

## Articulación entre cátedras:

### **Desarrollo de un Plan de Marketing a emprendimientos incubados en la Facultad, articulando con un trabajo previo realizado por otra cátedra.**

CUETO, Aníbal. Autor y Expositor.

COELHO MENDES, Martín. Autor y Expositor.

DIAZ, Evelina. Autor y Expositor.

DALLA VALLE, Bruno. Autor y Expositor.

NUCETELLI, Diego. Autor y Expositor.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

[anibalcueto@hotmail.com](mailto:anibalcueto@hotmail.com)

Palabras Claves: Plan de Marketing. Pedagogía. Didáctica. Articulación.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo constituye un proyecto de intervención académica implementado este año a modo de prueba en una comisión de la cursada regular de la cátedra Administración III (Comercialización) de tercer año de la carrera de Contador Público de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata (en adelante FCE-UNLP).

El proyecto se desarrolla en conjunto con la “Usina de Ideas” y se articula con el trabajo realizado por la cátedra Contabilidad IX (Contabilidad para la toma de decisiones) de la FCE-UNLP. El proyecto consiste en el desarrollo de un Plan de Marketing para los emprendedores que están incubando sus proyectos en la mencionada Usina, y hayan pasado por el proceso del desarrollo de un Plan de Negocios por parte de alumnos de la materia Contabilidad XI (Contabilidad para la toma de decisiones).

La Usina de Ideas es un espacio de trabajo colaborativo e interdisciplinario para el desarrollo emprendedor universitario con apoyo de mentores, consultores y partners estratégicos, donde se busca que las ideas se conviertan en realidad, producto de mucho esfuerzo y de trabajo conjunto de cada una de las partes involucradas. Para esto se brinda un espacio de Coworking, para generar un trabajo colaborativo e interdisciplinario para el desarrollo emprendedor.

La cátedra “Contabilidad IX (Contabilidad para la toma de decisiones), materia de quinto año de la carrera de Contador Público, en su cursada de promoción, ha desarrollado Planes de Negocios para alguno de los emprendimientos nucleados por Usinas como parte de las actividades prácticas realizadas por los alumnos.

En la materia Administración III (Comercialización), el desarrollo de un Plan de Marketing viene siendo el eje rector de la estrategia didáctica y pedagógica de la cátedra a través del desarrollo de un Trabajo Práctico Global (en adelante TPG), en el que los alumnos desarrollan un Plan de Marketing sobre la hipótesis de un producto o servicio basado en una idea propia resultado de un proceso de “brainstorming”.

La idea del presente proyecto es que el alumno en vez de trabajar sobre una idea propia, desarrolle un Plan de Marketing sobre la idea que el emprendedor viene incubando en la Usina, y tomando como insumo para el desarrollo del trabajo, el Plan de Negocios realizado por los alumnos de Contabilidad IX.

La articulación con el Plan de Negocios desarrollados por los alumnos de Contabilidad IX (Contabilidad para la toma de decisiones) consiste en ampliar y profundizar con sugerencias y herramientas puntuales relacionadas con el marketing

que en el Plan de Negocios no tuvieron el desarrollo pertinente por exceder al contenido específico de la materia específico.

## **OBJETIVO**

El propósito del proyecto es generar un proceso formativo centrado en trabajar con una experiencia práctica concreta, motivadora y enriquecedora para el alumno, desarrollando un aporte a un emprendedor real del medio y articulando su trabajo con el trabajo previo realizado por otros alumnos de otra cátedra.

## **METODOLOGÍA**

La propuesta metodológica de la experiencia se basa principalmente en el uso del Método de Proyecto como estrategia pedagógica de la cursada, y en esta experiencia en particular, como proceso pre-evaluativo final.

El proyecto, en este caso, comienza con el insumo de un Plan de Negocios ya desarrollado por alumnos de 5° año en la materia Contabilidad IX (Contabilidad para la toma de decisiones). Con el contenido de dicho plan, los alumnos de la materia, deben hacer un análisis crítico para determinar qué información es necesaria para comenzar a realizar el análisis y desarrollo propio. La Usina de Ideas y la cátedra de Contabilidad IX brindaron los Planes de Negocios desarrollados a los emprendedores seleccionados y se pusieron a disposición de nuestros alumnos como fuente de consulta permanente.

Se conformaron 4 equipos de trabajo de 5 alumnos cada uno, a los cuales se les asigno un emprendimiento incubado por la Usina y que habían pasado por la experiencia del desarrollo de un Plan de Negocios por parte de la materia Contabilidad IX, con un desarrollo en sus planes similar y cuya experiencia había sido positiva y habían tenido una buena interacción entre el emprendedor y los alumnos.

En el espacio de Coworking que posee Usina en la facultad, se realiza una primera reunión entre los alumnos y el emprendedor asignado. En esta reunión, además de permitir conocerse a los participantes, los emprendedores pudieron contarles en primera persona de qué tratan sus proyectos, planes e ideas y los alumnos además hacer todas las preguntas que crean pertinentes para entender su funcionamiento.

Posteriormente a esto, y ya con los alumnos en conocimiento de los emprendimientos, se entregaron los Planes de Negocios efectuados por Contabilidad IX (Contabilidad para la toma de decisiones) para que los analicen, y los tengan como insumo y puedan comenzar a trabajar a medida que se avanza con el desarrollo de las clases y se vayan cumplimentando las actividades requeridas,

bajo la supervisión del cuerpo docente de la Cátedra, quienes realizan coaching semanales para tener un seguimiento del proceso formativo y así poder llegar al final de la cursada teniendo cada grupo de trabajo el Plan de Marketing terminado, presentado y entregado a los emprendedores.

## RESULTADOS ESPERADOS

Se espera que al final de la cursada los grupos de trabajo, bajo la supervisión de los docentes a cargo de la comisión, puedan haber logrado aplicar los conocimientos aprendidos en la materia, de forma correcta y con criterio, en un Plan de Marketing, que quede como documento escrito para consulta de los emprendedores, con diferentes acciones relacionadas con el Marketing y recomendación sobre estrategias de las diferentes variables del marketing mix, además de propuestas de mejora para que los emprendedores puedan aplicar en el desarrollo de su proyecto.

Se busca que el Plan de Marketing quede correctamente desarrollado en contenidos y estructura como aporte para el emprendedor y además que pueda ser expuesto y defendido por los alumnos a modo de presentación final ante los emprendedores y profesores de la cátedra, como cierre de la materia para acreditar el cumplimiento de las metas de comprensión formuladas por la cátedra para el proceso formativo, quedando como insumo y fuente de información junto con el Plan de Negocios por si otra materia de la carrera (Costos o Finanzas de Empresas, por nombrar algunas que tiene proyectos con Usina) quieran retomarlo para aplicar en trabajos relacionados con el contenido de sus materias.