

## PROGRAMA DE CURSO

Nombre del Curso	: EAM347 CASOS DE ESTRATEGIA DE MARKETING
Créditos	: 10
Carácter	: Optativo
Requisitos	: Dirección Comercial
Profesor	: Francisco Pérez Iturra
Horario	: 18:00 a 21:00 hrs.

### I. DESCRIPCION Y OBJETIVOS

El objetivo del curso es ayudar al alumno a desarrollar una visión de estrategia de negocios, considerando todos los aspectos de la comercialización. Las herramientas de análisis que se entregarán tendrán una concentración fuerte en Marketing Estratégico.

Al final del curso el alumno deberá haber adquirido una serie de herramientas que le permitirán analizar un negocio y proponer estrategias.

### II. CONTENIDOS

Lecturas a leer:

- Outline for case analysis
- Core Competences by C.K. Prahalad and G. Hamel
- From Competitive Advantage to Corporate Strategy, M. Porter
- Corporate Strategy: A Conceptual Framework



# MBA-UC

Clase 1 Introducción /Metodología de análisis /clase expositiva profesor

Clase 2 Caso: South West Pharmaceutical

Clase 3 Caso: Dutch Food Industry

Clase 4 Caso: The Gillette Company

## **Prueba**

Clase 5

Clase 6

Clase 7

Clase 8

Clase 9

Clase 10

Clase 11

## **Examen**

El resto de los casos se entregarán oportunamente.

### **III. METODOLOGIA**

El curso constará de discusión de casos, clases expositivas, lecturas y la realización de análisis de los casos por parte de los alumnos.

### **IV. BIBLIOGRAFIA DE APOYO**

Competitive Strategy Michael Porter, Free Press

Marketing Management Phillips Kotler 1997 - Ninth Edition, Prentice Hall

Strategy Harvard Business Review

### **CASOS Y ARTICULOS**

Los casos y artículos serán asignados en clase, en el transcurso del trimestre (ver lista adjunta).



# MBA-UC

## V. EVALUACION

**La asistencia a clases es obligatoria y como mínimo se deberá tener un 75% para la aprobación del curso.** La participación en clases, aspecto fundamental, también será considerada en la evaluación.

Casos y controles	40%
Prueba	15%
Participación en clases	20%
Examen	25%

Es obligatorio preparar para la clase el caso asignado, este puede ser preparado individualmente o en grupo de máximo 4 personas.