de Mercados** Autor MALHOTRA NARESH K. Editorial    
PEARSON ADDISON-WESLEY Edición Número 5

**Idioma  Español    /**Marketing Internacional – Cateora ,P, Irwin, 1995   
 UNIDAD 2

El método científico de la investigación de mercados, actividades prácticas de   
 campo referentes a: establecimientos de objetivos de investigación, planteo de   
 hipótesis. Presentación de casos a desarrollar, practicas de campo sobre: Fuentes

de información, métodos para Obtener datos primarios

6.2 Objetivo

Se entiende de vital importancia que el alumno se encuentre en condiciones   
 teórico/practicas de dar lugar a la formación de la mejor estrategia para salir al   
 mercado exterior

6.3

1-Definicion del objetivo y del objeto de la investigación 2/ Definición de   
 Fuentes/ Recopilación de Datos. Fuentes primarias y secundarias 3/ Análisis,

clasificación e interpretación

6.4

 1-Investigacion  bibliográfica  respecto  de  los  elementos  esenciales  de  una

investigación

12

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

2-a través del diseño y la efectivizacion de encuestas, se cotejara lo recabado en

términos teóricos  con la realidad operativa  a nivel  del comercio internacional

 3-Trabajos  grupales  con  exposición  y  debates  intergrupales  ,  moderados  y

tutoreados por el cuerpo docente ( metodología)

6.5 /

Marketing Version para Latinoamerica – Philip Kotler – Gary Amstrong –   
 Decimoprimera edición – Pearson – Prentice Hall

Investigación de Mercados, guia maestra para el profesional – Jeffrey Pope –   
 Editorial Norma

 Investigación Integral de mercados – Jany J N.C . Editorial Mc. Graw Hill

Fundamentos del Marketing – Stanton William, Etzel Michael y Walquer    
Bruce. Editorial Mc. Graw Hill

Arese Hector- Practica Profesional de negocios Internacionales – Bs As 2003

Nuevos Principios del Comercio Internacional – Ledesma, Carlos – Machi .1997

13

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

Estrategias para la competitividad internacional – Monteverde Agustin – Macchi   
 . 1992

14

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

UNIDAD 3

 Caso sobre empresa / producto en desarrollo: practica de campo y aplicación  de

muestreo,   (probabilístico    y    estratificado), tamaño.    Aplicación  practica,

desarrollo y diseño de una Estrategia Integrada de Comercialización

6.2

Que el alumno integre todos los conocimientos adquiridos en el resto de   
 la curricula en un caso práctico relacionado con la expansión de la empresa   
 a través de nuevos productos

6.3

1-Matriz producto /mercado / Matriz de crecimiento y expansión / 2- Muestreo   
 probabilístico y estratificado / 3- Revisión de los conceptos estadísticos básicos

para el desarrollo de la unidad    
6.4

 1-Sellecion /Diseño del Caso / 2- Presentación grupal respecto a la aplicación   
 de las herramientas estadísticas / Presentación grupal respecto a la integración

de los conceptos desarrollados 6.5

Estadistica Aplicada a los negocios y la economía -  Autor LIND DOUGLAS    
A. MARCHAL WILLIAM G. , WATHEN SAMUEL A. Editorial

MCGRAW-HILL Edición Número 13    
**Idioma Español**

Investigación de Mercados, guía  maestra para el profesional – Jeffrey Pope –   
 Editorial Norma

Marketing  Versión  para  Latinoamérica  –  Philip  Kotler  –  Gary  Amstrong  –   
 Decimoprimera edición – Person – Prentice Hall

15

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

  Investigación Integral de mercados – Jany J N.C . Editorial Mc. Graw Hill

Fundamentos del Marketing – Stanton William, Etzel Michael y Walquer Bruce.   
 Editorial Mc. Graw Hill

UNIDAD 4

 6.1

Aplicación Práctica: Estrategias para el análisis de la Información y modelos

clásicos

de

Investigación

motivacional,

investigación

de

motivaciones,

determinantes

psicológicos

del

comportamiento

de

compra,

factores

psicológicos  que  afectan  la  demanda,  imagen  de  producto,  investigación

motivacional, modelo de comportamiento para analizar compradores.

