



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RESOLUCION CD ECO N° 240.16

Expte. N° 6276/16

Salta, **05 AGO 2016**

VISTO: La nota presentada por la Prof. Paola Guardatti mediante la cual solicita aprobación de la propuesta de Capacitación: "Marketing personal: atención al cliente, técnica de ventas y búsqueda de empleo", en el marco del cursado del Módulo III: La Práctica Educativa- de la carrera Profesorado en Ciencias Económicas, el cual estará a cargo del Cr. Mauro Mandaza y del Lic. José Herrera Bauad, y;

CONSIDERANDO:

Que la propuesta presentada tiene como objetivo principal transmitir las herramientas que brinda el marketing para alcanzar objetivos o metas a nivel personal o profesional.

Que en el Reglamento de las Prácticas Docentes Res. CD ECO N° 327/15 se establece que: el desarrollo de las prácticas docentes se podrá formalizar mediante Propuestas de Capacitación.

Que la Dirección de Posgrados emitió el informe que obra a fojas 15.

Que la Comisión de Posgrado y Extensión Universitaria de esta Unidad Académica, aconseja a fs. 38 y 39, autorizar el dictado del Curso de Capacitación propuesto.

Que el Consejo Directivo en su Reunión Ordinaria N° 10/16 de fecha 26.07.16 resolvió aprobar el dictamen de la Comisión de Posgrado y Extensión Universitaria.

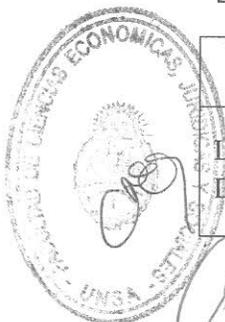
POR ELLO: En uso de las atribuciones que le son propias,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y SOCIALES**

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Autorizar el dictado del Curso de Capacitación que se detalla a continuación y se incorpora a la presente como ANEXO I, el que estará a cargo de alumnos de la Carrera Profesorado en Ciencias Económicas, en el marco del Módulo III: La Práctica Educativa, de la referida carrera:

Alumnos	Propuesta	Destinatarios
Lic. José Herrera Bauab D.N.I. 31.548.485	Marketing personal: Atención al cliente, técnica de ventas y búsqueda de empleo"	Estudiantes avanzados de la Facultad de Ciencias Económicas de la





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RESOLUCION CD ECO N° 240.16

Expte. N° 6276/16

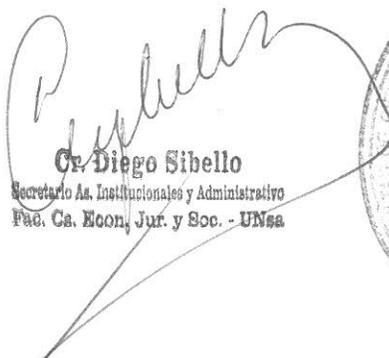
Salta, 05 AGO 2016

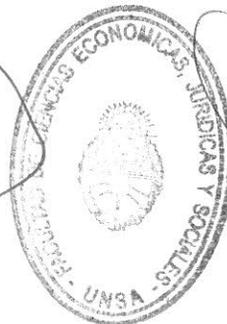
CPN y Lic. Mauro Daniel Mandaza D.N.I. 30.635.632		Universidad Nacional de Salta, que tengan regular el tercer año de la Lic. en Administración, Economía y de CPN
---------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ARTICULO 2º.- Establecer que la Profesora Paola Guardatti y la Cra. María Rosa Panza tendrán a su cargo la coordinación, seguimiento y supervisión del referido curso de capacitación.

ARTICULO 3º.- Publíquese en el Boletín Oficial y notifíquese a la Dirección de Posgrados, a los alumnos responsables de dictado del Curso, a la Prof. Paola Guardatti y a la Cra. María Rosa Panza para su toma de razón y demás efectos..

