

COLEGIO NACIONAL DE MONSERRAT
MARTILLERO Y CORREDOR PÚBLICO
PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA
TERCER AÑO - Plan de estudio 2006
Vigente desde ciclo lectivo 2023

FUNDAMENTACIÓN

Teniendo en consideración el dinamismo propio de la actividad inmobiliaria y los constantes cambios que se dan en la forma de comercializar inmuebles, es necesario actualizar los objetivos que se pretenden alcanzar con el dictado de la materia y los contenidos de la misma, dotándola de una base técnica, legal y práctica acorde a los tiempos que corren, que posibilite la adquisición de las herramientas y habilidades necesarias para la gestión inmobiliaria. Todo ello en aras a contribuir a una adecuada formación ética y profesional del estudiantado, brindándole no solo conocimientos y saberes, sino también valores y virtudes que los ayuden a desenvolverse en la profesión que eligieron y en la vida misma.

OBJETIVOS

Que cada estudiante sea capaz de:

- Identificar los principios y leyes básicos que explican el comportamiento de los fenómenos y variables económicos.
- Desarrollar habilidades para interpretar y explicar el comportamiento de los mercados, de los compradores y vendedores, e implementar estrategias para aprovecharlo de manera rentable.

- Identificar los aspectos principales involucrados en la organización de una empresa.
- Desarrollar habilidades para el uso de las formas contractuales usuales en la negociación inmobiliaria.
- Adquirir una escala de valores como empresario, teniendo en consideración la misión del empresario como constructor social y partícipe necesario en una sociedad plural, compleja, cambiante y diversificada, lo que redundará en beneficio propio y de la sociedad en general.
- Resolver los problemas y dificultades que se le presenten al desarrollar su actividad de comercializador.

COMPETENCIAS

- a) Análisis, razonamiento y práctica comercial legal en la gestión inmobiliaria.
- b) Solución de problemas y toma de decisiones vinculadas a la práctica inmobiliaria.
- c) Investigación jurídica y adquisición de herramientas para desarrollar habilidades y destrezas indispensables para ejercer la práctica de la comercialización inmobiliaria.
- d) Práctica comercial-legal, orientada éticamente.
- e) Conciencia y responsabilidad social.

CONTENIDOS

EJE 1: ECONOMÍA

UNIDAD I: ECONOMÍA- MICROECONOMÍA

- Introducción a la Economía. Concepto. Conceptos clave. Macroeconomía y Microeconomía.
- Factores de la producción. El problema de la eficiencia. Frontera de posibilidades productivas.
- Mercados: Competencia Perfecta, Oligopolio y Monopolio.
- Fallas del mercado e intervención del Estado.
- Análisis marginal. Utilidad marginal. El mecanismo de mercado.
- Demanda. La ley de la demanda. Desplazamiento de la curva de la demanda.
- Oferta. La ley de la oferta. Desplazamiento de la curva de la oferta.
- La formación de precios de equilibrio en las economías de mercado.
- La elasticidad.

UNIDAD II: MACROECONOMÍA

- Nociones macroeconómicas.
- Población. Actividad económica y su medición.
- Empleo y producto.
- Consumo, ahorro e inversión.
- El dinero y su circulación.
- Tasa de interés.
- Tipo de cambio.
- La inflación.

EJE 2: EMPRESA – MERCADOTECNIA

UNIDAD III: EMPRESA

- Concepto de Empresa. Tipos de Empresa.
- Introducción a la administración y las organizaciones. Cultura organizacional.

- La gerencia y las decisiones. Planeación. Administración estratégica.
- Nociones de administración de recursos humanos.
- La economía de la empresa. Conceptos de producción y de productividad. Costo o coste y beneficio. Economías de escala. Inversión.
- La empresa inmobiliaria. Evaluación de proyectos de inversión.

UNIDAD IV: MARKETING

- El marketing. Introducción. Noción, importancia y sentido del marketing.
- Definición de marketing. Conceptos centrales. Evolución del marketing. Funciones del Marketing. Proceso de Marketing. Análisis F.O.D.A.
- La mezcla o mix de marketing. Generación, comunicación y transmisión de valor.
- El mercado. Segmentación. Comportamiento del consumidor. Estrategias de segmentación. Liderazgo de mercado. Estrategias.
- El producto. Variables o dimensiones. Ciclo de vida del producto. Clases o momentos de la demanda. Posicionamiento. Marca.
- Marketing de servicios: parámetros de calidad.
- La comunicación. Publicidad, promoción.
- Marketing Inmobiliario – Marketing digital

EJE 3: CONTRATOS EN LA PRÁCTICA INMOBILIARIA

UNIDAD V: CONTRATO DE COMPRAVENTA

- Autorización para la venta.
- Reserva, seña, promesa de venta. Diferencia en sus efectos. Análisis práctico.
- Actuación del Corredor Inmobiliario. Protección de su comisión.