6.2

Trabajar en profundidad la influencia del comportamiento de la demanda en una   
 estrategia integrada de comercialización

6.3

1-Desarrollo de clases presenciales por parte de los alumnos tendientes a revisar   
 los principales aspectos teóricos de la Unidad

6.4

1-Analisis de recortes periodísticos y de revistas especializadas / 2 –   
 Investigación bibliográfica por parte de los alumnos 3 – Presentación oral   
 grupal por parte de los alumnos

6.5

Estadística Aplicada a los negocios y la economía -  Autor LIND DOUGLAS

16

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

A. MARCHAL WILLIAM G. , WATHEN SAMUEL A. Editorial    
MCGRAW-HILL Edición Número 13

**Idioma Español**

**MARKETING INTERNACIONAL**Autor MORENO JOSE MARIA   
MACCHI MAXIMILIANO FANTASIA Editorial MACCHI

Edición Número 3 **Idioma Español**

Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing - Autor PETER J. PAUL   
 OLSON JERRY C. Editorial MCGRAW-HILL Edición Número 7

UNIDAD 5

6.1

Problemáticas actuales que afectan al comercio internacional, tendencias en el

transporte mundial de cargas comerciales, seguros en el comercio exterior,

costos de importación y exportación, aplicación de todos los ítems al caso

práctico en desarrollo.

 6.2

Se pretende que el alumno aglutine y analice en forma conjunta las diferentes

problemáticas vigentes en materia de comercio exterior, fundamentalmente en

relación a los costos de la operatoria comercial internacional

 6.3

1-Clases teóricas a cargo del cuerpo docente ( abarcando cargas/seguros /

 costos de importación y exportación)

17

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

 6.4

1-Presentacion de casos por parte de los alumnos 2 – incorporación a los casos

planteados  de  las  problemáticas  definidas  3-  Presentación  grupal  de  las

conclusiones encontradas 4 – Debate e intercambio de ideas

6.5

Aspectos Básicos del tributo al comercio exterior regidos por la legislación aduanera   
 Autor BIBILONI MARIO JORGE Editorial MACCHI

Manual Básico de Logística Integral Autor URZELAI INZA AITOR Editorial   
 DIAZ DE SANTOS

Arese Hector- Practica Profesional de negocios Internacionales – Bs As 2003

Logistica y costos  - autor: Mauleon Torres Mikel – Editorial Diaz de Santos

Código Aduanero Comentado – Alsina M; Barreira E y otros –, Abeledo Perrot,   
 1993

UNIDAD 6

6.1  Sistemas  de  pago  en  comercio  internacional,  evaluación  económico

financiero  de  los  proyectos,  modelos  de  presentación:  informes  o  tesinas.

18

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

Legislación  en  proyecto  acerca  de  la  incumbencia  de  los  graduados  en

comercio internacional

 6.2

Que el alumno incorpore en un trabajo final revisado en esta ultima y el resto de

las Unidades descriptas

Hacer participe a los futuros graduados de la situación y las posibilidades

respecto  de  la  definición  y  reglamentación  en  materia  de  incumbencias

profesionales inherentes al profesional en comercio internacional.-

6.3

1-Monitoreo  y  moderación por  parte  del  plantel docente  respecto  de  los

principales sustentos teóricos de los casos desarrollados

6.4

 1-Presentacion grupal por parte de los alumnos

2-Debates  abiertos  agrupando  todos  los casos  presentados  y  los  fundamentos

teóricos relacionados

6.5

Arese Hector- Practica Profesional de negocios Internacionales – Bs As 2003

19

m  t



5

D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

Incoterms contratos y comercio exterior - Autor FRATALOCCHI ALDO Editorial   
 MACCHI

Trabajo Final, tesinas y tesis – Iglesias Gabriela / Resala Graciela – Editorial   
 Cooperativas -

Tesis Tesinas, monografías e informes – Autor Botta Mirta – Editorial Biblos –   
 Edición numero 2

Cámara de Comercio Internacional de Paris, Brocchure, números 500 y 522,   
 Publicación Oficial de la Cámara, 1997

La  Convención  de  las  Naciones  Unidas  sobre  los  contratos  de  compraventa   
 internacional de mercaderías” La Ley tomo 1985-A Sec.Doctrina. 1985

Estadistica Aplicada a los negocios y la economía -  Autor LIND DOUGLAS    
A. MARCHAL WILLIAM G. , WATHEN SAMUEL A. Editorial

MCGRAW-HILL Edición Número 13    
**Idioma Español** 

Marketing Versión para Latinoamérica – Philip Kotler – Gary Amstrong –    
Decimoprimera edición – Person – Prentice Hall

7- ESQUEMA DE LA ASIGNATURA

5

 Se  explicitará,  en  forma  de  Esquema,  la  estructura  entre  los  conceptos  básicos  de la  asignatura,   
 seleccionados sobre la base de la construcción teórico-metodológica realizada por el /los docentes de la

Cátedra. (Puede ser ubicado como Anexo).

