

ANALISIS DE MERCADOS (GE-573) :

Es un curso que podría llamarse especializado y que complementa el curso de Mercadeo.

El objetivo principal del mismo es el de estudiar el ambiente económico en el cual trabaja la firma, esto es, la competencia existente, la serie de reglamentos que dirigen y orientan el sistema y las políticas seguidas tanto por el Gobierno como por las otras firmas.

Es un tópico relativamente nuevo y que cada día toma mayor importancia ya que se relaciona con la organización misma del sistema, sin conocimientos de lo cual no se puede entender el comportamiento de las firmas ni prever el posible resultado de dicho comportamiento.

Creo que un vistazo del programa crea una mayor imagen del curso y que tal como está estructurado cumple con los objetivos propuestos.

Por lo anterior es comprensible la falta de bibliografía en español y más aún sobre tópicos nacionales.

El material de clase es extractado de un gran número de publicaciones extranjeras y de una revisión de información y situaciones nacionales que pueden adaptarse a los Análisis del caso.

En cuanto a trabajos prácticos tanto en el Curso de Mercadeo como en el de Análisis de Mercados, se hacen con base al desarrollo de los cursos y procurando que los mismos sean revisados constantemente por los estudiantes, analizando cada paso y haciendo modificaciones que muestran la capacitación que los mismos adquieren a medida que avanza el curso. Al final del período generalmente se les asigna un análisis de un caso concreto en el cual deben utilizar todas las herramientas adquiridas en el semestre.

Cuando es posible se hacen visitas a Cooperativas, Supermercados, Feria de Ganado, etc, lo que se complementa con cuestionarios que deben ser contestados en forma analítica.