

PROGRAMA

Unidad curricular optativa

MARKETING APLICADO AL EJERCICIO PROFESIONAL

Ubicación en el Mapa Curricular: Primer semestre

Modalidad: Teórico – práctico

Créditos: 6 créditos

Carga horaria: 50 horas

Unidad Académica responsable: Administración

Unidades Académicas invitadas: Nutrición Poblacional y Alimentos

Docente responsable: Prof. Adjta. Soledad Castro

Equipo docente: Prof. Agda. Virginia Natero, Prof. Adjta. Mariana Simoncelli, Asistente Dahiana Cuozzo, Asistente Guillermo Silva.

Recomendaciones de conocimientos previos: No requiere.

Objetivo General: Adquirir las herramientas de marketing y su aplicación al ejercicio profesional.

Objetivos Específicos:

- Comprender conceptos básicos de marketing.
- Identificar las 4 P utilizadas en marketing general.
- Aplicar las estrategias de marketing en las diferentes áreas del ejercicio profesional.
- Identificar la aplicación de herramientas de marketing social en programas de salud.

- Analizar casos pertinentes a la utilización de las herramientas de marketing: social, de servicios, de productos, personal, digital.

Contenidos:

- INTRODUCCIÓN: Evolución histórica. Definición. Filosofía de marketing: orientación a los clientes. Conceptos básicos: necesidades, deseos y demandas, productos y servicios, valor, satisfacción y calidad, intercambio y transacciones, mercados.
- APLICACIÓN AL EJERCICIO PROFESIONAL: Vinculación e inserción del profesional Lic. en Nutrición en marketing: personal, de productos, de servicios, marketing social, digital.
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: Visión, misión, objetivos organizacionales en las diversas áreas de aplicación.
- PROCESO DE MARKETING: Analizar oportunidades de marketing: macroentorno, microentorno. Diagnóstico de situación. Investigación de mercados. Identificación y selección de mercados meta. Segmentación de mercados. Determinación de mercados meta. Posicionamiento. Mezcla de marketing general 4 P: producto, precio, promoción, plaza. Adaptaciones de las 4 P a otros campos del ejercicio profesional: Marketing social y las 7 P.
- COMUNICACIÓN: Coaching y PNL.
- NEUROMARKETING: Conceptos básicos.
- MARKETING DIGITAL: Herramientas de marketing digital: redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, Whatsapp, entre otras).

Metodología o modalidad de trabajo: Exposiciones teóricas para trabajar bases conceptuales indispensables. Trabajo colaborativo a través de actividades grupales virtuales: diseño de página web, elaboración de videos en TikTok.

Evaluación: La evaluación será grupal, de tipo formativa y sumativa.

Bibliografía

Kotler, P; Armstrong, G. (2017). *Marketing*. 16° edición. México: Pearson.

Acosta, M.; Castro S.; Cortada, D.; Delgado, M.; Dornell, T.; Russo, M. (2013).
Herramientas para la gestión de servicios de restauración colectiva. Uruguay:
Comisión Sectorial de Educación Permanente.

Lovelock, C. (2009). *Mercadotecnia en servicios*. 6° edición. México: Pearson Educación.