

Licenciatura en Mercadotecnia

Asignatura: Desarrollo de las Relaciones Humanas

Objetivo de la asignatura: Comprender la importancia de las relaciones humanas y los fenómenos psicosociales que inciden en éstas como parte de un desarrollo sociocultural histórico en la formación personal-profesional.

Licenciatura en Mercadotecnia

Mercadotecnia: Consiste en un conjunto de principios y prácticas que se llevan a cabo con el objetivo de aumentar el comercio, en especial la demanda. El concepto también hace referencia al estudio de los procedimientos y recursos que persiguen dicho fin.

La mercadotecnia implica el análisis de la **gestión comercial** de las empresas. Su intención es retener y fidelizar a los clientes actuales que tiene una organización, mientras que intenta sumar nuevos compradores.

Las técnicas y metodologías de la mercadotecnia intentan aportar las herramientas necesarias para conquistar un mercado. Para eso deben atender a las cuestiones conocidas como las **Cuatro P: Producto, Precio, Plaza** (referido a la distribución) y **Publicidad** (o promoción).

La mercadotecnia pretende **posicionar** un producto o una marca en la mente de los consumidores. Para eso, parte de las necesidades del cliente para diseñar, ejecutar y controlar las actividades de comercialización de una empresa.

Las **campañas de marketing** suponen una inversión en la relación de la empresa con sus clientes, proveedores y hasta con sus propios empleados. También pueden incluir publicidades en los medios de comunicación. Por lo tanto, las acciones de mercadotecnia pueden ser consideradas desde un punto de vista de la rentabilidad a corto o a largo plazo.

Los especialistas afirman que la mercadotecnia puede tener **distintas orientaciones:** al **mercado** (para adaptar las necesidades de un producto a los requerimientos del consumidor), a las **ventas** (su intención es aumentar la participación de la empresa en el mercado) o al **producto** (en los casos en que la empresa ya monopoliza el mercado y su atención sólo se centra en la mejora del proceso productivo) (Definición.De. [online]).

El Saber. Conocimiento sobre el tecnicismo de la materia

Nota: Se recuerda consultar en documentos confiables para la obtención y comprensión de la información.

Desarrollo Humano: El Desarrollo Humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es entonces mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio —si bien muy importante— para que cada persona tenga más oportunidades.

Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales para el desarrollo humano son disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado, acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades, se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles (Informe Nacional de Desarrollo Humano [pág. Web]).

Inteligencia Emocional: De acuerdo a Jiménez (2017):

Estas son algunas de las definiciones de inteligencia emocional más aceptadas: (a) “Es la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder y la agudeza de las emociones como fuente de energía humana, información, conexión e influencia” (Robert K Cooper). (b) “Es un subconjunto de la inteligencia social que comprende la capacidad de controlar los sentimientos y emociones propios, así como los de los demás, de discriminar entre ellos y utilizar esta información para guiar nuestro pensamiento y nuestras acciones” (Peter Salovey, Marc A. Brackett y John D. Mayer). (c) “Es la capacidad para reconocer los sentimientos propios y los de los demás, motivarnos a nosotros mismos, para manejar acertadamente las emociones, tanto en nosotros mismos como en nuestras relaciones humanas” (Daniel Goleman) (p. 480) .

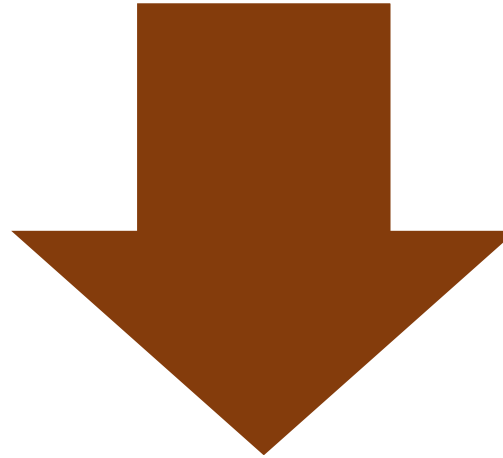
1. ¿Cómo lograr que los microempresarios, sin ser expertos mercadólogos, identifiquen necesidades en sus consumidores que les permita tomar decisiones prácticas para innovar en sus productos/servicios?
2. ¿Cómo lograr que los estudiantes de licenciatura adquieran experiencia emprendedora antes de egresar?
3. ¿Qué acción se podría llevar a cabo para desarrollar habilidades de comunicación oral y escrita?
4. ¿Qué se podría hacer para generar mayor consciencia social como requisito importante en las relaciones humanas-profesionales?
5. Desde un conocimiento básico sobre la mercadotecnia ¿Qué se podría innovar para hacer crecer a los micronegocios formales?
6. ¿Qué propondrías para que las microempresas administren de manera eficiente sus recursos?

