



**Instituto Nuestra Señora del Sagrado Corazón**  
**Av. Revolución de Mayo 1476 B° Crisol(s) Tel. 4575279**  
- Nivel Medio -

**Programa de: Itinerario de Trayectos Compartidos – Administración y Administración de la Producción y Comercialización (E.O.I.)**

**Curso y División: Quinto Año “C”**

**Ciclo orientado**

**Profesora: Marcela Franchi – Cecilia Platté**

**Ciclo Lectivo: 2018**

**OBJETIVOS GENERALES:**

El alumno deberá:

- ✓ **Reconocer a las Organizaciones y sus áreas como objeto de la administración y los procesos administrativos (planeación, organización, dirección y control), integrando los aprendizajes dentro del marco del I.T.C.**
- ✓ **Valorar la importancia de tomar decisiones racionales para una gestión eficiente y eficaz, especialmente en las áreas de producción y comercialización, por la relación que debe primar entre las mismas para alcanzar los fines propuestos.**
- ✓ **Comprender los aspectos más significativos de la administración en general y de la producción y de la comercialización, la gestión de las mismas según las distintas modalidades que puede tener relacionándola con el contexto.**
- ✓ **Involucrarse activamente en la indagación de las áreas productivas y comerciales en diversos ámbitos de su entorno y la participación de las mismas en la sociedad.**
- ✓ **Desarrollar prácticas que acompañen, sostengan y proyecten la formación general y/o específica, así como los valores adquiridos con el fin de potenciar su desempeño como estudiantes.**
- ✓ **Ser transmisores de los valores de paz, bien y solidaridad en los contextos donde se relacionan.**
- ✓ **Priorizar el diálogo como forma de comunicación para desarrollar el respeto, la escucha, comprometida, la tolerancia, aceptación y valoración del otro.**

<b>Eje Organizador N° 1: Administración de la Producción en la gestión de las Empresas</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Conceptos Básicos</b>
<b>Unidades 1 :</b> El Sistema de Producción.	-El sistema de producción. Elementos. Contexto. Funciones. -Producción primaria, secundaria y terciaria. Producción de bienes y servicios. Tecnología. -Contratos sobre los derechos de la propiedad industrial. Contratos de transferencia tecnológica. -Especificidades en las estrategias y procesos.	*Sistema de Producción. Tipos. *Productos y Servicios. *Costos. *Control de Calidad.
<b>Unidades 2 :</b> El Producto	-El Producto. Conceptos. Diseño. Estructura. Características. Ciclo de vida del producto. Metodología para el desarrollo de productos. Etapas. -Costos. Clasificación. Sistemas. Análisis de Costos. Punto de equilibrio. - Control de Calidad. Normas de Calidad: Conceptos básicos. Herramientas. Calidad Total. Normas ISO: 9000 – 9001 – 14.000. Precertificación – Certificación.	*Proceso de Producción. *Diseño. * Ingeniería de fábrica. *Almacenaje



**Instituto Nuestra Señora del Sagrado Corazón**  
**Av. Revolución de Mayo 1476 B° Crisol(s) Tel. 4575279**  
 - Nivel Medio -

