

**CARRERA DE MARTILLERO Y CORREDOR PÚBLICO
TERCER AÑO – PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA
(Vigente a partir de 2015 – Resolución de plan N° 46/05 del HCS)**

OBJETIVOS

- Identificar los principios y leyes básicos que explican el comportamiento de los fenómenos y variables económicos.
- Desarrollar habilidades para interpretar y explicar el comportamiento de los mercados y de los compradores, e implementar estrategias para aprovecharlo de manera rentable.
- Identificar los aspectos principales involucrados en la organización de una empresa.
- Desarrollar habilidades para el uso de las formas contractuales usuales en la negociación inmobiliaria.
- Definir una escala de valores empresariales teniendo en cuenta la misión del empresario como constructor social y negociador en una sociedad plural, compleja, cambiante y diversificada

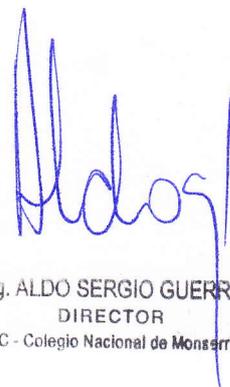
CONTENIDOS

UNIDAD I: ECONOMÍA

- Introducción a la Economía. Concepto. Conceptos clave.
- Factores de la producción. El problema de la eficiencia. Frontera de posibilidades productivas.
- Mercados: Competencia Perfecta, Oligopolio y Monopolio.
- Fallas del mercado e intervención del Estado.
- Análisis marginal. Utilidad marginal. El mecanismo de mercado. Demanda.
- La ley de la demanda. Desplazamiento de la demanda.
- Oferta. La ley de la oferta. Desplazamiento de la curva de la oferta.
- La formación de precios de equilibrio en las economías de mercado.
- La elasticidad.

UNIDAD II: MACROECONOMÍA

- Nociones macroeconómicas.
- Población. Actividad económica y su medición.
- Empleo y producto.
- Consumo, ahorro e inversión.
- El dinero y su circulación.
- Tasa de interés.
- Tipo de cambio.


Ing. ALDO SERGIO GUERRA
DIRECTOR
UNC - Colegio Nacional de Monserrat

- La inflación.
- Oferta agregada, demanda agregada, producto y desempleo.

UNIDAD III: EMPRESA

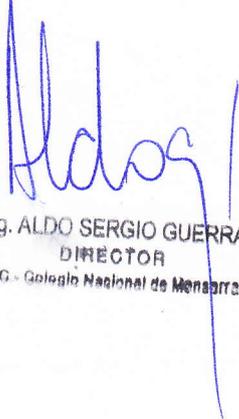
- Concepto de Empresa. Tipos de Empresa.
- Introducción a la administración y las organizaciones. Historia de la administración. Cultura organizacional.
- La gerencia y las decisiones. Planeación. Administración estratégica.
- Nociones de administración de recursos humanos.
- La economía de la empresa. Conceptos de producción y de productividad. Costo o coste y beneficio. Economías de escala. Inversión.
- La empresa inmobiliaria. Evaluación de proyectos de inversión.

UNIDAD IV: MERCADOTECNIA

- El marketing. Introducción. Noción, importancia y sentido del marketing.
- Definición de marketing. Conceptos centrales. Evolución del marketing. Funciones del Marketing.
- La mezcla o mix de marketing. Generación, comunicación y transmisión de valor.
- El mercado. Segmentación. Comportamiento del consumidor. Estrategias de segmentación. Liderazgo de mercado. Estrategias.
- El producto. Variables o dimensiones. Ciclo de vida del producto. Clases o momentos de la demanda. Posicionamiento. Marca.
- Marketing de servicios: parámetros de calidad.
- La comunicación. Publicidad, promoción.

