



IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2009.
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: Miércoles 3^a 4^a y 8^a hora – Viernes 5^a hora.

1

PROGRAMA DE ESTUDIO **Ciclo lectivo 2009**

Gestión de comercialización y ventas

Unidad 1: **La Gestión Comercial.**

Marketing: concepto. Objetivos de la gestión comercial. Tipos de marketing.
Diferenciación entre compradores y consumidores.
El “blanco del mercado”. Variables controlables y no controlables.

Unidad 2: **Análisis de Mercado.**

La Investigación del Mercado: concepto. Utilidad. Etapas del proceso de investigación. Formas de reunir la información.
Segmentación del mercado: concepto. Criterios para segmentar el mercado.
Diferenciación del producto: concepto. Posicionamiento: concepto.
Análisis F.O.D.A: concepto. Variables. Pensamiento estratégico.

La Mezcla Comercial

Unidad 3: **Producto**

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.
Servicios de apoyo: concepto. Garantía de calidad: concepto.
Ciclo de vida del producto: concepto. Etapas. Niveles de Producto.

Unidad 4: **Precio**

Precio: concepto. Nombres que puede adoptar. Clases de precios.
Diferencia entre bonificación y descuento.
Fijación de precios. Factores que influyen para fijar los precios. Enfoques a tener en cuenta para fijar el precio: costo – comprador – competencia. Análisis de costos.
Estrategias de precios. Punto de equilibrio.

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

Diferenciación de conceptos.
Publicidad. Clases. Agencias de publicidad: servicios que prestan.
Sujetos que intervienen en la publicidad. Medios publicitarios.
Campañas de publicidad. Presupuesto. Funciones que puede cumplir la publicidad.
Promoción de ventas. Instrumentos de promoción.

Unidad 6: **Plaza (Distribución y entrega)**

Canales de distribución: enumeración. Funciones. Formas que puede alcanzar
La distribución. Sistemas de canales: ventajas y desventajas.

	IESS - Instituto de Enseñanza Secundaria Ciclo lectivo 2009. Curso: 5° División: C Ciclo: CE Especialidad: Economía y Gestión de la Organizaciones Disciplina: <u>Sistemas Administrativos II</u> Nombre del profesor: Rubén Gudiño Día y horario de cursado: Miércoles 3^a 4^a y 8^a hora – Viernes 5^a hora.	2
---	--	---

Unidad 7: **La Venta**

Diferentes modalidades de venta de un producto. Análisis.

Franquicias: definición. Ventajas y desventajas. Características generales.

BIBLIOGRAFÍA

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

Material de estudio del alumno:

- Carpeta del alumno.
- Notas de cátedra.

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

Prof. Cr. Rubén Gudiño.