



PROGRAMA ANUAL - TECNICATURAS

CARRERA	TECNICATURA SUPERIOR EN ACTIVIDADES DE MONTAÑA			
ESPACIO CURRICULAR	GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS			
CAMPO:	Formación de fundamento			
FORMATO	ASIGANTURA	AÑO: 2020		
RESOLUCIÓN:	RÉGIMEN: ANUAL	HORAS SEMANALES: 2 horas presenciales – 2 horas de consulta		
PROFESORES	SEDE GODOY CRUZ: Lic. Mónica Cherubini			
EXPECTATIVAS DE LOGRO DEL ESPACIO CURRICULAR	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir herramientas para planificar y ejecutar la acción comercial del guía con clientes y competidores del sector. - Desarrollar planes básicos de marketing. - Adaptar las técnicas y herramientas de comercialización a la globalización. - Identificar a todo negocio como un servicio. - Conocer y aplicar las actuales formas de comercialización de servicios. 			
MARCO REFERENCIAL:				
<p>En la asignatura se pretende que el alumno adquiera ciertas técnicas básicas de la gestión comercial para su futuro desarrollo profesional de guía, tanto si encara su carrera como micro-emprendedor o colaborador de empresas del rubro del deporte y turismo de aventura.</p> <p>El enfoque de los contenidos parte de una realidad que nos presenta un mundo globalizado, sin fronteras y donde las ventajas competitivas de las organizaciones parten de la diferenciación orientada a los servicios, donde el cliente debe ser la principal razón de un negocio sustentable.</p> <p>No solo se estudiarán herramientas de comercialización que ayudaran a diagnosticar contextos o desarrollar productos, sino que también se estudiarán actuales modelos de comercialización como los negocios por Internet, como cerrar una negociación racional o elementos de la identidad visual de una compañía.</p> <p>Analizaremos la complejidad de todas las variables que están involucradas para lograr un producto, en nuestro caso servicio de calidad, es decir un producto que satisfaga las necesidades de nuestros futuros clientes.</p> <p>Esta materia se relaciona estrechamente en con la Práctica Profesional y una vez concluido su proceso, el egresado como profesional emprendedor, será capaz de resolver problemas propios de su ámbito laboral.</p> <p>Estará capacitado para recolectar información vinculada a la oferta, demanda y la competencia de productos relacionados con la naturaleza.</p> <p>Y podrá desempeñarse en forma competente gestionando servicios, su planificación, comercialización y ejecución, generando valor en el campo del turismo de aventura</p>				
PROGRAMA ANALITICO:				
UNIDAD 1:				
Concepto de marketing. Marco Histórico. Evolución. Determinantes internos y externos. Herramientas del marketing Mix.				
UNIDAD 2:				
Procesos de Gestión. Marketing estratégico. Planificación estratégica. Unidades estratégicas de negocios. Análisis BCG. Diagnóstico FODA.				
<table border="1"> <tr> <td>CÓDIGO</td> <td></td> </tr> </table>			CÓDIGO	
CÓDIGO				
UNIDAD 3:				
Sistema de información de marketing. Investigación de mercados. Proceso, métodos e instrumentos de				

Sede Godoy Cruz

Ing. Huergo y Güemes (Club Petroleros Y.P.F.) - GodoyCruz | Tel.(0261)4229266-Tel./Fax (0261)4229265. e-mail: jorgecoll@ief9-016.edu.ar

Sede Malargüe

Rosario Vera Peñalozay Fray Luis Beltrán (Campus Educativo) Tel. (0260)4323507 | e-mail: coordinacionsedemalargue@gmail.com



UNIDAD 4:

Segmentación del mercado. Criterios. Beneficios. Orientaciones. Posicionamiento. Mercados de consumo.

UNIDAD 5:

Producto. Concepto. Clasificación. Atributos. Ciclo de vida. Concepto de servicios. Características de los servicios. Control de calidad de los servicios. El cliente. Servicios profesionales: marketing personal.

UNIDAD 6:

El precio. Estimación de costos. Criterios de formación y determinación de precios. Análisis de costos, precio y oferta de los competidores. Selección del precio.

UNIDAD 7:

Negocios por internet (e-business). Conceptos de internet. Usos. Ventajas. Publicidad en la web. Aspectos claves para los anunciantes. Eventos promocionales. Reglas y normas. Marketing 2.0

UNIDAD 8:

Comunicación comercial. Identidad visual de la empresa. Imagen corporativa. Elementos de la identidad visual.

UNIDAD 9:

Negociación. Concepto de negociación racional. Bases fundamentales. Estilo de los negociadores. Comportamiento de los participantes.

