



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: 4 horas de plataforma
PROFESORES	<u>SEDE GODOY CRUZ:</u> 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 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:		
MÓDULO 1:		
DESCUBRIENDO EL MUNDO DEL MARKETING:		
Concepto de marketing. Marco Histórico y Evolución. Determinantes internos y externos. Marketing estratégico. Planificación estratégica. Unidades Estratégicas de Negocios. Métodos de diagnóstico.		
MÓDULO 2:		
HERRAMIENTAS DE MARKETING:		
Sistema de información de marketing Investigación de mercados. Proceso, métodos e instrumentos. Segmentación de mercado. Criterios y Beneficios El consumidor y su comportamiento		

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

**MÓDULO 3:****MARKETING MIX - PROGRAMA ANUAL - TECNICATURAS**

Producto. Concepto. Clasificación. Atributos. Ciclo de vida. Concepto de servicios. Características de los servicios.

Precio. Estimación de costos. Criterios de formación y determinación de precios.

Selección del precio.

Negocios por internet (e-business). Conceptos de internet. Usos. Ventajas. Publicidad en la web. Reglas y normas. Redes sociales.

Precio. Estimación de costos. Criterios de formación y determinación de precios.

Selección del precio.

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

CRONOGRAMA DE CLASES:

	MÓDULO 1: DESCUBRIENDO EL MUNDO DEL MARKETING	MÓDULO 2: HERRAMIENTAS DE MARKETING	MÓDULO 3: MARKETING MIX	
--	---	--	-----------------------------------	--

→ **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

El proceso de enseñanza aprendizaje se realizará virtualmente a través de la plataforma. El alumno autogestionando su aprendizaje, deberá realizar las actividades que median los contenidos de los módulos y enviarlas para su evaluación y devolución por mensajería interna. Esta modalidad requiere que el alumno realice trabajos de consulta e investigación en su región de residencia para la resolución de las actividades propuestas.

También se realizarán encuentros presenciales donde se tratarán los principales temas de desarrollo y dificultad de la materia. (Sujeto a Plan de Contingencia Institucional).

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.

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

Aplicar las actuales formas de comunicación de servicios profesionales.

INSTRUMENTOS:

2 (dos) Evaluaciones de Síntesis Parcial (ESP) y 1 (una) Evaluación Recuperatoria de Síntesis Parcial (ERSP).

Tipo de Evaluación:

Prueba objetiva escrita a desarrollar

Trabajo de desarrollo de contenido

Fechas *tentativas*:

1º ESP encuentro presencial mes de agosto

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



ERSP último encuentro presencia
2º ESP mes de Octubre

PROGRAMA ANUAL - TECNICATURAS

Escala aplicada para las ESP y ERSF:

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

Regularización por proceso académico:

Cumplimiento del 60% de asistencia a encuentros presenciales

Aprobación de cada uno de los ESP o sus respectivos RESP

Aprobación del 100% de los trabajos prácticos de los Módulos publicados

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).

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