	<p><b>IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria</b> Ciclo lectivo 2019.  Curso: Quinto año División: "D" Ciclo Orientado  Orientación: Economía y Administración  Disciplina: Producción y Comercialización.  Nombre del profesor/a: Quinto C: Daniela Bernardi Quinto D: Pamela Felizia  Día y horario de cursado: Quinto C: Martes 10:35 a 11:55 - Jueves 09:00 a 9:45  Quinto D: Lunes 07:30 a 8:55 – Martes: 11:55 a 12:30</p>	1
---	---	---

## **Contenidos:**

### ***Eje central: Construcción progresiva de saberes: Procesos Productivos y Proceso de Comercialización.***

El estudiante debe conocer las diferentes áreas departamentales u organizacionales (administrativa, producción, comercialización, recursos humanos, contable, etc.) comprendiendo el entramado entre ellas. Al espacio curricular APC le corresponde el abordaje de las áreas de producción y comercialización, siendo las restantes áreas temáticas propias de otros espacios curriculares propios de la OEA con quienes se articulan horizontal, vertical y transversalmente.

### ***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.

	<p><b>IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria</b> Ciclo lectivo 2019.  Curso: Quinto año División: "D" Ciclo Orientado  Orientación: Economía y Administración  Disciplina: Producción y Comercialización.  Nombre del profesor/a: Quinto C: Daniela Bernardi Quinto D: Pamela Felizia  Día y horario de cursado: Quinto C: Martes 10:35 a 11:55 - Jueves 09:00 a 9:45  Quinto D: Lunes 07:30 a 8:55 – Martes: 11:55 a 12:30</p>	2
---	---	---

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.

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 alumno:***

Apunte elaborado desde el espacio curricular.



**IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria** Ciclo lectivo 2019.  
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo Orientado  
Orientación: Economía y Administración  
Disciplina: Producción y Comercialización.  
Nombre del profesor/a: Quinto C: Daniela Bernardi Quinto D: Pamela Felizia  
Día y horario de cursado: Quinto C: Martes 10:35 a 11:55 - Jueves 09:00 a 9:45  
Quinto D: Lunes 07:30 a 8:55 - Martes: 11:55 a 12:30

3

### **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), Capitulo N° 5 Departamento de Comercialización. *"Microemprendimientos"*. Buenos Aires: Maipue.
- Miquel S., Mollá A. y Bigné E. (1994), *"Introducción al Marketing"*. Madrid: 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.

### **Documentación de referencia:**

- I.E.S.S., I.E.S. Área de Economía y Administración (2016), *Acuerdos Didácticos para la generación y fortalecimiento de situaciones de aprendizaje de la Capacidad Oralidad, Lectura y Escritura.*
- I.E.S.S., I.E.S. (2017). Acuerdos didácticos sobre evaluación.
- I.E.S.S., I.E.S. (2016), *Proyecto Curricular Institucional.* Villa Carlos Paz.
- I.E.S.S., I.E.S. (2017), *Proyecto Educativo Institucional.* Villa Carlos Paz.
- Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba. Secretaría de Educación. Subsecretaría de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa. Dirección de Planeamiento e Información Educativa. (2012). *Diseño curricular de educación secundaria, Orientación Economía y Administración, 2012 – 2015, Tomo 5.* Disponible en: <http://www.igualdadycalidadcba.gov.ar/SIPEC-CBA/publicaciones/EducacionSecundaria/LISTO%20PDF/ORIENTACION%20ECONOMIA%20Y%20ADMINISTRACION%2017-11-11.pdf> (Visitado 20/02/2017, 08:10 hs.)
- Instituto de Enseñanza Secundaria. (2013), *Proyecto curricular orientación Economía y Administración*

Villa Carlos Paz, marzo de 2019

.....  
Lugar y fecha

.....  
Firma