

Seminario Taller
“Herramientas de Auditoría y Planificación de Marketing”

Requisitos según el Anexo de la Resolución N° 2992/96 (Artículos 11 a 15):

- **Orientación:** Administración
- **Actividad:** Seminario taller “Herramientas de Auditoría y Planificación de Marketing”.
- **Duración:** 20 horas, equivalentes a 2 (dos) créditos.

Actividad presencial: 6 horas.

Actividad remota: 4 horas.

Actividad extra áulica: 10 horas.

- **Destinatarios:** Docentes y Adscriptos de la Cátedra de Comercialización I
- **Categorización:** Curso Intermedio

Se clasifica el Seminario taller con la categoría de intermedio dado que tanto el enfoque metodológico, como la propuesta de contenidos a investigar, tienen como propósito el abordaje de temas de que representan un avance significativo sobre las herramientas necesarias para apoyar la guía del trabajo de campo.

• **Objetivos:**

- a) Revisar los enfoques metodológicos de cada unidad de la materia.
- b) Identificar problemáticas de los recursos disponibles en el aula virtual y reflexionar acerca de las posibilidades creativas de acción innovadora.
- c) Experimentar diferentes metodologías de trabajo proyectual.
- d) Proponer recursos y actividades para los contenidos de la materia, tanto para la presencialidad como para la propuesta a distancia.
- e) Estimular a los participantes a formular actividades de cambio y transformación que se incorpore a la propuesta metodológica de la materia.

• **Docentes responsables:**

El Seminario ha sido organizado por el profesor Enrique Carlos Bianchi

• **Desarrollo del Plan de Actividades:**

El seminario taller ha sido organizado en 4 ejes temáticos a trabajar por los docentes.

Eje 1. El plan de marketing estratégico y táctico.

Eje 2. Instrumentos de auditoría comercial

Eje 3. Actividades áulicas para guiar el plan de trabajo de campo

Eje 4. Cómo elaborar y presentar el plan de marketing

Para abordar los ejes se prevén 4 (cuatro) reuniones en total, dos de ellas plenarias y dos reuniones de avance por ejes de trabajo.

La reunión inicial abordará el contenido del programa y el enfoque a desarrollar en cada eje.

La reunión de cierre permitirá la presentación de lo producido por cada uno de los participantes (instrumentos y herramientas requeridos la auditoría y plan de marketing).

Las reuniones intermedias, pautadas de manera remota serán coordinadas por el docente a cargo.

Las reuniones se realizaron en las siguientes fechas, en el horario de 17 a 20 horas, en el ámbito de la Facultad de Ciencias Económicas:

Reunión inicial plenaria: 13/06/2023

Reunión de avance por eje: 1ra semana julio 2023

Reunión de avance por eje: 3ra semana julio de 2023

Reunión de cierre: 25/07/2023

Total, de horas presenciales: 6 horas.

Total, de horas remotas: 4 horas

Total, de horas investigación extra áulicas: 10 horas.

Total, de horas a acreditar: 20 horas.

• **Bibliografía:**

Nuevo programa de Comercialización I 2023

Lambin, J. J., Galluci, C., & Sicurello, C. (2009). Dirección de marketing: gestión estratégica y operativa del mercado. McGraw-Hill. Cap. 17

Best, R. J. (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Educación. Ejercicios disponibles en: <http://www.rogerbest.com/nav.cfm?A=L&C=0&P=3>

Material de cátedra

• **Sistema de Evaluación.**

Se evaluará la investigación realizada por los participantes sobre el abordaje metodológico, la producción de los documentos a incluir en el trabajo de campo (ajuste de la guía de trabajo de campo y de los formatos de presentación), las conclusiones y las intervenciones de los participantes en las reuniones plenarias.

Se emitirán certificados que acrediten la asistencia y aprobación de este Seminario para los docentes que participen.

Cuadro Sintético del Anexo

NOMBRE DEL CURSO	PROFESOR A CARGO	NIVEL	CRÉDITOS
Seminario – Taller: “Herramientas de Auditoría y Gestión de Marketing”	Docente Responsable: Dr. Enrique Carlos Bianchi	Intermedio	2