

Fundamento del Proyecto Docente**Unidad Curricular: Principios de Marketing****Carrera: Técnico Superior en Subastas y Corretaje Inmobiliario**

CP. Lic. Miriam del Carmen López

Grandes transformaciones se han producido en la Argentina en los últimos años, cambios que han modificado las estructuras mismas de las organizaciones y su forma de ser en el mercado. Globalización, competencia, evolución de cambios tecnológicos, son algunos de los puntos variables que han afectado el contexto, transformándolo en un sistema incierto y complejo.

Las organizaciones debieron adaptarse a estas nuevas características para poder sobrevivir y crecer desarrollando estrategias de competitividad y crecimiento sustentable.

El mercado inmobiliario en particular no resultó ajeno a estos cambios. La competencia obligó a doblar los esfuerzos para ganar mercado.

Entre todas las soluciones que barajan los expertos del sector para adaptarse a las nuevas circunstancias, la aplicación de las estrategias y tácticas de Marketing se vislumbran como herramientas clave un sector en el que la diferenciación ante la competencia es crucial.

En relación a dicha búsqueda de diferenciación, Kotler considera que *“las empresas pobres de desentienden de sus competidores; las empresas del montón copian a sus competidores; las empresas ganadoras marcan el camino a sus competidores.”*¹

En esta propuesta entendemos el marketing tal como lo define Lambin: *“el proceso social, orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de individuos y*

¹ KOTLER, P. El Marketing según Kotler. Buenos Aires. Ed. Paidós, 1999. Introducción. pp.6-7.

*organizaciones, por la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades*².

Por ello, los estudiantes que se encuentran cursando la carrera de Técnico Superior en Subastas y Corretaje Inmobiliario necesitan adquirir los conocimientos para operar en organizaciones que apunten al crecimiento constante en los mercados, lo que implica conocer cómo vincularse, relacionarse y comunicarse con sus clientes en contextos de mercados cambiantes.

El Técnico Superior en Subastas y Corretaje inmobiliario deberá entender la dinámica de los mercados y los consumidores desde diferentes ángulos, para poder ofrecer productos que se adecuen a las necesidades de cada uno de ellos. Comprender la importancia de la aplicación de los principios de Marketing al trabajo diario de una empresa inmobiliaria le brindará herramientas para alcanzar las ventajas competitivas que deriven en desarrollos empresariales sustentables y, al mismo tiempo podrán desarrollar la capacidad de optimizar la administración de los recursos y de gestionar con eficacia al los recursos humanos.

² LAMBIN, J. Marketing Estratégico. Madrid: Ed Mc Graw Hill. 1995. p 5.