



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2012.
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo Orientado
Orientación: Economía y Administración
Disciplina: Producción y Comercialización .
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia
Día y horario de cursado: Lunes 07:30 a 8:55 – Martes: 11:55 a 12:30

1

Contenidos:

Contenidos conceptuales:

EJE ORGANIZADOR: "Administración de la Producción"

UNIDAD Nº 1: EJE TEMATICO "Producción"

Producción: definición. Administración de la producción: definición. Las cinco P. Sistemas de Producción. Clasificación de los sistemas de producción: sistemas de producción por orden y por proceso. Clasificación de los sistemas productivos en base a su proceso.

UNIDAD Nº 2: EJE TEMATICO "Materia Prima y Calidad"

Concepto de Materia Prima. La materia prima y los costos de producción. Control de Inventarios: métodos UEPS – PEPS – PPP. Rotación de Inventario.
Calidad: concepto. Evolución histórica del concepto. Estándar de calidad. Modelo de cantidad económica de pedido.

UNIDAD Nº 3: EJE TEMATICO "Costos de Producción"

Costo: concepto. Tipos de costos. Clasificación de los costos de acuerdo a la función que cumplen. Clasificación de los costos de acuerdo a su grado de variabilidad. Clasificación de los costos según su asignación. Clasificación de los costos según su comportamiento. Contribución Marginal.

EJE ORGANIZADOR: "Administración de la Comercialización"

UNIDAD Nº 4: 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.
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 5: EJE TEMATICO "Producto y Precio"

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



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2012.
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo Orientado
Orientación: Economía y Administración
Disciplina: Producción y Comercialización .
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia
Día y horario de cursado: Lunes 07:30 a 8:55 – Martes: 11:55 a 12:30

2

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. Enfoque a tener en cuenta para fijar el precio: costo, comprador, competencia. Estrategias de precios.

UNIDAD Nº 6: EJE TEMÁTICO "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.

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 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.

- Respeto por la diversidad de opiniones.

Bibliografía:

Bibliografía del Docente:

- Roberto, Angrisani; Cora Medina y Mirta Rubbo: Tecnologías de Gestión – Editorial A & L – 2007
- Apolinar E García: Administración de la Producción – Editorial Sainte Claire – 1998
- Luis del Prado; Guillermo Spitznagle: Administración – Editorial de la Universidad Católica de Córdoba – 2007 – Segunda Edición
- Harold Kountz y Heinz Weihrich: Administración una Perspectiva Global – Editorial: Mc Graw Hill – 1998 – 11 Edición
- Marketing: Conceptos y Estrategias – Ediciones Pirámide.
- 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.
- Finocchietti, Matias: "Marketing" - Editorial Improll Americana.



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2012.
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo Orientado
Orientación: Economía y Administración
Disciplina: Producción y Comercialización .
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia
Día y horario de cursado: Lunes 07:30 a 8:55 – Martes: 11:55 a 12:30

3

Material de estudio del alumno:

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

.....
Lugar y fecha

.....
Firma