UNIDAD V: CONTRATOS EN LA PRÁCTICA INMOBILIARIA. CONTRATO DE COMPRAVENTA

- Contrato de compraventa como herramienta de comercialización. Concepto. Caracteres. Elementos esenciales: cosa, precio, capacidad.
- Obligaciones de las partes. Modalidades y cláusulas especiales.
- El boleto privado de compraventa. Concepto. Efecto. Naturaleza jurídica. Fortaleza y debilidades. Cláusulas usuales. Recomendaciones. Cesión del boleto.
- Reserva, seña, promesa de venta. Diferencia en sus efectos. Análisis práctico.
- Autorización para la venta.
- Recibos. Carta documento. Actas notariales.
- Especificidades de otras formas contractuales de negociación inmobiliaria: fideicomiso, cesión de derechos, leasing, comercialización de barrios cerrados.


 Ing. ALDO SERGIO GUERRA
 DIRECTOR
 UNG - Colegio Nacional de Montevideo

UNIDAD VI: CONTRATOS EN LA PRÁCTICA INMOBILIARIA. CONTRATO DE LOCACIÓN

- Locación. Nociones generales. Concepto. Clases. Caracteres.
- El régimen de las locaciones de cosas. Normas legales que las rigen. Elementos esenciales. Obligaciones de las partes. Sublocación y cesión del contrato de locación.
- Locación urbana inmobiliaria. Régimen legal, forma, duración, precio, resolución, fianza. Aspectos prácticos.
- Cláusulas usuales en los contratos de locación. Recomendaciones.
- Arrendamiento rural y otros contratos rurales.

UNIDAD VII: CONTRATOS EN LA PRÁCTICA INMOBILIARIA. CONTRATO DE ADMINISTRACIÓN DE PROPIEDADES

- Contrato de administración de propiedades, normas aplicables.
- Administración de countries y de urbanizaciones especiales.
- Administración de consorcios de propiedad horizontal.

UNIDAD VIII: CONTRATOS EN LA PRÁCTICA INMOBILIARIA. CONTRATOS DE CONSUMO

- Relación de consumo.
- Formación del consentimiento.
- Prácticas abusivas.
- Información y publicidad dirigida a los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUER HORTAL, PEREZ GOROSTEGUI y MARTÍNEZ SÁNCHEZ. *Administración y Dirección de Empresas. Teoría y Ejercicios Resueltos*. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid, 1997.
- ALVAREZ, Héctor F. *Administración. Un enfoque interdisciplinario y competitivo*. Ediciones Eudecor, Córdoba, 2004.
- ALVAREZ, José y SVEJENOVA, Silviya. *La Gestión del Poder*. Granica, Barcelona, 2003.
- DEMARCO, Gustavo. *Manual de Economía*. U.N.C., Fac. Ciencias Económicas, Córdoba, 2004.
- GARCÍA SÁNCHEZ, María Dolores et. al. *Manual de Marketing*. ESIC, Madrid, 2008.
- GÓMEZ, Mario. *Gestión de la empresa inmobiliaria*. Bienes Raíces Ediciones, Buenos Aires, 2010.
- KOTLER, Philip y KELLER, Kevin Lane. *Dirección de Marketing*. 12ª edic., Pearson, México, 2006.
- MANKIW, N. Gregory. *Principios de Economía*. 2ª edic., McGraw-Hill, 2002.

- MOCHON MORCILLO, F. y BEKER, V.A. *Economía. Principios y aplicaciones*. 4ª edic., Mc Graw Hill, Buenos Aires, 2008.
- PINDYCK, Robert y RUBINFELD, Daniel. *Microeconomía*. 3ª edic., Madrid, Prentice Hall, Buenos Aires, 2007.
- ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary. *Administración*. 10ª edic., Pearson Educación, México, 2010.
- SAMUELSON, P. A. y NORDHAUS, W. D. *Macroeconomía*. 16ª edic., Mc Graw Hill, Madrid, 1997.
- SACHS, Jeffrey – LARRAIN, Felipe. *Macroeconomía en la economía global*. 2ª edic., Pearson Education, Buenos Aires, 2002.



Ing. ALDO SERGIO GUERRA
DIRECTOR
UNC - Colegio Nacional de Montevideo