20

m  t



6

EVALUACIONES

D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

Para la tarea indicada en los objetivos ha de existir orientación, con inclusión de algunas   
clases teóricas en temas que se introducen el la Asignatura, tal como tendencias

comerciales y profesionales actuales, modificaciones importantes en el entorno a la   
practica del profesional en Comercio Internacional. Se prevé para completar esta

formación la visita y la entrevista a organismos competentes en cada una de las temáticas   
relacionadas.

8- DISTRIBUCIÓN DIACRÓNICA DE CONTENIDOS Y ACTIVIDADES y

6

GANTT

Contenidos

/

Actividades

/

Evaluaciones

SEMANAS

 Señalar las modalidades que se adoptarán en el proceso de orientación del aprendizaje. Ejemplos:    
 -Conferencia; Video-Conferencia.

21

m  t



-Resolución de Problemas; Intercambio y Explicación de Resultados.   
 -Talleres de Producción. -Otros.

-Grupos de Discusión de Experiencias; de Aportes Teóricos; de Documentos o Materias Especiales;

D



etc.

e a



-Análisis de Casos y /o de Aplicaciones Prácticas.

p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



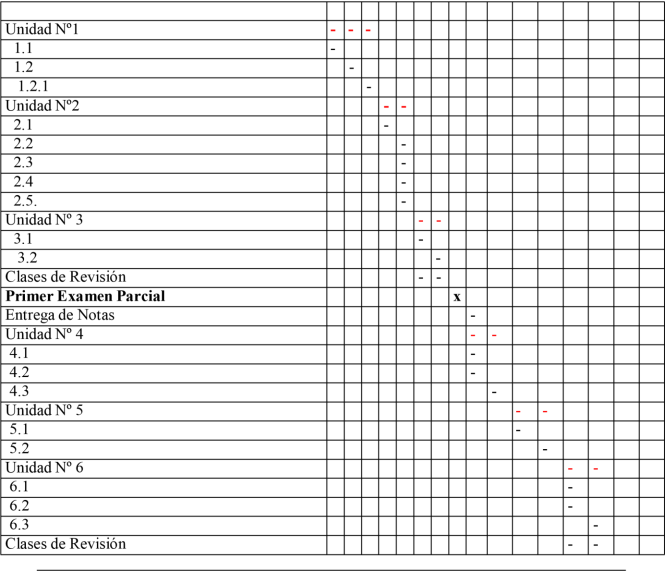
i a



c s

-Elaboración y discusión de Propuestas y/o Proyectos.

**modalidades**seleccionadas para su mejor aprendizaje y las **Fechas**y **Características de la Evaluación**



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

1  2    
3  4  5  6  7  8  9   10  11  12  13  14  15  16

-Realización de Observaciones en Campo, Entrevistas, Búsqueda Documental y /o  Bibliográfica; etc.

Distribuir en un GANTT : los **Contenidos Temáticos**seleccionados en las Unidades Didácticas junto a las

22

i a



**S**

11

Cantidad y Forma de Evaluaciones Parciales: Coloquio, Pruebas Escritas; Trabajo de Investigación,

Según lo dictaminado por las autoridades pertinentes de la Universidad, deberá incluirse:

  10- BIBLIOGRAFÍA GENERAL

9- EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN

D



**eg**

Monografías;: Exposiciones; etc.

- El Régimen de Promoción;:

e a



E t

**un**

p r



n reg

**do**

 t



**E**

 a e



**x**

m  t



**am**

n



  a de N

**en**

o d



   o a

**P**

 e



t

**a** **c**

 C



**r**

 i



**i**

e c



s. R  is

**al**

n



   ev

i s



i

a



ó

 E



n

 c



**E** **amen**  **ecup** **ratorio**

 de

on



**x**      **R**

   E

óm



á



m



e



n



e



s



c s

.