Preguntas guía para el ABP

Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)
Diseño de presentación: Dra. Minerva Gamacho Javier



¿Cómo generar mayor consciencia social como requisito importante en las relaciones humanas-profesionales?



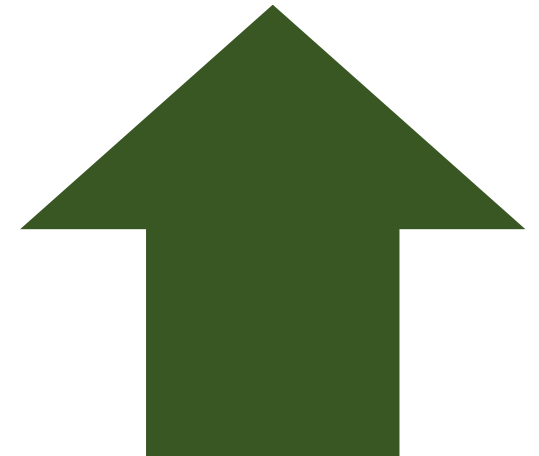
Desarrollo de las Relaciones Humanas

Comprender las propias necesidades para entender la de los demás.



MKT

Retener y fidelizar a los clientes actuales que tiene una organización, mientras que intenta sumar nuevos compradores.



***Para* desarrollar la presentación del proyecto (planteamiento del problema) se deben tener claro los conceptos y términos de la asignatura y el conocimiento sobre el sujeto, campo de interés o fenómeno social (microempresarios, estudiantes, amas de casa, basura, comunicación, familia, etc.) dónde se pretende aplicar el proyecto.**

Al final de lo anterior, la redacción del problema debe ser algo así:

Presentación

De acuerdo a la investigación documental (Jiménez (2017); Batista (2006), Informe Nacional de Desarrollo Humano [pág. Web]) el estudio sobre el desarrollo humano permite generar mayor comprensión sobre la importancia de generar dinámicas relacionales saludables y confiables entre los individuos para ser mejores personas y, por ende, mejorar la calidad de vida humana. En función de lo anterior, identificamos en entrevistas llevadas a cabo con microempresarios tabasqueños (ver anexo), que muchos no le han dado importancia a generar programas de concientización tanto de manera interna (empleados) como de manera externa en el uso, cuidado o publicidad de corte social de lo que ofrecen a sus clientes, usuarios y/o consumidores. Por lo que se considera que se pueden promover pláticas, círculos de socialización, publicidad de corte social en la interacción con el producto que ofrecen, etc.

Referencias

Informe Nacional de Desarrollo Humano. Guatemala. PNUD. Recuperado el 23 de septiembre de 2018 en <http://desarrollohumano.org.gt/desarrollo-humano/concepto/>

Jiménez, A. (2017). Inteligencia emocional. En: *AEPap (ed.). Curso de Actualización Pediatría 2017*, 479-491. Recuperado el 23 de septiembre de 2018 en https://www.aepap.org/sites/default/files/479-492_inteligencia_emocional.pdf

Bibliografía

Batista, L. (2006). Ensayo . Educación y Desarrollo Humano. En *Enfermería en Costa Rica, Junio 2006*, 27(1), 28-30. Recuperado el 23 de septiembre de 2018 en <http://www.binasss.sa.cr/revistas/enfermeria/v27n1/7.pdf>