



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2023.
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: Guillermo Kern Quinto D: Pamela Felizia

1

PROGRAMA DE ESTUDIO Ciclo Lectivo 2023

Unidad n° 1: “Gestión de producción y comercialización”

Ubicación del área de producción y del área de comercialización dentro de las unidades organizacionales Gestión de producción: definición, objetivos. Gestión Comercial: definición, objetivos.

Marketing: definición, objetivos y funciones. Tipos de Marketing. Marketing Digital o marketing on – line.

El mercado: definición, características. Ambiente organizacional: definición.

Microambiente: proveedores, clientes, competencia, etc. Macroambiente: tecnología, social, economía, etc. El análisis F.O.D.A.

Segmentación del mercado: concepto. Criterios para segmentar el mercado.

Diferenciación del producto: concepto. Posicionamiento: concepto.

Marketing Mix.

Unidad n°2: “Producto”

Producto: concepto. Diferencia entre bienes y servicios. Clasificación de productos.

Marcas: concepto y tipos. Empaque del producto: funciones. Servicio de apoyo: concepto. Categorías de empaque. Garantía de calidad: concepto.

Unidad n° 3: “Publicidad, Promociones de Ventas y Propagandas”

Diferencia de conceptos. Publicidad: Objetivos. Clases. 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° 4: “Distribución y entrega”

La distribución como instrumento de Marketing. Canales de distribución: características.

Funciones. Formas que pueden alcanzar la distribución

Unidad n°5: “Precio”

Precio: concepto. Nombres que puede adoptar: clases de precios. 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.



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2023.

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: Guillermo Kern Quinto D: Pamela Felizia

2

Bibliografía del alumno:

Felizia Pamela del Valle – Kern Guillermo (2023), Administración de la Producción y Comercialización *Quinto año C y D*, Material de Estudio.

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 nº 3 y 4: Producción, en: *“Administración”*. [2da. Edición]. Buenos Aires: Universidad Católica Argentina.