

**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

## 10- Bibliografía de Consulta

- Lambert Tom – Manual de Consultoría – Gestión 2000 –2001
- Bermont Hubert – Cómo ser un consultor de éxito – Granica –1997
- Tracy Brian – Estrategias eficaces de ventas – Paidós empresa - 1997
- Porot Daniel – Búsqueda de Trabajo – CMA - Atlántida

## 11- Metodología a emplear en el dictado de clases

El desarrollo de la materia, relacionada con un ambiente tan cambiante requiere evaluar en forma permanente y continua la relación de contenidos y orientación de la materia de acuerdo con las demandas y posibilidades del medio laboral, procurando evitar una excesiva teorización y abstracción de contenidos de la enseñanza que atente contra una efectiva inserción del futuro profesional en los conceptos de Integración, Intervención y Cambio sobre las distintas organizaciones en las que tendrá oportunidad de operar. Es por ello imprescindible generar un ambiente de espíritu crítico e innovador en el alumnado mediante actividades impregnadas de altas dosis de transparencia, diálogo, consenso y autenticidad. De tal manera se trata de evitar la utilización de fórmulas pedagógicas masivas que atenten contra el espíritu de la materia, alentando el desarrollo de métodos de enseñanza - aprendizaje que conduzcan al alumno a confrontar los conceptos y contenidos de la materia con lo que sucede en las distintas instituciones sobre las cuales va a desempeñar su vida profesional, evitando la orientación hacia el esquema aprobar-reprobar. La Metodología a emplear se basa en procesos interactivos en el aula, discriminando lo importante de lo accesorio, realizando la importancia de la motivación del estudiante en el proceso de aprendizaje mediante la utilización de técnicas de atención selectiva, recuperación de contenidos relevantes y su relación con lo nuevo, la utilización de síntesis para relacionar contenidos, etc.

Para ello se incluye :

### Clases Teóricas

#### Comprenden:

- Exposición de los contenidos por parte del profesor
- Utilización de técnicas pedagógicas de acuerdo al tema
- Preguntas sobre dudas de los alumnos
- Indicación de posibles errores y confusiones
- Orientación para mejorar el sistema de estudio en aspectos concretos
- Test de lectura
- Orientación bibliográfica

### Clases Prácticas

#### Comprenden:

- Aplicación de distintos métodos según el tema a tratarse
- Planteo de ejercicios y cuestiones prácticas
- Resolución de los mismos
- Utilización de técnicas grupales de acuerdo al tema
- Preguntas sobre dudas de los alumnos
- Indicación de posibles errores y confusiones

### Trabajos de campo y resolución de ejercicios

Los alumnos deberán realizar los trabajos de campo solicitados por la cátedra y entregarlos en fechas prefijadas. Los trabajos podrán ser individuales o grupales. Los trabajos versarán sobre temas en interacción con la realidad cotidiana en los aspectos relativos a la materia.

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**

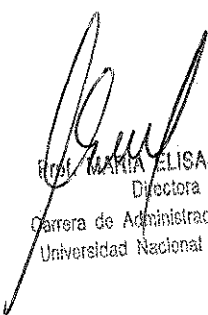
Desarrollo psicológico. Confianza, autovaloración. La preparación de la presentación oral. Desarrollo de memoria. Factores de éxito de una presentación oral. Inicio y fin de la presentación. Cómo despertar el interés y la voluntad del oyente. Herramientas de apoyo. El manejo del lenguaje.

#### **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.

  
Dra. MARÍA ELISA COUSTE  
Directora  
Carrera de Administración Hotelera  
Universidad Nacional de Quilmes