

Metodología de Aprendizaje basado en Desafíos Organizacionales y Profesionales (ADOP)

Curso: Marketing

I.- Datos relevantes del curso

1.1 Docente	Leslier Valenzuela ¹
1.2 Mail	lvalenzu@fen.uchile.cl
1.3 Curso	Marketing II
1.4 Descripción	Asesoría para pequeñas y medianas empresas, y organizaciones sociales enfocadas en el área de marketing del negocio o unidad estratégica en estudio. Los resultados de cada asesoría generan recomendaciones y sugerencias a través del diseño de un plan estratégico de marketing, con el análisis detallado de los datos derivados para la organización. Dos equipos consultores compiten por ofrecer la mejor propuesta para la organización y es el representante de la organización quien decide cual es mejor.

II.- ¿En qué consiste una asesoría en Marketing?

La metodología consiste básicamente en entregar asesorías por parte de los alumnos (equipo consultor) focalizada a crear soluciones eficientes a problemáticas complejas del mundo de las organizaciones, específicamente, problemas del área de gestión en marketing. Como resultado final, los estudiantes de Ingeniería Comercial (de cuarto y quinto año) diseñarán como propuesta un Plan Estratégico de Marketing para la organización o unidad estratégica de negocio en estudio. Los resultados de las asesorías generarán recomendaciones y sugerencias a través de un informe que será el diseño de un plan estratégico de marketing, con el análisis detallado de los datos derivados para su organización.

Adicionalmente, cuando las organizaciones lo soliciten, se podría realizar una presentación de la propuesta a sus ejecutivos. Esto ayudará a las organizaciones a tomar mejores decisiones estratégicas y a re-direccionar sus políticas y estrategias en la gestión de marketing. El nombre de la organización, los datos e información derivada de su participación permanecerá en estricta confidencialidad. La información no será compartida con nadie que no sea del equipo de trabajo.

¹Ingeniero Comercial, Universidad del BíoBío; Licenciada en Ciencias Administrativas, Universidad del BíoBío; Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en Comercialización e Investigación de Mercado, Universidad Complutense de Madrid; Master of Business Administration in Agribusiness, University of Guelph-Canada; Doctorado en Marketing, Universidad Complutense de Madrid

III.- Compromisos de los estudiantes durante la asesoría

- Confidencialidad y prudencia en el trato de la información entregada por la empresa.
- Responsabilidad, profesionalismo y compromiso con el trabajo realizado.
- Comunicación constante de los avances y sobre qué se está haciendo con la información entregada por el empresario asesorado.
- Explicación en términos comprensibles de los avances y resultados de la asesoría.
- Transferencia del conocimiento a los empresarios.
- Pertinencia y perdurabilidad del producto final de la asesoría con las necesidades declaradas por la empresa.



IV.- Instancias obligatorias de una asesoría en Marketing.

Reunión de Inicio

Conocer aspectos formales del curso en conjunto con el profesor.

Presentación
Organizaciones

Cada organización presenta que hace y el problema de marketing que quieren abordar en la asesoría.

Ceremonia de Inicio

Presentación entre grupo de asesores y empresarios seleccionados.

Reunión de Trabajo 1

Contextualizar el negocio y determinar los factores críticos

Reunión de Trabajo 2

Focalizar la Problemática u Oportunidad de Negocio y Plantear los Desafíos

Presentación Final

En esta instancia los estudiantes presentaran el trabajo realizado durante el semestre.

Ceremonia de Cierre

Entrega de trabajos finales y certificados de participación

V.- Requisitos de participación para las organizaciones en la asesoría

- Experiencia de por lo menos 8 meses en la organización.
- Compromiso de participar durante el proceso como mínimo en 4 instancias (Ceremonia de inicio, reuniones de trabajo, evaluación y ceremonia de finalización de la asesoría).
- Disponibilidad para recibir alumnos en su organización.
- Carta de compromiso y secreto profesional.

VI.- Beneficios del curso

- Evaluación previa de cada caso por la profesora.
- Reunión previa con la profesora para definir los alcances.
- Ceremonia de inicio y término de la asesoría con documentación periodística.
- Acompañamiento y seguimiento constante durante el semestre con la profesora y los ayudantes del curso.
- Trabajo desarrollado por un grupo de estudiantes del 4to o 5to año de Ingeniería Comercial.
- Presentación final del trabajo en presencia de los representantes de la organización.
- Entrega de dos planes de marketing para la organización.
- Evaluación de los resultados e impactos del curso

MÁS INFORMACIÓN

Coordinación A+S NexoRSU

Facultad Economía Y Negocios
Universidad de Chile

apreserv@fen.uchile.cl

www.nexorsu.cl

Tel. (56 2) 29772207