



PLAN DE ESTUDIOS 2002

ASIGNATURA: **GENERACIÓN DE EMPRESAS**
CÓDIGO **Q852**
ESPECIALIDAD/ES: **Agrimensura**

Contenidos Analíticos:

MÓDULO 1: VOCACION EMPRESARIA E INNOVACIÓN

Vocación empresarial. Características del emprendedor. Fuentes para innovar. Ideas de negocios

MÓDULO 2: TÉCNICAS DE SOPORTE A LA EMPRESA

Técnicas y prácticas para desarrollar la creatividad. Técnicas de negociación.

MÓDULO 3: INTRODUCCIÓN AL MARKETING

1. Concepto del marketing. Marketing de servicios profesionales.
2. El cliente: sus necesidades, análisis de sus motivaciones, su comportamiento de compra y de uso.
3. El mercado: Definición del mercado/negocio. Segmentación de mercado. Posicionamiento.
4. La competencia: Análisis competitivo (FODA). Posición, ventaja, diferenciación competitiva.
5. Marketing operativo: Estrategia sobre las variables controlables del marketing: producto, precio, comunicación, distribución y calidad.
6. Introducción al plan de marketing.
7. Imagen empresarial

BIBLIOGRAFÍA GENERAL:

- LAFUENTE, J.M., LLAGUNO MUSONS, J.I.: Marketing estratégico para empresas de servicios, Ed. Díaz de Santos, 1995, Biblioteca de Ingeniería
- Schneer, Manuel Marketing De Servicios Profesionales, Edit. Granica.
- VARELA Rodrigo, Innovación Empresarial. Editorial PRENTICE-HALL, año 2001.
- HARRINGTON H. JAMESHOFFHERR GLEN D., REID ROBERT P. HERRAMIENTAS PARA LA CREATIVIDAD, Editorial MCGRAW-HILL, 2000
- KOTLER, Philip, MERCADOTECNIA, Ed. Prentice Hall, Biblioteca de Ingeniería.
- DRUCKER, Peter, LA INNOVACIÓN Y EL EMPRESARIO INNOVADOR, Ed. Sudamericana, 1992, Biblioteca de la Cátedra.