



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

1. Carrera: Administración Hotelera
2. Curso: Marketing de Servicios Profesionales
3. Carga Horaria: 4 horas semanales
4. Profesor: Lic. Aldo Francisco Albarellos
5. Ubicación: : Núcleo de Cursos Electivos
6. Tipo de Curso: Teórico - Práctico

7. **Objetivos**

El objetivo de la materia es preparar al futuro profesional para enfrentar exitosamente la búsqueda laboral tanto desde el punto de vista del trabajo en relación de dependencia como el de desarrollo en la consultoría independiente. La materia le brinda elementos y herramientas de marketing, sistemas de búsqueda de trabajo, preparación de currículum, técnicas de entrevistas, técnicas de presentación oral, desarrollo de una consultoría independiente, fijación de honorarios. El alumno tendrá, además, la oportunidad de conocer y manejar estrategias y técnicas de negociación imprescindibles para su actividad profesional.

Al final de la materia, el alumno estará capacitado para

- Diseñar un Plan de Carrera personal
- Preparar su oferta de servicios profesionales
- Ubicar y seleccionar las fuentes de contacto y relaciones profesionales
- Efectuar presentaciones escritas y orales eficaces
- Efectuar el cierre de la venta profesional
- Manejar técnicas modernas de negociación

8- **Contenidos Temáticos**

Durante el dictado de la materia el futuro profesional podrá analizar y desarrollar :

- La situación profesional actual
- Fundamentos de Marketing
- El Marketing de servicios
- Estrategias competitivas profesionales
- Las herramientas de marketing de servicios profesionales
- La búsqueda de trabajo
- Preparación de curriculum vitae
- La consultoría
- Cómo conseguir clientes
- Presentaciones orales eficaces
- La psicología aplicada a la venta profesional
- La oferta de servicios
- El cierre de la venta
- Ética profesional
- Los Honorarios
- Negociación efectiva

9- **Bibliografía Obligatoria**

- Apuntes de cátedra
- Fisher Roger, Ury William y Patton Bruce. Sí, de acuerdo, Cómo negociar sin ceder. Editorial Norma
- Kotler Philip – Dirección de marketing- Edición del milenio – Prentice Hall
- Lamb-Hair & Mc Daniel – Marketing – editorial Thompson

Asimismo se solicitará la resolución de ejercicios con la misma orientación referida en el párrafo anterior

Proyección de videos

De acuerdo al tema a tratarse se proyectarán videos sobre los cuales se generaran debates, o eventualmente trabajos por parte de los alumnos.

Distribución

La distribución de las distintas modalidades se enmarca en la elaboración de una estrategia de enseñanza que contemple :

Las características del estudiante, incluyendo sus conocimientos previos relativos a hechos, procedimientos y destrezas de aprendizaje, sus capacidades, sus motivaciones y el tiempo de estudio y dedicación a la materia. Los procesos de aprendizaje que comprenden las conductas del estudiante durante el aprendizaje, en el aula, en su estudio independiente, tales como la selección, la organización y la integración de la nueva información. Las metas de aprendizaje referidas a la adquisición de los nuevos contenidos y a la mejora en las habilidades de aprendizaje. Los resultados, referidos a las pruebas de retención y transferencia de lo aprendido.

En base a lo expuesto se retroalimentará la estrategia o método de enseñanza en los aspectos referidos a que contenidos se presentan, cómo y cuándo.

12- Modos de evaluación

La evaluación de los conocimientos del estudiante consiste

Régimen:

- Aprobación de dos Trabajos Prácticos como requisito previo al examen final
- Examen Final

Además, la cátedra califica:

- Resolución de ejercicios y talleres en clase
- Tests de lectura
- Interés y Participación en clase
- Asistencia a clase

DETALLE DE CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. La situación actual

Actores y funciones del mercado laboral. Antecedentes históricos. Tendencias. La relación entre la búsqueda de trabajo, la consultoría y el marketing.

2. Fundamentos de Marketing

Definición de marketing. Conceptos centrales. Valor al cliente. Satisfacción. Necesidades, deseos y demanda. Inteligencia de marketing.

3. El Marketing de servicios

Naturaleza de los servicios. Características. Estrategias. Productividad.



4. Estrategias competitivas profesionales

Planeamiento personal y profesional. Objetivos y etapas. El análisis FODA personal. La autoevaluación. El análisis del tipo de empresa a la cual dirigirse.

5. El Currículum Vitae

Funciones del curriculum. Características. Reglas. Modelos. Principiantes. Expertos. Redacción. Autoevaluación.

6. La búsqueda de trabajo

Los distintos sistemas de búsqueda. La inteligencia competitiva. Los problemas de la búsqueda. La falta de antecedentes y experiencia. La entrevista de selección. Preparación. Técnicas. Factores Clave. Los exámenes de aptitud.

7. La consultoría

Definición de consultor. Creación y funcionamiento de la consultora. Sistemas de búsqueda. Relaciones y red de contactos. El comienzo y el crecimiento. Aplicación de las herramientas de marketing. La psicología aplicada a la venta profesional. Los contratos. La oferta de servicios profesionales. Propuesta e informe. Marketing y comunicación. Ética profesional

8. Presentaciones orales eficaces

Desarrollo psicológico. Confianza, autovaloración. La preparación de la presentación oral. Desarrollo de memoria. Factores de éxito de una presentación oral. Inicio y fin de la presentación. Cómo despertar el interés y la voluntad del oyente. Herramientas de apoyo. El manejo del lenguaje.

9. Honorarios, compensaciones y costos.

Estrategias de honorarios. Estimación de costos de la consultoría. El cliente de precio. El cliente de valor. Tipos de compensación. Cantidad a solicitar. Comunicación de honorarios. El contrato.

10. Fundamentos de negociación

Modelos. Cultura. Aprendizaje. Enfoques de solución de problemas. Los resultados del proceso. Ganar – ganar. Soluciones alternativas. Fundamentos de negociación.


M^{ra} MARIA ELISA COUSTE
Directora
Carrera de Administración Hotelera
Universidad Nacional de Quilmes