



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María*

COMERCIALIZACIÓN

Planificación Ciclo lectivo 2026

Datos administrativos de la asignatura			
Carrera:	Tecnicatura Universitaria en Negociación de Bienes		
Asignatura:	Comercialización		
Ciclo Académico	2026		
Nivel de la carrera	1er. Año	Duración	cuatrimestral
Plan de Estudios	2002	Modalidad	Presencial
Horas cátedra semanal:	4	Horas reloj total:	32
Docente	Ariotti Maria Eugenia	Conf. Parcial	15

^{1 1} Los datos administrativos de la planificación fueron registrados en referencia por la información que indica a **Res. del C.S. y por la OrdN°950.** - Diseño Curricular Tecnicatura Universitaria en Negociación de Bienes.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María*

Planificación de la Asignatura

FUNDAMENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

La comercialización como nexo entre los diferentes componentes de una gestión comercial y la relación que se genera entre sus participantes como son las empresas y las personas, los servicios que se intercambian y los productos, que es indispensable para cualquier emprendimiento.

Los procesos de producción y administración son solo una parte del mundo empresarial moderno, signado por mercados cada vez más competitivo y refinado. Se hará hincapié en los conceptos y formas de mercadotecnia, orientada a la planeación comercial y el circuito de retroalimentación para obtener la rentabilidad buscada y satisfacción deseada por los consumidores.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María*

OBJETIVOS ESTABLECIDOS EN EL DISEÑO CURRICULAR

- ✓ Comprender el mercado en dónde se van a insertar los productos.
- ✓ Establecer pautas para estrategias comerciales.
- ✓ Comprender la base del marketing.
- ✓ Toma de Decisiones de consumidor.
- ✓ Saber el significado, utilización y aplicación de la Segmentación
- ✓ Tener los conocimientos básicos de Marketing Digital, usos y características
- ✓ Comprender el mercado en dónde se van a insertar los productos.
- ✓ Establecer pautas para estrategias comerciales.
- ✓ Comprender la base del marketing.
- ✓ Toma de Decisiones de consumidor.
- ✓ Investigación de mercado, segmentación.
- ✓ Comprender los alcances y funciones de la comercialización
- ✓ Interiorizarse de los conceptos sobre motivación, comportamiento de los consumidores
- ✓ Conocer la investigación de mercado como forma de diseñar tácticas para satisfacerlos.
- ✓ Establecer lineamientos mínimos para resolver adecuadamente problemas de marketing personal y profesional, y las normas y entes regulatorios.
- ✓ Identificar estrategias acordes a los productos o servicios a comercializar o intercambiar.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María*

CONTENIDOS

Están destinados principalmente a que el alumno pueda desarrollar por su propia cuenta conceptos que le permitan explicar y comprender mejor los resultados de los distintos procesos de comercialización, tanto a escala global como particular, la manera en que estos afectan a las organizaciones, y las estrategias, técnicas y herramientas con que estas últimas cuentan para adecuarse y superar las situaciones derivadas de dichos procesos. Tratar que a través de la materia pueda comprender mejor la funcionalidad comercial de los diversos entes en lo que pudiera corresponderle actuar como profesional.

Lograr que el alumno pueda identificar claramente los objetivos, métodos, técnicas y herramientas que le permiten resolver problemas del alcance de la materia en su futuro como profesionales. Formarse un adecuado criterio en tal sentido para interpretar de mejor manera las diferentes conductas de los operadores en el mercado y las diversas opiniones de otros profesionales específicos del área, y cumplir así de manera idónea con su cometido.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Dictado de clases teóricas vinculadas a trabajos prácticos, dinamizando el proceso de aprendizaje. Asociación y aplicación de material teórico a empresas reales o ficticias creadas a tal fin.

ACTIVIDADES FORMATIVAS PROPUESTAS

Las actividades propuestas constan de trabajos colaborativos grupales las cuales llevan a la conformación de un portafolio el cual al final se debe compilar en un trabajo integrador.



