

Facultad de Ingeniería Comisión Académica de Posgrado

Formulario de Aprobación Curso de Actualización

Asignatura: Marketing de Alta tecnología e Innovación

Profesor de la asignatura ¹: Mg. Ing. Daniel Giosa

Profesor Responsable Local ¹: Mg. Ing. Felipe Fajardo Sokol

Otros docentes de la Facultad: N/C

Docentes fuera de Facultad: N/C

Instituto ó Unidad:

Departamento ó Area: SCAPA Gestión de Tecnologías

Fecha de inicio y finalización:

Horario: 18:00 a 21:00 hs

Salón:

Horas Presenciales: 18

(sumar horas directas de clase – teóricas, prácticas y laboratorio – horas de estudio asistido y de evaluación)
Se deberán discriminar las mismas en el ítem Metodología de enseñanza.

Público objetivo y Cupos:

El curso está orientado a profesionales que ya estén o quieran operar en áreas de R&D, comercialización, marketing o innovación de tecnología y les aportará un marco conceptual para poder llevarlos al mercado. El curso es autocontenido y no requiere conocimientos previos de marketing. Es posible realizar el curso desde cualquier orientación profesional. Cursantes del PGT. Mínimo 8. Máximo 35. El máximo está dictaminado por la dedicación de los docentes al curso.

(si corresponde, se indicará el número de plazas, mínimo y máximo y los criterios de selección. Si no existe indicación particular para el cupo máximo, el criterio general será el orden de inscripción en el Depto. de Posgrado, hasta completar el cupo asignado)

Objetivos: El curso presenta el marco de trabajo de marketing como un enfoque ordenado para desarrollar productos orientados al cliente y exitosos en el mercado. Se presentarán los principales conceptos de marketing de tecnología aplicada a productos, innovación y empresas. Los temas serán abordados con un enfoque balanceado, que brinde además de conceptos teóricos, herramientas para la aplicación práctica.

Conocimientos previos exigidos: Formación Universitaria

Conocimientos previos recomendados: No tiene.

Metodología de enseñanza:

- Horas clase (teórico): 11

Facultad de Ingeniería Comisión Académica de Posgrado

• Horas clase (práctico):	4
• Horas clase (laboratorio):	
• Horas consulta:	
• Horas evaluación:	3
• Subtotal horas presenciales:	18
• Horas estudio:	9
• Horas resolución ejercicios/prácticos:	3
• Horas proyecto final/monografía:	
• Total de horas de dedicación del estudiante:	30

Forma de evaluación:

Examen teórico - práctico

Temario:

- 1- Introducción al marketing general y al de alta tecnología.
- 2 - Planificación estratégica de marketing de alta tecnología.
- 3- Investigación de Marketing en mercados de alta tecnología.
- 4- Comprendiendo el cliente de tecnología
- 5- La marca
- 6- Gestión de Producto
- 7- Consideraciones de Precio
- 8- Canales de distribución de tecnología
- 9- Comunicaciones integradas de marketing
- 10 - Orientación al mercado, marketing de relacionamiento y desarrollo de clientes. (En modalidad no presencial).

Bibliografía principal:

Mohr, J., Sengupta, S. & Stanley, S. (2010) Marketing of High-Technology Products and Innovations. Prentice Hall.

Bibliografía complementaria:

Kotler, P. and Keller, K (2015) Marketing Management (15th ed). Pearson.

Moore, G. (1991) Crossing the chasm. Harpercollins Publishers.

Viardot, E. (2004) Successful Marketing Strategy for High Tech Firms. 3rd.ed. Artech House.

Blank, S. G. (2007) The Four Steps to the Epiphany. 3ed. ed Collins Business Essentials.



Facultad de Ingeniería Comisión Académica de Posgrado

Se complementará cada tema con artículos de revistas académicas, de negocios y prensa.



Facultad de Ingeniería Comisión Académica de Posgrado

Datos del curso

Fecha de inicio y finalización:	primer semestre 2017
Horario y Salón:	18:00 a 21:00 hs. ANTEL Torre de las Telecomunicaciones, Edificio Usuario, Cuarto nivel.
Arancel:	\$ 9.900
