



**IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria** Ciclo lectivo 2010.  
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo: Ciclo de Especialización  
Especialidad: Economía y Gestión de las Organizaciones  
Disciplina: Sistemas Administrativos II  
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia

1

## PROGRAMA DE EXAMEN

### Contenidos:

#### Contenidos conceptuales:

#### **EJE ORGANIZADOR:** "Gestión Comercial y de Ventas"

#### **UNIDAD Nº 1: EJE TEMATICO** "La Gestión comercial"

Marketing: concepto. Objetivos de la Gestión Comercial. Funciones del Marketing. Roles. Tipos de Marketing. Diferenciación entre compradores y vendedores. El Blanco del Mercado. Variables. Ambiente de mercadotecnia: microambiente y macroambiente.

#### **UNIDAD Nº 2: EJE TEMATICO** "Análisis de Mercado"

La Investigación de Mercado: concepto. Objetivo. Utilidad. Etapas del proceso de investigación de mercado. Formas de reunir la información.  
Segmentación del mercado: concepto. Criterios para segmentar el mercado.  
Diferenciación del producto: concepto. Posicionamiento: concepto.

#### **UNIDAD Nº 3: EJE TEMATICO** "El Producto"

Producto: concepto. Diferencia entre bienes y servicios. Clasificación de productos. Identificación del producto. Calidad del producto.  
Marcas: concepto. Tipos de marcas. Código de barras: concepto. Utilidad.  
Empaque del producto: funciones.  
Servicio de apoyo: concepto. Garantía de calidad: concepto.  
Ciclo de vida del producto: concepto. Etapas.

#### **UNIDAD Nº 4: EJE TEMATICO** "El Precio"

Precio: concepto. Nombres que puede adoptar: clases de precios. Diferencia entre bonificación y descuento. Fijación de precio. Factores que influyen para la fijación de precios. Estudio de costos y determinación del precio. Enfoque a tener en cuenta para fijar el precio: costo, comprador, competencia.  
Estrategias de precios.

#### **UNIDAD Nº 5: EJE TEMATICO** "Publicidad, Promociones de Ventas y Propagandas"

Diferencia de conceptos.  
Publicidad.: Objetivos. Clases. Agencia de publicidad: servicios que presta. Factores que se tienen en cuenta. Sujetos que intervienen en la publicidad. Medios publicitarios.  
Elección de medios publicitarios.



**IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria** Ciclo lectivo 2010.  
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo: Ciclo de Especialización  
Especialidad: Economía y Gestión de las Organizaciones  
Disciplina: Sistemas Administrativos II  
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia

2

Recursos de comercialización actuales: Packaging – Telemarketing – Comercio Electrónico.

Campañas de publicidad. Presupuesto. Funciones que puede cumplir la publicidad. Promoción de ventas. Instrumentos de promoción.

#### **UNIDAD Nº 6: EJE TEMÁTICO "La Venta"**

La venta: modalidades. Venta directa, telefónica, a distancia. Puntos de venta.

La Gestión de Ventas: operaciones en base a precio. Plazo o producto. Tamaño de la fuerza de ventas: cargas uniformes de trabajo, productividad incremental y potencial de ventas.

#### **UNIDAD Nº 7: EJE TEMÁTICO "Distribución y entrega"**

La distribución como instrumento de Marketing. Canales de distribución: características. Funciones. Formas que pueden alcanzar la distribución. Sistema de canales: ventajas y desventajas. Selección de los canales de distribución. Funciones de los intermediarios.

Franquicias: concepto. Características. Condiciones Generales. Clasificación. Ventajas y desventajas. Merchandising: Historia. Concepto. Tipos.

#### **Bibliografía:**

- Santesmases Mestre, Miguel: "Marketing: conceptos y estrategias – Ediciones Pirámide – Año 1995 – Segunda Edición
- Philip, Kotler: "Manual Integral de Marketing" – Ediciones Pretice Holl
- Philip, Kotler: " Principios de Marketing" – Ediciones Pretice Holl – Año 2008
- Philip, Kotler: " Preguntas más frecuentes sobre Marketing" – Ediciones Granica – Año 2005
- Cavallero, Gertrudis: "El acercamiento al mercado".
- García, Apolinar: "Administración Comercial y de Ventas" - Editorial Sainte Claire.
- Braidot, Nestor: "Marketing Total" - Ediciones Machi.
- Autores Varios: "Marketing para emprendedores" - Formar Instituto por la calidad empresaria.
- Finoccietti, Matias: "Marketing" - Editorial Improll Americana.

#### **Material de estudio del alumno:**

Notas y apuntes brindados por el docente.  
Carpeta del alumno.

.....  
Lugar y fecha

.....  
Firma



***IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria*** Ciclo lectivo 2010.  
Curso: Quinto año    División: "D"    Ciclo: Ciclo de Especialización  
Especialidad: Economía y Gestión de las Organizaciones  
Disciplina: Sistemas Administrativos II  
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia

3