Firma       t



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

**x**

**e**          
de Ac as

  x

-

**x**   
-

 Se incorpora la carga horaria equivalente a una semana de clase con el propósito

de profundizar en actividades aplicadas

10

Se prevé una presentación o ponencia final que aglutine los distintos aspectos teóricos   
desarrollados por los distintos equipos de alumnos. Posterior a la presentación oral y escrita

de cada uno de estos.

Sin prejuicio de ello, los alumnos deberán rendir un examen escrito, correspondientes a los   
 Estados de avance  de todas la temáticas alcanzados para la novena semana del dictado de la

asignatura

11

10

-   
-

La Modalidad de Cursado;

-

Características de las Evaluaciones Parciales y Final;

Deberán citarse los textos y documentos mencionados en cada unidad, agregándosele toda la bibliografía   
de ampliatoria.

23

m  t



**Si se trata de un artículo:**

-Apellido/s y Nombre/s del autor/es (recopiladores, encargados de la edición, etc) -Fecha

D



de publicación

e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a

-Lugar de publicación

-Fecha

-Número del volumen (a veces también número de salida)

repartición en su idioma original.



c s

-Nombre de la editorial

ANDER-EGG, Ezequiel (1980) *Técnicas de investigación social .*Argentina. Cid Editor

-Título del artículo

-Páginas que ocupa el artículo

Estados Unidos. Departament of Agriculture



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**  
**Si se trata de un libro**:

**FORMULARIO Nº 2**

-Título completo del libro (y subtítulo si lo hubiere)

-Título de la serie, si la hay, y volumen o número que ocupa en ella -   
 Edición, si no es la primera: 2ª,  3ª,  etc.

-Apellido/s y Nombre/s del autor/es

-Nombre de la revista, publicación periódica o volumen colectivo

BERTOMEU, María Julia (1997).*El eticista como Anthropos Megalopsychos. De la tiranía de los*  
 *principios a la tiranía de los expertos.*Análisis filosófico. Volumen XVII, Número 2. 137-156

**Publicaciones de Reparticiones Oficiales:**

Se encabezan con el nombre en castellano del país, provincia o municipio, según sean dichas reparticiones   
 nacionales, provinciales o municipales, respectivamente. A continuación se escribe el nombre de la

**Publicaciones de Entes:**

Se encabeza con el nombre en su idioma original, y en su mismo idioma se continúa con el nombre de la   
 cuidad  en  que  se  encuentra  la  sede.  (  Se  consideran  entes:  Universidades,  colegios,  bibliotecas,   
 conservatorios, archivos, museos, galerías, monasterios, hospitales, cementerios,, asilos, cárceles, teatros,

asociaciones locales, nacionales o internacionales, corporaciones, sindicatos, federaciones, clubes, órdenes   
 religiosas, partidos políticos, etc.)

**Instituciones con Siglas:**

Se catalogan consignando la sigla  como palabra de orden (cuando la sigla es de uso corriente: C.E.P.A.L. ,   
 O.E.A. , O.N.U., U.N.E.S.C.O. , etc.) en todos los demás casos se consigna el nombre completo y no la sigla.

**Constituciones, Códigos, Leyes, Decretos, Ordenanzas,**etc.:

24

m  t



Se consigna: 1)Apellido y nombre del autor, 2)Título del artículo. 3) Nombre de la publicación. 4)Lugar   
 donde se edita. 5)Época, serie, fascículo o volumen. (Si se trata de un diario, la sección). 6)Fecha de edición.

Se catalogan por su subtítulo, escribiendo con mayúscula la primera palabra que no sea artículo, luego se   
 indica el lugar de publicación, el nombre del editor y las fechas extremas de publicación.

Se encabeza con el nombre del congreso en castellano si es internacional, y en la lengua del país en que se

**Censos:**

Se catalogan mediante un encabezamiento integrado por el nombre del país, provincia o municipio en

D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s

Argentina (1995)*Ley de Educación Superior*

Argentina (1914)*Censo*. Tercer censo nacional

Congreso Internacional de Americanistas



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

castellano y las palabras leyes, decretos, etc.

Se catalogan consignando el nombre del país en castellano y la palabra censo.

**Publicaciones de Congresos:**

realizó, en los demás casos.

