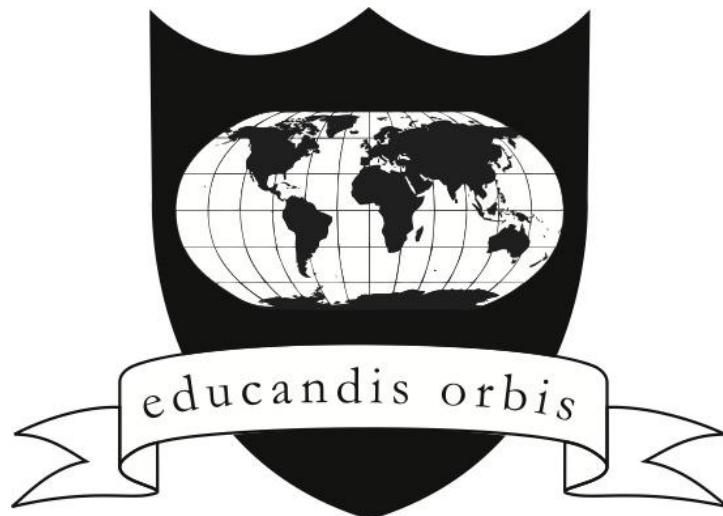


AAU

AMERICAN ANDRAGOGY UNIVERSITY

-Plan de Estudios-
Diplomado en Marketing





CONTENIDOS

- 1) Presentación
- 2) Requisitos
- 3) Duración
- 4) Metodología de estudio
- 5) Tabla de Créditos
- 6) Objetivos
- 7) Cursos Sugeridos

1) Presentación

Su programa de Diplomado a distancia en AAU, le va a permitir a nuestros estudiantes la capacidad del auto aprendizaje. AAU va a poner a disposición de nuestros estudiantes todas las herramientas necesarias para lograr el máximo nivel de aprendizaje. De esta manera su avance académico y conocimientos van hacer medidos en todo momento gracias a la evaluación continua de su consejero académico. El método a distancia de AAU va ayudar a nuestros estudiantes optimizar sus tiempos y esfuerzo para su propio desarrollo académico.

La capacidad intelectual alcanzada por nuestros estudiantes, les va a permitir utilizar la investigación para reconocerse y reconocer la actualidad de nuestro mundo actual. De esta manera nuestros estudiantes van a poder mejorar e innovar los procesos de comunicación y negociación adecuadas al campo de su entorno que desea desarrollarse.

2) Requisitos

Identificación personal válida con foto (licencia de conducir, DNI, cédula de identidad, etc.). Diploma o certificados de secundaria (High School) completa o su equivalente.

3) Plan de Estudios - Duración

El programa de Diplomado contiene 8 módulos para ser desarrollados. El programa tiene una duración máxima de 8 meses y una duración mínima de 4 meses, el estudiante deberá presentar un mínimo de un módulo mensualmente.



4) Metodología de estudio

AAU ofrece a sus estudiantes un método de estudio a distancia, en el cual los estudiantes no necesitan asistir físicamente a ningún aula. Éstos adoptan una plataforma de estudio con la cual tienen acceso a su tutor personal.

- El estudiante puede disfrutar de un horario de estudios flexible, organizando su tiempo de manera libre y con un alto nivel de autodisciplina.
- El estudiante va acceder a este tipo de educación independiente en el lugar donde residan, eliminando así las dificultades de ubicación geográfica, organización del tiempo de estudio y respeto a la vida familiar y obligaciones laborales.
- Una vez el estudiante está matriculado oficialmente en el programa de Diplomado, se le asignara un usuario y una contraseña para acceder a la Plataforma Virtual Estudiantil. Este proceso no debe tomar más de 24 horas. Plataforma de estudio es de utilidad para que los estudiantes puedan manejar de manera organizada todo su avance académico, realizar consultas directas a su asesor académico y contar con el desarrollo integral de su programa utilizando Internet.
- El estudiante podrá hacer el uso de diferentes bibliotecas virtuales que se encuentra en internet. De esta manera, los estudiantes tendrán libre acceso a libros y publicaciones electrónicas, como, así mismo, a bases de datos académicas, para así poder realizar sus investigaciones.
- AAU ofrece a sus estudiantes una serie de cursos sugeridos en el programa a estudiar. La función del estudiante en coordinación con su asesor académico es escoger 8 módulos de estudio para el desarrollo del diplomado. Si parte de los cursos sugeridos por el programa académico de AAU no se adapta a las necesidades del estudiante, el estudiante mismo va poder sugerir otros cursos que si cumplen sus expectativas, siempre y cuando cumplan con los formatos académicos que AAU requiere.
- El estudiante tendrá que desarrollar cada tema del plan de estudio. Una vez concluido cada tema de estudio el estudiante culminara su programa de diplomado.

