



DIPREGEp N° 6571

Fundamento del Proyecto Docente

Unidad Curricular: Marketing

Carrera: Técnico Superior en Relaciones Públicas y Ceremonial

Lic. Esteban J. Bavoleo

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.

Esto implicó una modificación de las organizaciones en su forma de adaptarse a estas nuevas características para poder sobrevivir y crecer desarrollando estrategias de competitividad y crecimiento sustentable.

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 claves en un sector en el que la diferenciación ante la competencia es crucial.

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

Por ello, los estudiantes que se encuentran cursando la carrera de **Técnico Superior en Relaciones Públicas y Ceremonial** deberán adquirir los conocimientos necesarios 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.

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



DIPREGEPI Nº 6571

El Técnico Superior en Relaciones Públicas y Ceremonial adquirirá los conocimientos necesarios para identificar las necesidades de los consumidores, y entenderlos como el sujeto central de toda actividad comercial. Al mismo tiempo comprenderá la dinámica del comportamiento del consumidor, y cuáles son las variables que dispone una empresa para poder responder con rapidez y certeza a dichas variaciones, ofreciendo productos y servicios a medida y realizando comunicaciones direccionadas. Comprender la importancia de la aplicación de los principios de Marketing al trabajo diario de una empresa permitirá alcanzar las ventajas competitivas que deriven en desarrollos empresariales sustentables, y que al mismo tiempo sean capaces de optimizar la administración de los recursos y de gestionar con eficacia a los recursos humanos.