EVALUACIÓN

Instrumentos: Guía de Trabajo Prácticos. Trabajo Final Integrador. Instancias de evaluación escritas. Participación en Foro.

A) Aprobación No Directa (regularidad):

- **Asistencia** exigida por la Ordenanza N°1622.
- Rendir y **aprobar** dos **(2) exámenes parciales teórico-práctico** con nota superior o igual a seis **(6)**, teniendo la posibilidad de realizar un **(1) o más recuperatorios**, con idénticas condiciones de aprobación.
- **Aprobar los trabajos prácticos** que se propongan en su totalidad.
- **Presentación del trabajo práctico final integrador** (Individual / grupal).

B) Aprobación Directa:

- **Aprobar los exámenes parciales teórico-práctico** con nota superior o igual a ocho **(8)**.
En el caso en el que el estudiante no haya aprobado alguna de las instancias de evaluación parcial, tendrá al menos 1(una) instancia de recuperación lo cual deberá consignarse en la planificación de cátedra.

C) Vigencia:

- La regularidad tendrá validez por **todo el año lectivo siguiente al que regularizó**, si el estudiante cursó en el año 2026, mantendrán la regularidad hasta los turnos de febrero-marzo del 2028.

D) Examen Final:

- Para obtener la aprobación de la materia el estudiante deberá **aprobar el examen final** con nota superior o igual a **6** (seis).
- Si ha obtenido la **Aprobación Directa**, el alumno **deberá inscribirse** para poder registrar la nota.

→ Horario de consultas

Las clases de consultas se coordinan con los estudiantes según sus necesidades.

Se enfatiza el uso de los recursos de comunicación asincrónica (foros) y sincrónica (chat) que proporciona la plataforma virtual (Moodle).

Se planifican encuentros individuales o grupales por medio de videoconferencia por las diversas plataformas o presenciales según la necesidad.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María*

RECOMENDACIONES PARA EL ESTUDIO

- ✓ Lectura semanal de la bibliografía propuesta por la cátedra.
- ✓ Análisis, debate y resolución de propuestas prácticas y de los modelos de los casos de estudios en forma semanal.
- ✓ Confeccionar lista de preguntas, dudas y comentarios reflexivos sobre el material propuesto semanalmente.
- ✓ Corrección, individuales de los trabajos, evacuación de dudas de los prácticos, semanalmente en el inicio de las clases, planteo y resolución de inquietudes.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María

CRONOGRAMA DE CLASES AÑO 2025 -

CRONOGRAMA - **COMERCIALIZACIÓN** – **TECNICATURA UNIVERSITARIA EN NEGOCIACIÓN DE BIENES** - PLAN 2025

FECHA	Nº	UNIDAD	CONTENIDOS TEMÁTICOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA	EVALUACIÓN
10-10-26	1	UNIDAD NRO. 1	✓ Alcances ✓ Interrelación de las áreas de la empresa ✓ Los micro y macro ambientes: Análisis de la idea de negocio, micro y macro entorno comercial. Cadena de valor. ✓ Estrategia para el análisis de macro y micro entorno CANVAS	Aprendizaje activo: Fomentar la participación activa de los estudiantes en el proceso de aprendizaje, mediante actividades como debates, discusiones en grupos pequeños, resolución de problemas, estudios de casos, proyectos de investigación, entre otros. Esto permite que los estudiantes se involucren de manera más profunda con el contenido y construyan su propio conocimiento Feedback efectivo: Proporcionar retroalimentación oportuna y constructiva sobre el desempeño de los estudiantes, tanto en sus trabajos individuales como en	Realización de trabajo práctico que va a formar un portafolio de datos con los cual se arma el trabajo integrador. Debate en el aula de experiencias personales, con el objetivo de evaluar conocimientos precisos y nivel cultural de los alumnos



