

LICENCIATURA EN GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS

Marketing

Primer año
Primer Cuatrimestre
2011

Objetivos Generales

Que el alumno pueda:

- Analizar el mercado y encontrar oportunidades de negocios en el ámbito turístico.
- Desarrollar un análisis crítico de factores claves para un negocio.
- Desarrollar un plan de negocios
- Sustentar y fundamentar las bases de una idea innovadora para el desarrollo de un negocio futuro.
- Presentar de manera efectiva su plan de negocios.

Normas de aprobación

Condiciones para regularizar la materia:

1- 75% de asistencia al dictado de clases.

2- Aprobados los 2 parciales o sus recuperatorios y los trabajos prácticos. Se aprueba con 4 que corresponde al 60%

Condiciones para acceder a la promoción de la materia:

1- 75% de asistencia al dictado de clases.

2- Aprobar cada una de las instancias evaluatorias, parciales y trabajos prácticos, con un promedio final que de resultado una nota de 7 o mas (81% o mas).

3- El alumno que tenga todas las instancias evaluatorias aprobadas con un promedio final de 7 (como mínimo) tiene la opción de acceder a la promoción, mediante la exposición oral de un coloquio que integre la materia. Dicha exposición se rendirá en la semana de los recuperatorios.

En caso que el alumno **no** se presente a dicha exposición quedara en la condición de **regular**, debiendo rendir examen final para aprobar la materia.

En caso que el alumno rinda con un una nota menor al 81% o desapruebe el coloquio quedara en condición de **Regular**, debiendo rendir los exámenes finales correspondiente para aprobar la materia

Parciales

Los parciales son en total 2 (dos), la metodología es teórica práctica, con exposición oral de los temas desarrollados de las unidades correspondientes. Se aprueban con un mínimo de 60% correspondiente a un 41.

Exámenes finales

Los exámenes finales se evaluarán de acuerdo al programa establecido.

Contenidos

Unidad I- Investigación de oportunidades de negocios

Investigación de Mercados. Información secundaria. Fuentes externas. Investigación exploratoria. Focus Group. Entrevistas. Observación. Investigación descriptiva. Encuestas. Pronósticos y estimaciones de demanda mediante encuestas. Exposición trabajo práctico
Unidad I.

Unidad II- Benchmarking- Análisis de la competencia

Concepto. Proceso del benchmarking. Fundamentos del uso de la técnica. Tipos; funcional, interno, competitivo, primario, cooperativo, secundario. Ventajas y desventajas de las técnicas Definición de competencia. Directa. Indirecta. Potenciales. Competidores del sector. Competidores estratégicos. Barreras de salida. Barreras de entrada. Barreras de movilidad. . Exposición trabajo práctico Unidad II.

Unidad III- Desarrollo del Plan de Negocios

Principales componente del plan de negocio; Resumen ejecutivo. Introducción. Análisis e investigación de mercados. Análisis SWOT. Estudio de la competencia. Estrategia. Factores críticos de éxito. Target. Posicionamiento. Plan de marketing. Recursos Humanos. Recursos e inversiones. Factibilidad técnica. Factibilidad económica: estimaciones de ventas, balance proyectado y el punto de equilibrio. Factibilidad financiera: flujo de fondo, payback, VAN, TIR. Conclusiones y anexos.

Unidad IV – Presentación del Proyecto

Elaboración escrita del plan de negocios. Principales recomendaciones. Elaboración de la presentación oral del plan. Principales recomendaciones. Como vender el proyecto. Herramientas de ventas para la presentación.

Bibliografía Básica

TERRAGNO, Danila. Como armar un plan de negocios. Editorial Coyuntura SA. Publicaciones Revista Mercado.

SCHMITT, Bernard. Experiential Marketing. Ediciones Deusto. 2000. España.

FERNANDEZ, Pablo. La gestión del Marketing de Servicios. Editorial Gránica. 2004. Buenos Aires.

HAIR, BUSH Y ORTINAU, Investigación de Mercados. Mc Graw Hill. 2003 segunda edición.

Bibliografía de apoyo

ARREDONDO, Lani. Curso Mc Graw Hill de Presentaciones de Negocios. México. 2000.

WILENSKY, Alberto. Marketing Estratégico. Ediciones Macchi. 1996. Buenos Aires.

DE MARCO, Isabel. Artículo de la Revista Anuncio 1259. "Coolhunting" Del 10 al 16 de noviembre de 2008.

GIL MARTIL, Víctor Alejandro. Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias. Empresa Activa 2009.