



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2019.
Curso: Quinto año División: "C y D" Ciclo Orientado
Orientación: Economía y Administración
Disciplina: Administración de la Producción y Comercialización.
Nombre del profesor/a: Quinto C: Daniela Bernardi Quinto D: Pamela Felizia

1

Programa Anual: ciclo lectivo 2019

Administración de la Producción y Comercialización: 5to. C y D

Contenidos:

Eje general: Administración de Producción y Administración de Comercialización

Unidad n° 1: Introducción a los saberes de producción y comercialización.

Ubicación del área de producción y del área de comercialización dentro de las unidades organizacionales. Relación con otras áreas. Relación directa entre la producción y la comercialización.

Eje específico: Proceso Productivo

Unidad n° 2: Administración de la Producción.

Producción: definición. Administración de la producción: definición. Producción como sistema (entrada – proceso – salida). Sistemas de Producción. Clasificación de los sistemas de producción: sistemas de producción continuos, por lotes y por proyecto. Sectores productivos (primario, secundario y terciario).

Unidad n° 3: Los Costos de Producción.

Costos: definición. Clasificación de los costos: directos e indirectos, variables y fijos, corrientes y diferidos, según la función a desempeñar, etc. Costos totales y unitarios. Determinación del precio de venta: ganancia bruta y neta, punto equilibrio.

Eje específico: El Mercado y su investigación

Unidad n° 4: El Mercado.

El mercado: definición, características. Ambiente organizacional: definición. Microambiente: proveedores, clientes, competencia, etc. Macroambiente: tecnología, social, economía, etc. Modelos para analizar empresas: Modelo de Michael Porter y Análisis F.O.D.A.

Unidad n° 5: Investigación de Mercado.

La Investigación de Mercado: concepto. Objetivo. Utilidad. Investigación cualitativa y cuantitativa. 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.

Eje específico: Marketing Mix - Comercialización

Unidad n° 6: Gestión comercial.

Gestión Comercial: definición, objetivos. Marketing: definición, objetivos y funciones. Tipos de Marketing.

Unidad n° 7: Producto

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



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2019.
Curso: Quinto año División: "C y D" Ciclo Orientado
Orientación: Economía y Administración
Disciplina: Administración de la Producción y Comercialización.
Nombre del profesor/a: Quinto C: Daniela Bernardi Quinto D: Pamela Felizia

2

Unidad n°8: 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. Enfoque a tener en cuenta para fijar el precio: costo, comprador, competencia. Estrategias de precios.

Unidad n° 9: "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. Disposición del punto de venta. Recursos de comercialización actuales: Packaging – Telemarketing – Merchandising - Comercio Electrónico.

Campañas de publicidad. Presupuesto. Funciones que puede cumplir la publicidad.

Promoción de ventas. Instrumentos de promoción.

Unidad n° 10: "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.

Bibliografía del Docente:

- Apolinar Garcia, E. (1998), *"Administración de la Producción"*. Buenos Aires: Sainte Claire.
- Horngren, CH., Foster, G. y Datar, S. (2014), *"Contabilidad de Costos un enfoque gerencial"*, 12da. Edición. México: Prentice Hall
- Lezanski Perla y Alicia Mattio (2009), Capítulo N° 5 Departamento de Comercialización. *"Microemprendimientos"*. 1ª Edición. Itzaingó-Buenos Aires: Maipue.
- Miquel S., Mollá A. y Bigné E. (1994), *"Introducción al Marketing"*. McGraw – Hill, Interamericana de España LTDA.
- Prado L., Spitznagel, G, (2007), Capítulo n° 3 y 4: Producción, en: *"Administración"*. 2da. Edición. Buenos Aires: Universidad Católica Argentina.

Bibliografía del Alumno:

- Bernardi Daniela y Felizia Pamela (2019), *Administración de la Producción y Comercialización*, Material de Estudio.