**Enciclopedias, diccionarios, anuarios, almanaques, guías:**

ENCICLOPEDIA Universal Ilustrada

**Artículos aparecidos en publicaciones periódicas:**

7)Páginas topes que abarca el artículo . (Si se trata de un diario, columnas)

Practica  Profesional  de  Negocios  internacionales  –  De  Hector  Felix  Arese  –   
 Editorial Norma. 2003

Código Aduanero Comentado – Alsina M; Barreira E y otros –, Abeledo Perrot,   
 1993

 Marketing Internacional – Cateora ,P, Irwin, 1995

 Derecho Comercial y económico. Contratos. Depalma, 1991

Incoterms contratos y comercio exterior - Autor FRATALOCCHI ALDO Editorial   
 MACCHI

25

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

Trabajo Final, tesinas y tesis – Iglesias Gabriela / Resala Graciela – Editorial   
 Cooperativas -

Tesis Tesinas, monografías e informes – Autor Botta Mirta – Editorial Biblos –   
 Edición numero 2

Nuevos Principios del Comercio Internacional – Ledesma, Carlos – Machi .1997

Estrategias para la competitividad internacional – Monteverde Agustin – Macchi   
 . 1992

Cámara de Comercio Internacional de Paris, Brocchure, números 500 y 522,   
 Publicación Oficial de la Cámara, 1997

La  Convención  de  las  Naciones  Unidas  sobre  los  contratos  de  compraventa   
 internacional de mercaderías” La Ley tomo 1985-A Sec.Doctrina. 1985

Investigación de Mercados, guia maestra para el profesional – Jeffrey Pope –   
 Editorial Norma

 Investigación Integral de mercados – Jany J N.C . Editorial Mc. Graw Hill

Diccionario de Comercio Internacional – Osorio Arcila – Grupo Editorial    
Iberoamerica, Mexico 1995 /

26

m  t



D

**FORMULARIO Nº 2**



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

Tuller, L The World Markets Desk Books, MC Graw Hill – EE.UU 1993

Fundamentos del Marketing – Stanton William, Etzel Michael y Walquer    
Bruce. Editorial Mc. Graw Hill

/ Comercio Exterior Digesto practico de la ley – Pranteda Nicolas –    
Editorial la Ley – En español - /

Investigacion de mercados -Autor ZIKMUND WILLIAM G. BABIN BARRY    
J. Editorial CENGAGE LEARNING Edición Número 9

**Idioma Español Investigación de Mercados**Autor MALHOTRA    
NARESH K. Editorial PEARSON ADDISON-WESLEY Edición Número 5

**MARKETING INTERNACIONAL**Autor MORENO JOSE MARIA   
MACCHI MAXIMILIANO FANTASIA Editorial MACCHI

Edición Número 3 **Idioma Español**

Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing - Autor PETER J. PAUL   
 OLSON JERRY C. Editorial MCGRAW-HILL Edición Número 7

Aspectos Básicos del tributo al comercio exterior regidos por la legislación aduanera   
 Autor BIBILONI MARIO JORGE Editorial MACCHI

Manual Básico de Logística Integral Autor URZELAI INZA AITOR    
Editorial DIAZ DE SANTOS

27

m  t



-Se solicita que el Programa de la Asignatura se presente al Coordinador de la Carrera

12

D

**FORMULARIO Nº 2**



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

11- EVALUACIÓN DE LOS DOCENTES DE LA CÁTEDRA

12

Indicar –en hoja por separado- las fechas prevista para Reuniones de Cátedra y lineamientos destinados a la   
evaluación del Desempeño de los Docentes de la Cátedra.

Se prevén reuniones quincenales con el equipo docente, en las mismas, se   
procederá a debatir, analizar y profundizar, así como cotejar el grado de

desarrollo de los temas tratados en los cursos.

Se efectuara un seguimiento acerca del desenvolvimiento del equipo docente,   
tanto en la guía u orientación de los alumnos como también acerca de la

evacuación de dudas originadas en aspectos prácticos puntuales.-

En especial, al comienzo y al final de cada cuatrimestre, se  pondrá énfasis en   
los lineamientos académicos a tener en cuenta así como en los resultados

Alcanzados.-

Nota Final:

correspondiente del Departamento de Ciencias Económicas de la UNLM.

El contenido del presente formulario será tratado tal y como lo establece la Disposición   
 D.D.C.E. Nro. 004/2005.

*Firma del Profesor a Cargo:*

*Aclaración de Firma:*

*Mario Mochetti*

*Fecha:*

28

m  t



D



e a



p r



 t



 a e



n



o d



 e



 C

 i



e c



n



i s



a



 E

 c



on



óm



i a



c s



**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**FORMULARIO Nº 2**

29