5) Tabla de Créditos

El total de Créditos que se necesita tener para concluir los estudios de un diplomado es 24.

El programa tiene 8 cursos de desarrollo obligatorio cada curso otorga 3 créditos, los cuales ya están establecidos por la Universidad.

AAU ofrece a sus estudiantes la elección de cursos basados en el criterio del Consejero Académico.

6) Objetivo

El objetivo fundamental del Diplomado en Marketing es formar profesionales con conocimientos en todo lo relacionado con productos y servicios como el precio, producto o servicio, plaza o distribución, la promoción y los individuos involucrados en el proceso, ya sean ejecutivos o consumidores y como se aplica en una empresa u organización.



7) Cursos Sugeridos

A continuación usted va a poder encontrar cursos que son requeridos como una base de estudio general y también cursos que se adaptan a su plan de estudios deseado. Sin embargo eso no significa que es un plan estandarizado para su programa que desea estudiar. Los siguientes son cursos sugeridos que le pueden servir de guía para realizar su propio plan de estudios.

1) Introducción a la economía de la empresa

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Objetivos que persiguen.
- Teoría y realidad empresarial.
- La decisión empresarial.
- Aportación de la teoría a la solución de los problemas empresariales.
- Economía de la Empresa en los sistemas socioeconómicos cerrados y abiertos.
- Las “Leyes” de la Economía de la Empresa.
- Áreas de la función científica de la Economía de la Empresa.
- La descripción de los fenómenos económico-empresariales.
- La Dimensión espacial de los problemas económico-empresariales.
- La planificación empresarial.
- Pronóstico y estrategia.
- Función del economista.

Bibliografía recomendada: Echevarría, S, G (1994) Introducción a la economía de la empresa. Madrid: Díaz de Santos.



2) Marketing

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- ¿Qué es la mercadotecnia? Su desarrollo histórico.
- Estrategia de mercado.
- El cliente y el mercadeo. Jerarquía de necesidades de Abraham Maslow.
- Investigación de mercados.
- Factores en cuanto a la investigación del mercado, en cuanto al consumidor, producto y la comunicación.
- Medición de la demanda.

Bibliografía recomendada: Peña, W. B. (2001). Apuntes de Mercadotecnia para la Microempresa Rural.

Santiago de Chile: Silvia Frasnedo.

3) Experiencia del Liderazgo

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La naturaleza del Liderazgo
- La nueva realidad de las organizaciones de hoy
- Comparación de la administración y el liderazgo
- Evolución de las teorías del Liderazgo
- El liderazgo no es automático
- Aprender el arte y la ciencia del liderazgo
- Apreciación personal del líder
- Biblioteca del Líder
- Liderazgo en operación
- Desarrollo del liderazgo

Bibliografía recomendada: R. L. Daft (2005) La Experiencia Del Liderazgo. México: Thomson



4) El Mercado y el producto

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El patrón de compra.
- La receta del producto.
- Segmentación del mercado objetivo.
- Ciclo vital del producto.
- Planificación del producto.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?*

Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial

5) Recursos Humanos y Motivación del Personal

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a los recursos humanos
- Planificación y requerimientos del puesto de trabajo.
- Competencias organizacionales.
- Proceso de selección.
- Contrato de trabajo y representación social.
- Política retributiva (Motivación)
- Capacitación y formación de la empresa.

Bibliografía recomendada: Jiménez, D. P. (s.f.). *Manual de Recursos Humanos.* España: Libros Profesionales de Empresas / ESIC.



6) Trabajo en Equipo

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Importancia del trabajo en equipo.
- Principios del Trabajo.
- División de tareas en un equipo.
- Reuniones.
- Comportamiento de un equipo.
- El Equipo de Facilitación.
- Resolución de conflictos de equipo.

Bibliografía recomendada: Miranda, B. (2001). *Técnicas que facilitan en Trabajo en Equipo*. El Salvador: Prolancho.

7) El comprador

Temas importantes a desarrollar en este Curso:

- Motivación del comprador.
- Contribución al marketing de la ciencia de comportamiento.
- La importancia de los grupos.
- Actitudes y comportamientos.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.



