

MARKETING

EJE TEORICO- METODOLOGICO

Unidad temática 1: Introducción al Marketing Aplicado.

Definiciones de marketing.

El marketing en la Empresa y en la Economía. El Marketing como herramienta de análisis. El Marketing social. Elección preliminar de una estrategia de Marketing.

Unidad temática 2: Producto y Consumidor. Características de los servicios profesionales.

Concepto de Producto. Bienes Industriales. La Marca.

Satisfacción de las necesidades. Tipología de las necesidades. El estudio del comportamiento de los consumidores. Las motivaciones del cliente. La especificidad de los servicios profesionales (1ra parte)

Unidad temática 3: Características del Sector de la Construcción.

La producción edilicia y los actores económicos y productivos intervinientes. Aspectos legales que regulan la producción edilicia e influyen sobre el mercado. Normativas constructivas y urbanísticas. El caso de Mar del Plata.

Unidad temática 4: Mercado Inmobiliario y Marketing en el Sector de la Construcción

El mercado inmobiliario urbano. Características y componentes clásicos del mercado inmobiliario. La oferta y la demanda edilicia en Mar del Plata. Tipologías edilicias con mayor demanda en el periodo 2003-2010. Análisis de casos.

EJE INSTRUMENTAL.

Unidad temática 5: Investigación de Mercado aplicado al Profesional del Diseño y la Construcción

Breve reseña a la investigación de Mercado clásica. Nociones de Evaluación de Proyectos de Inversión. La especificidad de los Servicios Profesionales (2da parte). Información y elección del mercado objetivo. Estrategias de Marketing. Inicios preliminares del Plan de Marketing.

Unidad temática 6: La comunicación y negociación del servicio. Relación entre Cliente - Profesional del Diseño y la Construcción

Estrategia de comunicación. La relación con el cliente. Las primeras charlas informales y formales.

Naturaleza y función de la comunicación en Marketing. Relación Ventas-Publicidad. Los medios y la publicidad. Planificación de medios. Herramientas y medios de promoción.

Unidad temática 7: Plan de Marketing Aplicado. Modalidades. Ejemplos en el sector del Diseño y la Construcción

Búsqueda de la organización del Plan de Marketing. Fases de planificación. Implementación del Plan de Marketing. Análisis de casos relacionados a la Arquitectura e Interiorismo.

Unidad temática 8: Nuevas modalidades profesionales. Fideicomiso inmobiliario. Leasing. Emprendedorismo. Microemprendimientos. Nociones de Desarrollo Local.

Características del fideicomiso inmobiliario. Los CEDIN. El leasing en bienes inmobiliarios. Teorías del emprendedorismo. Emprendedorismo social, cultural y tecnológico. Clusters y cadenas de valor. Desarrollo local

Unidad temática 9: Análisis de Casos en el sector del Diseño y la Construcción

Los casos exitosos de Interiorismo como empresas de servicios. Las páginas WEB como servicio integral de consulta, presupuestación y localización en el espacio urbano.

El caso de Habittisimo (<http://www.habitissimo.es/empresas/interiorismo/madrid>). Los blogs de “tips” para los potenciales clientes. El caso del blog Habitissimo (<http://blog.habitissimo.es/>). El formato WEB para diversos países. El caso de Habitissimo Argentina (<http://www.habitissimo.com.ar/>). La propuesta del Arq. Livingstone, el arquitecto de familia, libros especializados, conferencias y anuncios “