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María

				actividades grupales, para ayudarles a identificar áreas de mejora y fortalezas, y orientarlos en su proceso de aprendizaje.	
14-10-26 / 17-10-26	2-3	UNIDAD NRO.2	✓ Planteamiento de los objetivos comerciales y control de la gestión comercial. ✓ Estrategias comerciales, Benchmarking ✓ Segmentación de mercados	Aprendizaje activo: Fomentar la participación activa de los estudiantes en el proceso de aprendizaje, mediante actividades como debates, discusiones en grupos pequeños, resolución de problemas, estudios de casos, proyectos de investigación, entre otros. Esto permite que los estudiantes se involucren de manera más profunda con el contenido y construyan su propio conocimiento. Aprendizaje colaborativo: Promover el trabajo en equipo y la colaboración entre los estudiantes, mediante actividades colaborativas como proyectos grupales, debates estructurados, análisis de casos	Realización de trabajo práctico que va a formar un portafolio de datos con los cual se arma el trabajo integrador. Intervención en el foro en base a información brindada de ciertas compañías y exposición de su punto de vista del caso expuesto.



24-10-26 / 28-10-26	4-5	UNIDAD NRO.3	✓ Comportamiento del consumidor ✓ Rasgos de la personalidad en la toma de decisiones ✓ Necesidad, deseos y demanda. ✓ Motivaciones y necesidades que influyen en el proceso de compra. ✓ Teoría de persuasión. Principios que influyen en la toma de decisiones	Aprendizaje activo: Fomentar la participación activa de los estudiantes en el proceso de aprendizaje, mediante actividades como debates, discusiones en grupos pequeños, resolución de problemas, estudios de casos, proyectos de investigación, entre otros. Esto permite que los estudiantes se involucren de manera más profunda con el contenido y construyan su propio conocimiento Feedback efectivo: Proporcionar retroalimentación oportuna y constructiva sobre el desempeño de los estudiantes, tanto en sus trabajos individuales como en actividades grupales, para ayudarles a identificar áreas de mejora y fortalezas, y orientarlos en su proceso de aprendizaje.	Realización de trabajo práctico que va a formar un portafolio de datos con los cual se arma el trabajo integrador. Debate en el aula de experiencias en el desarrollo del práctico, puntos de conflicto y resolución, basado en el trabajo colaborativo y las dudas que derivan del mismo.
31-10-26	6	PARCIAL	Evaluación unidades Temáticas 1, 2 y 3	Aprendizaje basado en problemas y evaluación de contenidos teóricos: Plantear situaciones o problemas auténticos relacionados con el campo de estudio, y guiar a los estudiantes en el proceso de	Realización de cuestionarios en plataforma Moodle, con resolución de problemas, verdadero o falso, análisis de gráficas, planteo y análisis de casos reales



				investigación, análisis y resolución de los mismos. Esto les permite aplicar los conceptos teóricos en contextos prácticos y desarrollar habilidades de resolución de problemas. Pudiendo determinar la veracidad de los conceptos y la apropiación de los mismos. pensamiento crítico y trabajo en equipo.	
03-11-26 / 10-11-26	7-8	UNIDAD NRO. 4	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS • Diseño y procesos • Fuentes de información • Encuestas o informes Marketing evolución. ✓ Marketing operativo y estratégico ✓ Marketing Mix ✓ Marketing de servicios ✓ Modelo SAVE ✓ Marketing Digital y Redes Sociales	Feedback efectivo: Proporcionar retroalimentación oportuna y constructiva sobre el desempeño de los estudiantes, tanto en sus trabajos individuales como en actividades grupales, para ayudarles a identificar áreas de mejora y fortalezas, y orientarlos en su proceso de aprendizaje. Aprendizaje activo: Fomentar la participación activa de los estudiantes en el proceso de aprendizaje, mediante actividades como debates, discusiones en grupos pequeños, resolución de problemas, estudios de casos, proyectos de investigación, entre otros. Esto permite que los	Realización de trabajo práctico que va a formar un portafolio de datos con los cual se arma el trabajo integrador. Colocación de los integrantes de los grupos en los diferentes puntos de vista del Marketing asumiendo los roles y la dificultad que se plantea desde las dos miradas. Ejercicio grupal para aplicar y conformar el documento para el portafolio. Participación en el foro opinando sobre artículos publicados sobre el área.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María