MELG/MCC


Dr. Diego Sibello
 Secretario As. Institucionales y Administrativo
 Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa




Dr. VICTOR HUGO CLAROS
 DECANO
 Fc. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.



Denominación del proyecto

“Marketing personal: atención al cliente, técnicas de ventas y la búsqueda de empleo”

Naturaleza del Proyecto

Es un curso extracurricular de capacitación teórico-práctico sobre marketing personal, técnicas de ventas y atención al cliente que se brindará en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Salta. Se desarrollarán nociones básicas del marketing y herramientas del marketing personal que permitirán, a los que participen del curso, mejorar su rendimiento laboral. Este curso también facilitará estrategias para lograr una efectiva inserción en el mercado laboral.

Origen y Fundamentación

Cuando el estudiante de ciencias económicas egresa de la Facultad, después de haber transitado un largo camino de aprendizaje, puede visualizar el conocimiento que ha adquirido, desde simples registraciones contables hasta el análisis de variables que pueden influir en el éxito o el fracaso de un emprendimiento económico, pero existe una carencia latente en temas que son de mucha importancia y utilidad al momento de dar los primeros pasos en el mundo laboral.

El marketing personal, el servicio y la atención al cliente y las técnicas de ventas forman parte de esta carencia que obstaculiza o complica el desempeño y desarrollo laboral al joven profesional. Poder transmitir las fortalezas y las debilidades, los conocimientos, las expectativas son de vital relevancia al momento de enfrentar una entrevista laboral. Poder detectar las necesidades y proponer alternativas de satisfacción debe ser la finalidad en una reunión con clientes o futuros clientes. En definitiva, lograr una comunicación efectiva no solo le ayudará al joven egresado a insertarse laboralmente sino también a desempeñarse con mayor soltura y seguridad en la vida cotidiana.

“El marketing está entre nosotros: nos levantamos y acostamos acompañados por los mensajes que en su nombre intentan convencernos de consumir cientos de productos que nos harán “felices”; nos invita a votar por tal o cual candidato, a pagar nuestros impuestos en término, a proteger el medio ambiente, a irnos de vacaciones a un lugar de ensueño, a enviar a nuestros hijos a una determinada escuela...; “nos hace necesitar cosas inútiles”, dirán algunos; “nos ayuda a satisfacer nuestras necesidades”, dirán otros. Lo cierto es que, reduciendo las distancias geográficas y destruyendo las barreras culturales, el marketing se metió en nuestras vidas y llegó para quedarse”¹

El marketing personal toma las herramientas que brinda el marketing para alcanzar objetivos o metas a nivel personal o profesional. ¿Qué necesidad satisfago con mi trabajo? ¿Cuál es el valor agregado del servicio que presto? ¿Qué me diferencia del

¹ Dib Chagra, Adrián. El servicio al cliente, la venta y el marketing personal. Ediciones Macchi. Buenos Aires, 2004. Pág. 9.





ANEXO I

RES. CD ECO Nº 240.16

resto? Son algunas de las preguntas que se deberá plantear el profesional para "venderse" mejor. El hecho de venderse a uno mismo no tiene grandes secretos: hay que conocer el 'producto' y mostrarlo a los demás presentando su mejor cara. No se trata de mentir, sino de resaltar nuestros puntos fuertes.

Un error muy común es pensar que cada contacto con el cliente es un acto aislado, sin considerar todas las operaciones que podrían concretarse en el futuro. El marketing considera al cliente como el eje sobre el cual giran todas sus operaciones. Desde el servicio y la atención al cliente se desea retener o fidelizar al cliente. Aplicar la empatía es una herramienta clave para tal objetivo.

Las técnicas de ventas le permitirán al egresado conocer el paso a paso de este proceso, analizar la conducta de los consumidores, y desplegar una serie de tácticas para lograr la venta de un producto o servicio.

Propósitos u objetivos

El objetivo primordial es brindar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNSa herramientas del Marketing Personal para la mejora continua en el ámbito profesional y personal.