- Contrato de compraventa como herramienta de comercialización. Concepto. Caracteres. Elementos esenciales: cosa, precio, capacidad.
- Análisis de la documentación relativa a los inmuebles
- Obligaciones de las partes. Modalidades y cláusulas especiales.
- El boleto privado de compraventa. Concepto. Efectos. Naturaleza jurídica. Fortalezas y debilidades. Instrumentación. Cláusulas usuales. Análisis pormenorizado de las mismas. Recomendaciones. Certificación de firmas y fecha cierta.
- Cesión del boleto. Cesión de derechos Posesorios.
- Informes y certificados registrales y administrativos. Tracto abreviado. Costo de una escrituración. Citación de las partes para Escriturar. Impuesto de Sellos. ITI. COTI. UIF.
- Especificidades de otras formas contractuales de negociación inmobiliaria: fideicomiso, cesión de derechos, leasing, comercialización de barrios cerrados.
- Modelos

UNIDAD VI: CONTRATO DE LOCACIÓN

- Locación. Nociones generales. Concepto. Clases. Caracteres.
- El régimen de las locaciones de cosas. Normas legales que las rigen. Elementos esenciales. Derechos y Obligaciones de las partes. Sublocación y cesión del contrato de locación.
- Locación urbana inmobiliaria. Régimen legal, forma, plazos, precio. Alquiler temporario.
- Cláusulas usuales en los contratos de locación. Análisis pormenorizado de las mismas. Recomendaciones
- Fórmulas para fijar y para estabilizar el precio de los alquileres: Reajustes.

- Fianzas/garantías. Garantías propietarias, recibos de sueldo, seguros de caución y otros. Informe sobre la solvencia de los fiadores en los contratos de locación inmobiliaria: Informes registrales y crediticios.
- Prórrogas. Oportunidad. Forma. Situación de los garantes. Actualización del depósito.
- Entrega de llaves al inicio del contrato. Entrega de llaves al finalizar el contrato o recibir el inmueble. Recaudos.
- Venta del inmueble locado. Comodato.
- Autorización para alquilar. Arrendamiento rural y otros contratos rurales.
- Aspectos prácticos. Modelos.

UNIDAD VII: CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN DE PROPIEDADES

- Contrato de administración de propiedades, normas aplicables.
- Derechos y obligaciones del Administrador de alquileres: cobro de los alquileres. Rendición de cuentas. Verificación del pago de expensas y servicios. Control del estado del inmueble. Honorarios del administrador.
- Recibos. Cartas documento. Actas notariales. Modelos.
- Deudas de alquileres, expensas, impuestos y servicios.
- Facultades del administrador del contrato para intimar extrajudicialmente. Obligación de informar al propietario. Responsabilidad del administrador de alquileres.
- Administración de consorcios de propiedad horizontal. Reglamento de Copropiedad y Administración en relación al destino del inmueble afectado a Propiedad Horizontal: qué se debe analizar.
- Derechos y obligaciones del Administrador de Consorcios: firma y confección de recibos por el administrador. Rendición de cuentas. Honorarios del administrador.
- Deudas de expensas: Consecuencias. Facultades del administrador del consorcio para intimar extrajudicialmente. Obligación de informar al propietario. Responsabilidad del administrador de consorcios.

- Administración de countries, barrios cerrados y urbanizaciones especiales. Tiempo compartido.

UNIDAD VIII: RESPONSABILIDAD EN EL EJERCICIO DE LA COMERCIALIZACIÓN

- La libertad de contratar y las prácticas abusivas.
- Información y publicidad dirigida a los consumidores.
- Cláusulas abusivas en la contratación y comercialización.
- Control judicial.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN: las evaluaciones de trabajos prácticos, parciales y finales se realizarán teniendo en cuenta la normativa vigente para la regularización y promoción.

Se evaluará:

- Dominio de los contenidos desarrollados a lo largo del programa.
- Capacidad para integrar, relacionar, comparar y aplicar los contenidos conceptuales.
- Habilidades prácticas para la resolución de casos.
- Capacidad de expresión oral y escrita y uso de terminología y vocabulario específico de la materia.

Éstos permiten identificar la medida de los procesos y logros de aprendizaje de los alumnos.

CARGA HORARIA: 4 horas cátedra.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUER HORTAL, PEREZ GOROSTEGUI y MARTÍNEZ SÁNCHEZ. (1997) *Administración y Dirección de Empresas. Teoría y Ejercicios Resueltos*. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.
- ALVAREZ, Héctor F. (2004) *Administración. Un enfoque interdisciplinario y competitivo*. Córdoba: Ediciones Eudecor.
- ALVAREZ, José y SVEJENOVA, Silviya. (2003) *La Gestión del Poder*. Barcelona: Granica.
- DEMARCO, Gustavo. (2004) *Manual de Economía*. U.N.C., Fac. Ciencias Económicas, Córdoba.
- GARCÍA SÁNCHEZ, María Dolores et. al. (2008) *Manual de Marketing*. ESIC, Madrid.
- GÓMEZ, Mario. (2010) *Gestión de la empresa inmobiliaria*. Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires.
- KOTLER, Philip y KELLER, Kevin Lane. (2006) *Dirección de Marketing*. 12ª edic. México: Pearson.
- MANKIW, N. Gregory. (2002) *Principios de Economía*. 2ª edic., McGraw-Hill.
- MOCHON MORCILLO, F. y BEKER, V.A. (2008) *Economía. Principios y aplicaciones*. 4ª edic., Buenos Aires: Mc Graw Hill.
- PINDYCK, Robert y RUBINFELD, Daniel. (2007) *Microeconomía*. 3ª edic., Buenos Aires: Prentice Hall.
- ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary. (2010) *Administración*. 10ª edic., México: Pearson Educación.

- SAMUELSON, P. A. y NORDHAUS, W. D. (1997) *Macroeconomía*. 16ª edic., Mc Graw Hill, Madrid.

- SACHS, Jeffrey – LARRAIN, Felipe. (2002) *Macroeconomía en la economía global*. 2ª edic., Buenos Aires: Pearson Education.



Universidad Nacional de Córdoba
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: programa Comercialización Inmobiliaria 2023

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 9 pagina/s.