

PRIMERA ETAPA:	ÁREAS TEMÁTICAS
CURSO	A1. Economía y Análisis de Mercado.
PROFESORES	Carlos Muñoz.
OBJETIVO	Entender el escenario en el que se instala la industria inmobiliaria y de la construcción, sus regulaciones y directrices, la forma de reacción del medio, los actores relevantes, las oportunidades sectoriales y la especificación de la gestión en el sector público y sus potenciales para el desarrollo económico y social del país. Visualizar el efecto de la industria inmobiliaria y de la construcción en la economía. Conocer como la normativa urbana y la industria inmobiliaria se relacionan e interactúan. Demostrar a través de la aplicación en casos de productos inmobiliarios que responden a detección de nichos de mercado, las oportunidades que se presentan para los desarrolladores e inversionistas. Identificar los modos de participación de la industria en la consecución de las políticas públicas destinadas a la producción y gestión de la vivienda de interés público. Indagar en los apoyos y oportunidades otorgadas por el sector público para el desarrollo del ámbito inmobiliario.
CRÉDITOS	6,0.
CONTENIDOS	Clasificación y definiciones de la Economía, el “problema” económico. Factores productivos. Herramientas e instrumentos para resolver el problema económico. Mercado, funciones demanda y oferta. Políticas públicas: productos y financiación. Modelos de producción de viviendas y barrios asociados a la gestión financiación estatal. Desarrollo histórico, consecuencias y nuevos desafíos. Revisión del contexto político económico y social del en el tiempo y las expresiones en el hábitat. Análisis de las políticas públicas de vivienda y sus formas de expresarse en el territorio a través de sus programas.
METODOLOGÍA	Clases teóricas, lecturas y ejercicios de aplicación. A través de presentación de casos se recorren escenarios identificando oportunidades, con énfasis en situaciones que combinan distintas opciones de financiación para la producción y adquisición, específicamente en el sector vivienda protegida. Evaluación en base a ejercicio de aplicación que permita mediante el desarrollo de una propuesta económica el acceso al bien vivienda para los segmentos de menores recursos.

LOGRO	Reconocer las estructuras del mercado inmobiliario, y los principales indicadores económicos que los identifican, detectando las oportunidades de desarrollo con creatividad y capacidad de gestión.
HABILIDADES	Capacidad de gestión y negociación. Exploración de la industria identificando nichos. Capacidad de liderazgo.
BIBLIOGRAFÍA	Brickley James, "Managerial economics and organizacional architecture", Ed. McGraw Hill, 2004. Castello Manuel, "La era de la información: economía, sociedad y cultura", Siglo Veintiuno Editores, 2004. García Moreno Susan y otros, "Prácticas y conceptos básicos de microeconomía", Ed. Universidad Rey Juan Carlos, 2000. Landsburg, S. E., "Teoría de los precios con aplicaciones", Ed. Thomson Paraninfo, 2000. Lavados, Hugo y Massad, Carlos: "Elementos de economía. introducción al análisis económico", Ed. Universitaria, 2000. Hall, Robert E., y Lieberman, Marc, "Economía. principios y aplicaciones". Ed. Thomson Paraninfo, 2003. Meachern W., "Macroeconomía. una introducción contemporánea", Ed. Thomson Paraninfo, 1998. Meachern, W., "Microeconomía una introducción contemporánea", Ed. Thomson Paraninfo, 1998 O'Kean, J. M., "Análisis del Entorno Económico de los Negocios". Ed. McGraw Hill. 1994. Tucker, I.B.: "Fundamentos de economía", Ed. Thomson Paraninfo, 2001. Aguilo Candela J, Carratalá Pastor, Gimeno V, Aranda J., "Inferencia estadística para economía y empresa", Ed. Universidad de Alicante, 1996. Cea D'ancana María Angeles, "Métodos de Encuestas", Ed. Síntesis SA, 2004. Fong C. D., "Dirección de mercadotecnia: identificación y solución de problemas clave", Ed. Addison – Eesley Iberoamericana, 1990. Frank R., "Análisis de mercado: técnicas cuantitativas", Ed. Centro Regional de Ayuda Técnica: Agencia para el desarrollo regional, 1969. Kotler P., "Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control", Ed. Diana, 1985. Lohr S., "Muestreo, diseño y análisis", Ed. Thomson Paraninfo, 2000. Perez C, "Técnicas de muestreo estadístico, teoría, práctica y aplicaciones informáticas", Ed. RA-MA, 1999. Zikmund William G., "Fundamentos de la investigación de mercados", Ed. Paraninfo, 2003.