Metas

Quienes participen del curso van a ser capaces de:

- Comprender las nociones básicas que conforman la mezcla comercial.
- Preparar un plan de acción personalizado.
- Interpretar y reflexionar sobre la actualidad laboral en la cual se encuentran insertos.
- Preparar de forma correcta su *Curriculum Vitae*.
- Comunicarse de forma efectiva.
- Valorar la importancia de escribir una carta de presentación junto al CV.
- Adquirir conocimiento sobre el proceso de venta desde el punto de vista de un vendedor.
- Incorporar técnicas y herramientas que maximicen las probabilidades de éxito en cada etapa del proceso de ventas.
- Valorar la importancia de que un vendedor debe ser un profesional en ventas.
- Desarrollar habilidades para lograr con éxito el manejo de conflictos.
- Determinar a la hora de vender lo que un cliente necesita y para qué lo necesita.
- Aplicar los conocimientos adquiridos para lograr un cierre de ventas efectivo.
- Adoptar una continua actitud positiva.
- Adaptarse a los continuos entornos cambiantes.

Localización Física

El proyecto va a ser llevado a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la Universidad Nacional de Salta.





ANEXO I

RES. CD ECO Nº 240.16

Metodología

Para llevar a cabo este curso se emplearán distintas metodologías.

Para abordar los conceptos teóricos se utilizará la clase magistral. Se trata fundamentalmente de una exposición oral donde el docente transmitirá sus conocimientos utilizando distintos recursos de forma tal que el alumno capte la información expuesta.

Para una mayor comprensión y para la adquisición de competencias o habilidades es necesario hacer uso de metodologías activas. Se le concederá un papel muy relevante al alumno para que construya conocimientos y adquiera habilidades a partir de actividades diseñadas por el docente.

De esta manera, se buscará que el alumno logre:

- Ser responsable de su propio aprendizaje, tomando un papel activo en la construcción de conocimiento y habilidades.
- Participar en actividades que le permitan intercambiar experiencias y opiniones con sus compañeros.
- Comprometerse en procesos de reflexión sobre lo que hace, cómo lo hace y qué resultados logra.
- Desarrollar la autonomía, el pensamiento crítico, actitudes colaborativas, destrezas profesionales y capacidad de autoevaluación.

A continuación se detallan los recursos didácticos a utilizar:

- Juego de roles: es una técnica que se utiliza para simular una situación que se puede presentar en la vida real. Consiste en tomar un rol o personaje tal como si fuera real.

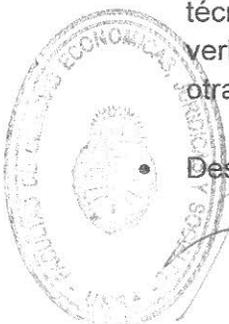
El objetivo es imaginar la forma de actuar y las decisiones que tomaría cada uno de los personajes en situaciones diferentes.

Esta técnica se utilizará, por ejemplo, cuando se aborde la temática de la entrevista laboral: el joven podrá pensar y practicar sobre las preguntas típicas que realiza el reclutador de recursos humanos, también podrá ponerse en lugar de éste y ver cuál es el objetivo que se plantea y como procede para alcanzarlo. Este método también resultará muy valioso cuando se estudien los temas de servicios al cliente y técnicas de ventas.

- Análisis de casos: se presenta a los alumnos una situación tomada generalmente de un caso real, se suministra cierta información, y basándose en los conocimientos adquiridos, se pide que se tomen y se razonen las decisiones oportunas.

Mediante el uso de videos se analizarán situaciones de atención al cliente y técnicas de ventas: distinción de las etapas del proceso de venta, la expresión verbal y corporal del vendedor, las preguntas recurrentes de un consumidor, entre otras.

- Desarrollo de trabajos prácticos tanto individuales como en equipo.





