



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2008.
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo: Ciclo de Especialización
Especialidad: Economía y Gestión de las Organizaciones
Disciplina: Sistemas Administrativos II
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia

1

PROGRAMA DE EXAMEN

Contenidos:

Contenidos conceptuales:

EJE ORGANIZADOR: "Gestión Comercial y de Ventas"

UNIDAD Nº 1: 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. Ambiente de mercadotecnia: microambiente y macroambiente.

UNIDAD Nº 2: EJE TEMATICO "Análisis de Mercado"

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 3: EJE TEMATICO "La mezcla comercial"

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

UNIDAD Nº 4: EJE TEMATICO "El 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 Nº 5: EJE TEMATICO "Publicidad, Promociones de Ventas y Propagandas"

Diferencia de conceptos.
Publicidad. Clases. Agencia de publicidad: servicios que presta. Psicología aplicada a la publicidad. Factores que se tienen en cuenta. Sujetos que intervienen en la publicidad. Medios publicitarios.

Campañas de publicidad. Presupuesto. Funciones que puede cumplir la publicidad.
Promoción de ventas. Instrumentos de promoción.



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2008.
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo: Ciclo de Especialización
Especialidad: Economía y Gestión de las Organizaciones
Disciplina: Sistemas Administrativos II
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia

2

UNIDAD Nº 6: EJE TEMÁTICO "La Venta"

La venta: modalidades. Venta directa, telefónica, a distancia. Puntos de venta.

La Gestión de Ventas: operaciones en base a precio. Plazo o producto. Tamaño de la fuerza de ventas: cargas uniformes de trabajo, productividad incremental y potencial de ventas.

UNIDAD Nº 7: EJE TEMÁTICO "Distribución y entrega"

La distribución como instrumento de Marketing. Canales de distribución: enumeración. Funciones. Formas que pueden alcanzar la distribución. Sistema de canales: ventajas y desventajas. Selección de los canales de distribución. Funciones de los intermediarios.

Bibliografía:

- 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.

Material de estudio del alumno:

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

.....
Lugar y fecha

.....
Firma



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2008.
Curso: Quinto año División: "D" Ciclo: Ciclo de Especialización
Especialidad: Economía y Gestión de las Organizaciones
Disciplina: Sistemas Administrativos II
Nombre del profesor/a: Cra. Pamela Felizia

3