				estudiantes se involucren de manera más profunda con el contenido y construyan su propio conocimiento. Aprendizaje colaborativo: Promover el trabajo en equipo y la colaboración entre los estudiantes, mediante actividades colaborativas como proyectos grupales, debates estructurados, análisis de casos o la realización de investigaciones conjuntas. Esto fomenta el desarrollo de habilidades de comunicación, pensamiento crítico y trabajo en equipo.	
10-11-26 / 14-11-26	9-10	UNIDAD NRO.5 UNIDAD NRO.6	✓ Diseño de identidad visual ✓ Importancia de los colores ✓ Persuasión, publicidad y propaganda. ✓ Pitch, creación contenidos mínimos, características, presentaciones efectivas de alto impacto.	Realización de trabajo práctico que va a formar un portafolio de datos con los cual se arma el trabajo integrador. Colocación de los integrantes de los grupos en los diferentes puntos de vista referido a la identidad visual del proyecto. Ejercicio grupal para aplicar y conformar el documento para el portafolio, justificando la realización de cada identidad organizacional	Realización de trabajo práctico que va a formar parte de un portafolio de datos con los cual se arma el trabajo integrador. Plantear trabajo práctico desde una mirada creativa y colaborativa buscando el justificativo a las elecciones para el diseño de la identidad empresarial como también a sus colores.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María

			✓ Aplicaciones informáticas, recursos audiovisuales ✓ VENTAS • Concepto • Modalidades • Ventas específicas • Bienes especiales.	Participación en el foro opinando sobre gráficos de identidad visual y el impacto emocional de los colores.	
21-11-26	11	PARCIAL	Evaluación Unidades 4, 5 y 6	Aprendizaje basado en problemas y evaluación de contenidos teóricos: Plantear situaciones o problemas auténticos relacionados con el campo de estudio, y guiar a los estudiantes en el proceso de investigación, análisis y resolución de los mismos. Esto les permite aplicar los conceptos teóricos en contextos prácticos y desarrollar habilidades de resolución de problemas. Pudiendo determinar la veracidad de los conceptos y la apropiación de los mismos. pensamiento crítico y trabajo en equipo.	Realización de cuestionarios en plataforma Moodle, con resolución de problemas, verdadero o falso, análisis de gráficas, planteo y análisis de casos reales



28-11-26	12	TRABAJO INTEGRADOR	Presentación del Trabajo Integrador.	Uso de tecnología: Integrar herramientas tecnológicas en el aula, como presentaciones multimedia, plataformas de aprendizaje en línea, simulaciones y aplicaciones educativas, para enriquecer la experiencia de aprendizaje y ofrecer diferentes modalidades	Se evaluará el contenido del trabajo integrador, a través de la aplicación práctica de la teoría brindada en las clases, a través de la presentación escrita, multimedia y oratoria, como así también del armado del documento final usando como base el portafolio de
----------	----	--------------------	--------------------------------------	---	--

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- Apuntes de Cátedra
- ABC del gerenciamiento – Graciela Di Lonardo y Silvia Stamato
- Emprender Más – Herramienta para emprendedores en acción
 - Administración – Stephen P. Robbins y Mary Coulter
- Las mejores ideas Pymes – Marketing y Publicidad – Clarin pymes
 - Guía para sobrevivir al presente – Santiago Bilinkis –
 - Competitividad Emocional – Marcelo Manucci –



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Villa María