ANEXO I

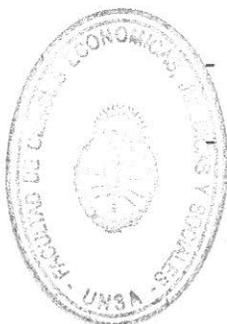
RES. CD ECO Nº 240.16

La utilización de este recurso didáctico será de mucha validez ya que le permitirá al alumno complementar la teoría con la práctica. A su vez será una herramienta de autoevaluación. Por ejemplo, los alumnos realizarán su *Curriculum Vitae* y la carta de presentación.

- Guía de lectura: se proporcionará una guía diseñada para que el alumno pueda avanzar de forma autónoma en el conocimiento de los contenidos seleccionados para el curso. Mediante la misma, se podrá avanzar con el temario de clases y analizar los aspectos que despierten dudas o un mayor interés.
- La narración: será de suma utilidad para abordar lo relacionado a la oratoria. Los alumnos deberán narrar la promoción de un producto o servicio de forma tal que demuestre la aplicación de los distintos tips que debe tener un buen orador.
- La explicación: es una parte fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje de manera tal que será llevada a cabo durante toda la capacitación. A través de este recurso se va a poder explicitar los conceptos vertidos en el proyecto. Además, es muy importante para intentar que los alumnos relacionen conceptos e ideas y puedan ir conformando teorías que luego aplicarán en la práctica.
- El ejemplo: mediante el empleo de ejemplos podrán explicarse de forma más ilustrativa distintos conceptos, técnicas y apreciaciones.
- Las apoyaturas visuales: se utilizarán esquemas conceptuales, imágenes y videos.
- El trabajo grupal: este recurso es de suma importancia ya que el mundo laboral contemporáneo exige el trabajo en equipo, lo cual es más complejo que un mero trabajo grupal, pero brinda una aproximación a la realidad que es propicia para el aprendizaje.

Contenidos

- Nociones básicas del marketing
- Oratoria
- Atención al cliente
- Técnicas de ventas
- El marketing personal y la búsqueda de empleo





Cronograma

El curso está pensado para 8 clases teóricas-prácticas.

Tema a desarrollar	Clase
Presentación del curso. Definición de marketing y su importancia. Origen y evolución del marketing. Nociones básicas del marketing. Conceptos generales de la comunicación. Conceptos específicos de la oratoria. Tipos de discursos. Características de un orador	1
El lenguaje gestual. La expresión oral. La relación con el auditorio. El manejo del espacio físico. Taller práctico de oratoria.	2
Principios de la administración del servicio al cliente. El cliente, centro del sistema de marketing. Cómo afrontar las quejas. Los tipos de clientes. Manejo de conflictos.	3
Taller de juegos de roles de atención al cliente. Qué es la venta. Objetivos estratégicos en ventas. Perfil del vendedor profesional. Pasos de la venta.	4
Técnicas para rebatir objeciones. Técnicas de cierre de ventas. Taller de juego de roles técnicas de ventas.	5
Concepto de marketing personal. El perfil del puesto de trabajo. Los avisos de reclutamiento. La solicitud de empleo. La entrevista de trabajo. Juego de roles	6
La búsqueda de empleo. Definición del perfil personal. Elaboración de un FODA personal. Elaboración de una carta de presentación y del currículum. Clase práctica.	7
Preparación para la entrevista. Preparación para las pruebas psicotécnicas. Cierre de curso. Puesta en común y autoevaluación de lo aprendido	8

Destinatarios

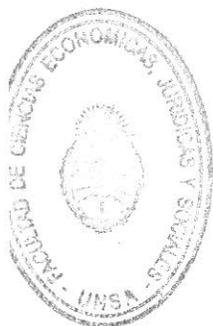
El curso está destinado para alumnos avanzados de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Salta.

Requisitos: Que hayan regularizado el tercer año de las carreras de Licenciado en Administración, Licenciado en Economía o Contador Público.

Cupo: 20 (veinte) alumnos.

