

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO Y URBANISMO
"CARRERA DE ARQUITECTURA"

ASIGNATURA: "MARKETING Y GESTION EMPRESARIA"

FINALIDAD DE LA ASIGNATURA

Que el futuro arquitecto conozca la moderna estructura empresarial, los modelos alternativos de su gestión, su dinámica y objetivo, y las estrategias comerciales que en el mercado local e internacional encara para lograrlos.
Que el futuro arquitecto sea capaz de comprender su rol en el proceso empresarial y definir su posición ideológica y profesional frente al mismo.

UNIDAD 1. : LA ESTRUCTURA DE MARKETING

Objetivo Direccional

Que el alumno comprenda la mercadotecnia como una postura frente a la complejidad de los negocios.

Objetivos Operacional

Que el alumno identifique la relación entre su profesión futura y la tarea del marketing en la moderna empresa.

Contenidos

- * La mezcla de Marketing.
- * Componentes, interrelacion y dinámica.
- * Funciones e instrumentos de Marketing.
- * Similitudes y diferencias en los países centrales y periféricos.
- * Aplicación en Argentina según tipología de estructuras empresarias.
- * Estado y perspectivas del Marketing en Argentina a partir del escenario actual.

UNIDAD 2 : LA ESTRUCTURA EMPRESARIA

Objetivo Direccional

Que el alumno conozca las modernas estrategias de abordaje comercial.

Objetivo operacional

Que el alumno sea capaz de integrar su futura profesión a la estrategia global de una empresa.

Contenidos

- * Posicionamiento de producto / marca.

BIBLIOTECA F.A.D.U.

- * El portafolio de negocios.
- * La estrategia competitiva.
- * Estrategias y políticas de precios, costos distribución.

UNIDAD 3: MERCADO

Objetivo direccional

Que el alumno comprenda los distintos conceptos ideológicos y técnicos del "MERCADO" y conozca sus leyes principales.

Objetivo Operacional

Que el alumno sea capaz de identificar un mercado adecuado para un producto específico.

Contenidos.

- * Distintos conceptos de "MERCADO".
- * Sustento ideológico de cada uno.
- * La "orientación al mercado".
- * Diferencias y limitaciones en los países centrales y periféricos.
- * Elementos tecnología, económico— financieros , ideológicos y políticos.
- * Principales características del Mercado Nacional.
- * Empresa, mercado y "Negocio".
- * Segmentación de Mercado y características diferenciales de producto/ marca.
- * Mitos y realidades acerca de las "Leyes del Mercado".

UNIDAD 4: EMPRESA- MARKETING Y ARQUITECTURA

Objetivo Direccional

Que el alumno conceptualice la relación entre la estructura empresarial, el area de marketing y el arquitecto.

Objetivo Operacional

Que el alumno identifique las posibilidades de su inserción laboral en la empresa.

Contenidos

- * Función del arquitecto en la Gestión Empresarial.
- * Sistemas de producción.
- * Sistemas de información.
- * Sistemas de distribución.
- * Sistemas de exhibición, promoción.
- * Arquitectura, innovación y rentabilidad empresarial.

UNIDAD 5 : EMPRESA Y ESTRATEGIA EMPRESARIA

Objetivo Direccional

BIBLIOTECA F.A.D.U.

Que el alumno comprenda la estructura y proceso de la moderna empresa.

Objetivo Operacional

Que el alumno sea capaz de detectar el tipo de estructura y modelo de gestión de una empresa determinada.

Contenidos

- * La moderna estructura empresaria.
- * Tipología de las empresas que operan en el mercado argentino.
- * Aspectos tecnológicos, económico– financieros, ideológicos y políticos.
- * Empresas y empresario en Argentina.
- * Los objetivos de la empresa, lucro, rentabilidad, permanencia.
- * Estrategias y tácticas.
- * La responsabilidad social de la empresa.

UNIDAD 6 : IDEOLOGIA– ARQUITECTURA Y ARQUITECTO

Objetivo Direccional.

Que el alumno conceptualice la relación existente entre la IDEOLOGIA y la practica profesional del arquitecto en las empresas.

Objetivo Operacional

Que el alumno tenga la capacidad para definir una posición racional frente a su propia practica profesional.

Contenidos

- * Sociedad, cultura, economía y arquitectura.
- * La falacia de la “Sociedad de Consumo”.
- * Principales mitos “Psicosociales” que se mojan en el area empresaria.
- * De la reproducción a la producción.

TRABAJOS PRACTICOS

A. ENTREGAS PARCIALES (MATERIAL TEORICO)

Los alumnos entregaran trabajos sobre cada material TEORICO **elido y discutido** en clase, en forma individual, y en base a la siguiente Guia:

A. Descripción en sus propias palabras de lo que explica el autor **en el material**.