

TALLER DE PROYECTOS

Soporte para el desarrollo del Trabajo Final

PRESENTACIÓN

El objetivo del curso/módulo es acompañar al alumno durante el proceso de desarrollo del Trabajo Práctico de la Diplomatura, donde los mismos podrán elaborar un proyecto comercial en formato Plan de Marketing.

En este espacio de aprendizaje y acompañamiento, la propuesta es que los docentes sigan el desarrollo y la evolución del trabajo a lo largo de los encuentros estipulados, y ayudar a que se vayan cumpliendo las etapas estipuladas del mismo, para que el alumno logre a fin de la Diplomatura el armado completo de su proyecto, el cual gestará a lo largo de la cursada. En cada clase, los alumnos abordarán de manera teórico-práctica los conocimientos que los ayuden al armado del Proyecto Final.

OBJETIVOS (Generales y Específicos)

- Adquirir conocimientos generales para lograr el armado y desarrollo de un Trabajo Práctico en formato Plan de Marketing, en equipo.
- Conocer las herramientas y matrices de análisis estratégico.
- Que los participantes aprendan a coordinar y organizar recursos para el armado del Trabajo Final de la Diplomatura.
- Incentivar una mirada crítica a la hora de pensar en la proyección de un negocio.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

DESTINATARIOS

Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar un negocio y/o emprendimiento.
- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos en relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.

REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

No se requieren conocimientos previos de Marketing.

DURACIÓN

14 horas distribuidas en 4 encuentros presenciales de 3,5 hs. Carga horaria semanal: 3,5 hs.

Este módulo/curso tiene una duración de 4 clases, que se dictan a lo largo de la Diplomatura en Marketing Integral, en los encuentros nro. 10, 18, 26 y 34 de la misma (*ver Cronograma general de Clases en el programa de la Diplomatura de Marketing Integral.)

TEMARIO

- Definición de los conceptos: Misión, Visión, Cultura, Planeación Estratégica. Segmentación. Investigación.
- Herramientas estratégicas de análisis y su aplicación.
- Haciendo Benchmarking, Estrategias y decisiones del Marketing Mix.

Cronograma de clases:

Clase 1: Misión, Visión, Cultura, Planeación Estratégica. Segmentación. Investigación.

Clase 2: Herramientas estratégicas de análisis y su aplicación. Porter, Pest, Ansoff, FODA.

Clase 3: Benchmarking, estrategias Porter y Kotler. Objetivos. Decisiones del Marketing Mix.

Clase 4: Presentación de Proyectos Finales de la Diplomatura: oral y escrito. Cierre de cursada y devoluciones académicas.

DOCENTE

[Sabrina García](#)

[Lic. Andrea Del Grecco](#)

Coordinadora: [Lic. Andrea Del Grecco](#)

METODOLOGÍA DEL TRABAJO

El Taller propone un contexto de acompañamiento dinámico por parte del docente hacia los alumnos en el que el docente sea nexo entre los contenidos teórico-prácticos y el abordaje al Trabajo práctico, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y trabajo en equipo para cumplir los objetivos del trabajo Final de la Diplomatura.

Durante los encuentros, que serán presenciales, se utilizarán presentaciones en Power Point, notas periodísticas y material audiovisual. Además, los asistentes contarán con material digital. Se podrán requerir participaciones virtuales a través del campus y/o actividades domiciliarias individuales y/o grupales.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN – CERTIFICACIÓN

Los criterios y metodología de evaluación de este Taller se basarán en el avance del trabajo Práctico Final, en cada uno de los encuentros los alumnos deberán presentar los temas indicados por la coordinación.

La sumatoria del desarrollo del Trabajo Práctico Final y el 80% de asistencia al curso habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura.