CRONOGRAMA DE CLASES:

MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE			
	UNIDAD 1 Concepto de Marketing	UNIDAD 2 Proceso de Gestión	UNIDAD 3 Sistemas de Información	UNIDAD 4 Segmentación	UNIDAD 5 Producto	UNIDAD 6 Precio	UNIDAD 7 Negocios por internet	UNIDAD 8 Comunicación Comercial	UNIDAD 9 Negociación	

→ **Debido a las circunstancias, producto del aislamiento obligatorio decretado por la pandemia COVID-19, este cronograma de clases propuesto y otros ítems del programa pueden verse modificados según el Plan de Contingencia Institucional.**

ESTRATEGIAS y RECURSOS DIDÁCTICOS

Para lograr un efectivo proceso de enseñanza aprendizaje este año se hará uso de los recursos tecnológicos que nos ofrece la plataforma Infod, sosteniendo virtualmente el contacto con los alumnos a través de la publicación de las clases semanales y la realización de actividades propuestas para cada una y participación en foros de opinión.

Una vez normalizado el cursado presencial, se retomarán las clases expositivas se llevarán a cabo en las mismas discusiones sobre los distintos temas tratados. Así también la realización de trabajos grupales. Confrontaciones de la teoría con la realidad. Búsqueda de información en medios periodísticos e internet.

EVALUACIÓN:

CRITERIOS:

Dominar las herramientas del marketing para ejecutar la acción comercial del guía con clientes y con competidores del sector adaptado a un mundo globalizado.

Dimensionar la función profesional del guía de trekking como un servicio.

Sede Godoy Cruz

Ing. Huergo y Güemes (Club Petroleros Y.P.F.) - GodoyCruz | Tel.(0261)4229266-Tel./Fax (0261)4229265. e-mail: jorgecoll@ief9-016.edu.ar

Sede Malargüe

Rosario Vera Peñalozay Fray Luis Beltrán (Campus Educativo) Tel. (0260)4323507 | e-mail: coordinacionsedemalargue@gmail.com



Distinguir los potenciales clientes, sus necesidades y deseos para generar una oferta diferenciada.

Aplicar las actuales formas de comunicación de servicios profesionales.

INSTRUMENTOS:

3 (tres) Evaluaciones de Síntesis Parcial (ESP) y 3 (tres) Evaluaciones Recuperatorias de Síntesis Parcial (ERSP).

Tipo de Evaluación:

Prueba objetiva escrita a desarrollar

Fechas tentativas:

1º ESP y ERSP mes de Mayo

2º ESP y ERSP mes de Agosto

3º ESP y ERSP mes de Octubre

Escala aplicada para las ESP y ERSP:

Aprobado 60 % (sesenta) del examen correspondiente a 4 (cuatro).

Regularización por proceso académico:

Cumplimiento del 60% de asistencia a clase

Aprobación de cada uno de los ESP o sus respectivos RESP

Aprobación de todos los Trabajos Prácticos

Examen Final Tribunal (EFT)

Alumno Regular por proceso académico (oral o escrito)

Alumno Libre (oral y escrito)

Podrá ser rendido hasta 3 veces y durante los dos ciclos lectivos académicos siguientes, agotadas estas instancias el alumno deberá recurrar.

Escala aplicada para las EFT:

Aprobado 60 % (sesenta) del examen correspondiente a 4 (cuatro).

Opción ACREDITACIÓN DIRECTA

Escala aplicada para las ESP y ERSP:

Aprobado 79% (setenta y nueve) del examen correspondiente a 7 (siete).

Aprobación de todos los Trabajos Prácticos

Regularización por proceso académico:

Cumplimiento del 25% de asistencia a clase

IFA: Instancia Final de Acreditación – Mes de noviembre

BIBLIOGRAFÍA:

Obligatoria:

- KOTLER, Philip. Dirección de marketing. México. Editorial Pearson Educación. 2001.
- COBRA, Marcos: Marketing de servicios. Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación. Segunda Edición. Mc Graw-Hill Interamericana. 2.000.
- REINARES LARA, Pedro y CALVO FERNÁNDEZ, Sergio: Gestión de la comunicación comercial. España. Editorial Mc Graw-Hill, Interamericana. 1.999.
- ZARATE CHABLUK, Gilda. Apuntes de cátedra compaginados de diversos autores.

Consulta:

- <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- BLOG DE MARKETING DIGITAL. <https://www.mdmarketingdigital.com/blog/>
- HARVARD BUSINESS REVIEW EN ESPAÑOL <https://hbr.es/>
- MEJÍAS, Cristina: Entre usted y yo. Técnicas para su marketing personal. Tercera Edición. Grupo Editorial Planeta. Buenos Aires. 1998.

Sede Godoy Cruz

Ing. Huergo y Güemes (Club Petroleros Y.P.F.) - GodoyCruz | Tel.(0261)4229266-Tel./Fax (0261)4229265. e-mail: jorgecoll@ief9-016.edu.ar

Sede Malargüe

Rosario Vera Peñalozay Fray Luis Beltrán (Campus Educativo) Tel. (0260)4323507 | e-mail: coordinacionsedemalargue@gmail.com



Sede Godoy Cruz

Ing. Huergo y Güemes (Club Petroleros Y.P.F.) - GodoyCruz | Tel.(0261)4229266-Tel./Fax (0261)4229265. e-mail: jorgecoll@ief9-016.edu.ar

Sede Malargüe

Rosario Vera Peñalozay Fray Luis Beltrán (Campus Educativo) Tel. (0260)4323507 | e-mail: coordinacionsedemalargue@gmail.com