Responsables

El curso será dictado por el Lic. en Administración y CPN Mauro Mandaza y el Lic. en Administración y JTP en la cátedra de Comercialización I José Miguel Herrera Bauab.





Recursos a utilizar

Recursos humanos: los docentes indicados precedentemente y alumnos.

Recursos físicos:

- cañón proyector de diapositivas,
- pizarrón y marcadores de colores y borrador,
- Notebook.

Material didáctico:

- casos prácticos,
- guías de estudio y guías de lectura,
- material audiovisual adquirido y de producción propia,
- apuntes de clases.

Evaluación

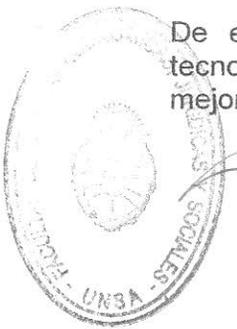
Para evaluar el alcance de los objetivos y metas del curso, se efectuará un análisis crítico del proceso de enseñanza y aprendizaje, es decir, que no solo se evaluará el resultado final sino todo el camino recorrido por el alumno y también por el docente en el dictado de las clases.

Se hará uso de la observación, la reflexión, el interrogatorio permanente y el debate. Las evidencias recolectadas en el proceso evaluativo serán parte fundamental para determinar el alcance o no de los objetivos de aprendizaje-enseñanza planteados para este proyecto.

Algunos de los criterios que se tendrán en cuenta a la hora de evaluar son:

- asistencia a clase;
- aplicación de ejemplos y casos reales al marco teórico abordado;
- resolución de trabajos prácticos acordes al marco teórico proporcionado;
- participación activa en clase;
- lectura de la totalidad de la bibliografía obligatoria.

De esta manera, buscamos desprendernos de la forma tradicional de evaluar tecnológica-positivista e inclinarnos a la concepción crítica-reflexiva, en busca de la mejora continua de los alumnos y de los docentes.



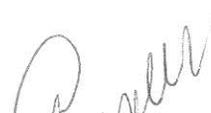


ANEXO I

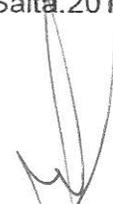
RES. CD ECO Nº 240.16

Bibliografía

- Ander Egg, Ezequiel, Idañez María José. Cómo elaborar un proyecto. Guía para diseñar proyectos sociales y culturales. 18º edición. Editorial LUMEN/HVMANITAS. Buenos Aires, 2005.
- Ander Egg, Ezequiel. La Planificación educativa. Conceptos, métodos, estrategias y técnicas para educadores. Editorial Magisterio del Río de la Plata. Buenos Aires, 2005.
- Feldman Daniel. et. al. Programación de la enseñanza en la universidad. Problemas y enfoques. Buenos Aires, Colección Universidad y Educación, 2001.
- Steinman Jorge. Más didáctica. UNSAM Edita. Buenos Aires, 2008.
- Sanjurjo, Liliana. Volver a pensar la clase. Las formas básicas de pensar. Ediciones Homo Sapiens. Rosario, 2003.
- Santos Guerra, Miguel Ángel. Evaluar es comprender. Editorial Magisterio del Río de la Plata. Buenos Aires. 1998.
- Dib Chagra, Adrián. El servicio al cliente, la venta y el marketing personal. Ediciones Macchi. Buenos Aires, 2004.
- Alvarez Mendez, Juan Manuel. La Evaluación a examen. Ensayos críticos. Mino y Davila Editores. 2003.
- Alvarez, Oscar Enrique. Material del curso taller "Marketing para profesionales en Ciencias Economicas". Sistema Federal de Actualización Profesional. Salta. 2010.
- Luna, Rodolfo Daniel. Material del curso taller "Oratoria para hablar frente al publico". Sistema Federal de Actualización Profesional. Salta. 2010


Cr. Diego Sibello
Secretario As. Institucionales y Administrativo
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa




Cr. VICTOR HUGO CLAROS
DECANO
Fac. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.