



**IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria** Ciclo lectivo 2007.

Curso: 5°

División: C

Ciclo: CE

Especialidad: Economía y Gestión de la Organizaciones

Disciplina: **Sistemas Administrativos II**

Nombre del profesor: Rubén Gudiño

Día y horario de cursado: Jueves 8ª hora – Viernes 5ª, 6ª, y 8ª hora.

1

## 1. Contenidos:

EJE ORGANIZADOR: Gestión de Comercialización y Ventas.

Unidad 1: **La Gestión Comercial. Marketing.**

### CONTENIDOS CONCEPTUALES

Marketing. Tipos de marketing.

Objetivos de la gestión comercial.

El “blanco del mercado”. Variables de acceso controlables y no controlables.

### CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Representación gráfica de la estructura del área comercial

Análisis del concepto de marketing. Importancia.

Diferenciación entre compradores y consumidores. Utilidad.

Unidad 2: **Investigación del mercado.**

### CONTENIDOS CONCEPTUALES

La investigación del mercado. Etapas para el estudio de mercado. Formas de reunir la información. Métodos de estudio.

Segmento de mercado. Criterios de segmentación.

Diferenciación del producto. Posicionamiento.

### CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Identificación de las necesidades del mercado.

Definición de problemas y objetivos.

Diseño del plan de investigación.

Recopilación de la información.

Análisis e interpretación de la información.

Presentación de la información.

Control Posterior.

La Mezcla Comercial

Unidad 3: **Producto**



**IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria** Ciclo lectivo 2007.

Curso: 5°

División: C

Ciclo: CE

Especialidad: Economía y Gestión de la Organizaciones

Disciplina: **Sistemas Administrativos II**

Nombre del profesor: Rubén Gudiño

Día y horario de cursado: Jueves 8ª hora – Viernes 5ª, 6ª, y 8ª hora.

2

#### CONTENIDOS CONCEPTUALES

Producto. Calidad del producto. Marcas. Tipos de marcas. Código de barras. Empaque del producto. Servicios de apoyo. Garantía del producto. Ciclo de vida del producto: etapas.

*Niveles de producto.*

#### CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Diferencia entre bienes y servicios.

Clasificación del producto.

Análisis de la utilidad del código de barras

Análisis de las funciones del empaque del producto.

Representación gráfica del ciclo de vida del producto.

#### Unidad 4: **Precio**

#### CONTENIDOS CONCEPTUALES

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

Enfoques para fijar el precio: Costo - comprador - competencia.

Estrategia de precios.

Punto de equilibrio.

#### CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Nominación y clases de precios.

Diferenciación entre bonificación y descuento.

Fijación de precios.

Cálculo de costos. Identificación de costos fijos y variables.

Determinación del punto de equilibrio: cálculo.

#### Unidad 5: **Publicidad – Promoción de ventas – Propaganda.**

#### CONTENIDOS CONCEPTUALES

Publicidad. Agencias de publicidad. Psicología aplicada a la publicidad. Sujetos que intervienen en la publicidad. Medios publicitarios.

Campañas de publicidad. Presupuesto.

Propaganda. Promoción de ventas: instrumentos de promoción.

#### CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Diferenciación de conceptos.

Análisis de mensajes publicitarios.

Elaboración de mensajes publicitarios.

#### Unidad 6: **Distribución y entrega.**



**IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria** Ciclo lectivo 2007.

Curso: 5°

División: C

Ciclo: CE

Especialidad: Economía y Gestión de la Organizaciones

Disciplina: **Sistemas Administrativos II**

Nombre del profesor: Rubén Gudiño

Día y horario de cursado: Jueves 8ª hora – Viernes 5ª, 6ª, y 8ª hora.

3

## CONTENIDOS CONCEPTUALES

Plaza. Canales de Distribución: funciones. Importancia.  
Estrategias de distribución.

## CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Enumeración de los canales de distribución.  
Análisis de las funciones y de su importancia.  
Análisis para fijar estrategias de distribución.

## Unidad 7: **La Venta. Franquicias.**

### CONTENIDOS CONCEPTUALES

Diferentes modalidades de venta de un producto.  
La Franquicia. Ventajas y desventajas. Características del franquiciado. Tipos de franquicias. Características de una buena franquicia.

### CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

Enumeración y análisis de las diferentes modalidades de venta de un producto.  
Clasificación de las franquicias.

## 2. Bibliografía:

### Del docente:

“Administración Comercial y de Ventas”, García Apolinar, Editorial Sainte Claire.

### Del alumno:

Notas de cátedra proporcionados por el docente.

Villa Carlos Paz, 05 de marzo de 2007

Lugar y fecha

.....

Firma