

PRIMERA ETAPA:	ÁREAS TEMÁTICAS
CURSO	<b>A3. Gestión de Venta y Marketing</b>
PROFESORES	<b>Alberto Gigli – Andrés Kraushaar – Luis Araya.</b>
OBJETIVO	Explicar las variables de comercialización en el sector inmobiliario. Definir los modelos de comercialización posibles de realizar. Identificar modelos de comercialización adecuados al tipo de empresa. Identificar modelos de comercialización adecuados a las tipologías de productos inmobiliarios. Detectar oportunidades de comercialización. Identificar estrategias que permitan posicionamiento de productos. Definir medios de difusión y estrategias de marketing por segmento. Demostrar a través del desarrollo de un caso de producto inmobiliario la incidencia de las estrategias de comercialización en la rentabilidad.
CRÉDITOS	6,0.
CONTENIDOS	Modelos de análisis de mercado. Comercialización, generalidades. Comercialización de productos inmobiliarios. Difusión y marketing. Gestión de ventas. Costos de la comercialización. Marcas, valor de la marca, sensibilidades. Campañas. Conflictos, reingeniería.
LOGRO	Visualizar dinámicamente los diferentes y cambiantes escenarios del entorno competitivo de la empresa.
HABILIDADES	Identifica información relevante. Determina política de precios y descuentos por producto según oportunidades. Contrarresta riesgos emergentes.
METODOLOGÍA	Clases teóricas, lecturas y ejercicios de aplicación. Demostración y evaluación de campañas que permiten identificar éxitos y fracasos. Evaluación en base a ejercicio de aplicación que desafía la innovación y asertividad en el diseño de una estrategia comercial para un determinado nicho de demanda.
BIBLIOGRAFÍA	Contijoch Pratdesaba Ramón, “La compraventa de inmuebles”, Ed. Planeta, 2000. Contijoch Pratdesaba Ramón, “Alquileres y arrendamientos”, Ed. Planeta, 2001.

- Ferrell O.C., Hartline M., Lucas, G.H., "Estrategia de Marketing", Ed. Thomson Paraninfo, 2002.
- Kotler Phillip, "Dirección de Mercadotecnia: análisis, planeación y control", Ed. Diana, 1985.
- Lamb Ch.W., Hair J.F., Mcdaniel C., "Marketing", Ed. Thomson Paraninfo, 2002.
- Lensold James., "Marketing Roi", Ed. McGraw-Hill, 2001.
- Lyons Gail, "Como superar a la competencia en el negocio inmobiliario.
- Pérez del Campo E., Manera Bassa J., Mercado Idoeta Carmelo, "Dirección y técnicas de venta", Ed. Universidad Rey Juan Carlos, 2000.
- Randall Geoffrey, "Principios de Marketing", Ed. Thomson Paraninfo, 2002.