8) Como hacer llegar el producto al consumidor

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Canales de distribución.
- Paraje o lugar. Criterios para la decisión.
- El canal de la venta al por menor.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?*

Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

9) Promoción de ventas y precios

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Comunicación personal.
- La entrevista de venta.
- Técnicas de promoción de ventas.
- Relaciones públicas.
- Precio de los productos.
- La base del coste.
- Estrategias del precio para el producto.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?*

Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.



10) Investigación del mercado

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a la investigación del mercado.
- Definición y alcance de la investigación del mercado.
- Datos preliminares en la investigación del mercado.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?*

Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

11) El marketing en la empresa

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Planificación del marketing.
- Organización y control del marketing.
- Evolución del marketing.

Bibliografía recomendada: Domínguez, P. R. (2006). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?*

Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.



12) Relaciones Públicas

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La profesión de las relaciones públicas (introducción).
- Relaciones públicas: un sector en auge.
- Relaciones públicas en las organizaciones.
- Diseño de una campaña de relaciones públicas.
- Herramientas y tácticas de relaciones públicas.

Bibliografía recomendada: Orduña, O. I. (2008). *Relaciones Públicas - La eficiacia de la influencia*.

Madrid: ESIC.

13) Publicidad

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a la publicidad.
- El trabajo en equipo.
- Las Áreas.
- Creatividad.
- Medios Alternativos.
- El impacto publicitario.
- Marcas.
- Globalización
- Ética y publicidad.

Bibliografía Recomendada: Gáscue, Á. (2004). *Para entrar a la publicidad del siglo XXI*. Montevideo:

Universidad de la República.



14) La Utopía del Mercado

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Antecedentes.
- El problema de la información.
- El tema del capital intangible.
- El problema del incentivo.
- La variable reputación.
- El papel de la tecnología.
- Nuevas realidades.

Bibliografía recomendada: Lucas, A. G. (2008). *La Utopía del Mercado*.

15) Marketing Internacional

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Mezcla de marketing global
- El entorno del marketing internacional
- Ingreso y desarrollo en el mercado internacional
- Mezcla de marketing de importación
- Mezcla de marketing global

Bibliografía recomendada: M. R. Czinkota (2008) Marketing Internacional. México: CENGAGE Learning



16) Marketing Digital

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción: Entremos en el mundo virtual
- El desarrollo de internet
- El internauta: entendamos mejor a nuestro target
- Conceptos claves
- Introducción en el comercio electrónico

Bibliografía recomendada: Paul Fleming (2000) Hablemos de marketing interactivo. España: ESIC

17) Gestión del marketing

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El efecto servicio en su empresa
- Las tendencias en los servicios
- El producto- servicio
- Distribución de servicios
- Comunicación de servicios
- Calidad en las empresas de servicios
- Recuperación y reactivación de servicios
- Garantías de servicios.
- Medición de satisfacción

Bibliografía recomendada: Bajac H (2003) Gestión del marketing de servicios. Argentina: Ediciones Granica S.A



18) Marketing estratégico

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- La mercadotecnia
- Sistemas de información de marketing
- Selección de mercado
- Análisis de situación
- Análisis de la demanda
- La ventaja competitiva
- La estrategia de mercadotecnia
- El plan de marketing
- Etapas de la investigación de mercados

Bibliografía recomendada: Villacorta M (2010) Introducción al Marketing Estratégico

19) Fundamentos de economía

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a las finanzas
- Introducción a la contabilidad
- Introducción al derecho tributario
- Introducción a la Administración de empresas

Bibliografía recomendada: López M.D (2010) Fundamentos de Economía, Empresa, Derecho, Administración Y Metodología de investigación. España: NETBIBLO



20) Plan de negocios

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- Introducción a la creación de empresa
- Investigación de mercado
- Plan comercial o de marketing
- Plan de producción/ prestación de servicios
- Plan de recursos Humanos
- Plan económico / financiero
- Plan jurídico/ mercantil

Bibliografía recomendada: Cabrerizo M Plan de negocio. España: Editorial Vértice

21) Investigación de mercados

Temas importantes a desarrollar en este curso:

- El conocimiento y la información en las decisiones del marketing
- Investigaciones de mercados. Metodologías y procedimientos aplicados
- Métodos cualitativos de investigación de mercados
- Métodos cuantitativos de investigación de mercados
- Análisis de la información

Bibliografía recomendada: Trespalacios J (2005) Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Madrid: Paraninfo