<p><b>Unidad 3:</b> El Proceso de Producción</p> <p><b>Unidad 4:</b> Abastecimiento</p>	<p>-Procesos. Conceptos. Diseño. Organización, planeamiento, ejecución y control. La táctica de producción. Tipos de producción.</p> <p>-Ingeniería de fábrica. Métodos y tiempo. Mantenimiento. Higiene y Seguridad Industrial</p> <p>- Abastecimiento e Inventarios. Sistema de Almacenaje. Sistema de Compras. Sistema de Recepción. Compras Justo a Tiempo. Inventarios: métodos de valoración. Modelos.</p>	
<p><b>Eje Organizador N° 2: Adm. de la Comercialización en la gestión de las Empresas</b></p>	<p><b>Contenidos</b></p>	<p><b>Conceptos Básicos</b></p>
<p><b>Unidad 5:</b> Función y Administración de Comercialización y Ventas</p> <p><b>Unidad 6:</b> Gestión Comercial</p> <p><b>Unidad 7:</b> Comercio Internacional</p>	<p>-Comercialización y ventas: Conceptos fundamentales. Funciones. Objetivos. Acciones para el desarrollo de una gestión comercial efectiva.</p> <p>-Mercado: mercado objetivo, segmentación, metas. Posicionamiento. Estrategias Genéricas: Modelo de Michael Porter.</p> <p>- Administración de Ventas: Función de Venta y procesamiento. Organización del área de Ventas. Estrategias de ventas. Planeación.</p> <p>Gestión Comercial o Mercadotecnia: Modelo de Levitt ("4 P"). <b>Producto</b> (desarrollado en la unidad 2). Investigación de Mercado. Matriz de Igor Ansoff.. Fijación de <b>Precios</b>. Estrategias de Precios. <b>Plaza o Punto de Venta</b> (distribución): Variables que lo condicionan. Comunicación. <b>Promoción</b> y Publicidad: instrumentos, metodología. Distribución y entrega: objetivos, funciones, canales de distribución. El consumidor, su perfil, marketing relacional (de las "4 P" a las "4 C")</p> <p>-Exportaciones: Concepto. Desarrollo. Incentivos.</p> <p>-Importaciones: Concepto. Permisos de importación. Derechos de importación.</p> <p>Transporte y Comunicaciones: Sistemas de transportes. Ventajas y desventajas. Seguros.</p> <p>La Internet en la comercialización.</p>	<p>*Comerc. y Venta.</p> <p>*Administración de Ventas: Función.</p> <p>*Marketing.</p> <p>*Estrategias genéricas (Porter y Ansoff).</p> <p>*Exportación e Importación.</p> <p>*Internet y la comercialización</p>
<p><b>Eje Organizador N° 3: Administración</b></p>	<p><b>Contenidos</b></p>	<p><b>Conceptos Básicos</b></p>
<p>Administración de las Organizaciones: Su Proceso. Cultura, cambio y desarrollo organizacional. Responsabilidad Social. El Planeamiento Estratégico.</p>	<p>-Procesos Administrativos: Planeación, Organización, Dirección y Control.</p> <p>-Dinámica Organizacional: Planeamiento Estratégico Organizacional. Concepto. Tipos. Etapas.</p> <p>-Cultura, Cambio y Desarrollo Organizacional. Los valores organizacionales e individuales. Resistencia al cambio. Conceptos, relaciones e influencia. Relación y aportes de la cultura organizacional con el planeamiento estratégico.</p> <p>-Responsabilidad Social Empresaria: Concepto. Ética y responsabilidad social.</p> <p>Ámbitos de aplicación (económico, social y natural). La responsabilidad social en Argentina.</p>	<p>*Proceso Administrativo: Planeamiento, Organización, Dirección y Control.</p> <p>*Planeamiento organizacional.</p> <p>*Cultura, Cambio y Desarrollo Organizacional.</p> <p>*Valores Organiz.</p>



**Instituto Nuestra Señora del Sagrado Corazón**  
**Av. Revolución de Mayo 1476 B° Crisol(s) Tel. 4575279**  
- Nivel Medio -

**Criterios de evaluación:**

Se observará y apreciará en el estudiante

- Adquiere, diferencia, relaciona y aplica los conceptos básicos del espacio curricular.
- Adquiere y transfiere conocimientos, a la resolución de trabajos y actividades.
- Cumple en tiempo y forma actividades y tareas.
- Presente de modo correcto los trabajos solicitados, tanto en forma como en contenidos.
- Atiende y participa en clase, en trabajos individuales, grupales y en las puestas en común, con interés.
- Demuestra, de modo oral o escrito, el dominio de su aprendizaje.
- Demuestra autonomía de trabajo, esfuerzo y cooperación.
- Sabe argumentar y sostener una posición personal sobre los contenidos aprendidos.

**Requisitos para presentarse a instancia de coloquio y exámenes regulares, previos y libres**

**D.N.I. Y PERMISO DE EXAMEN.**

**CARPETA COMPLETA DE LA MATERIA**

**PROGRAMA**

**CORRECTA PRESENTACIÓN (DE UNIFORME y PERSONAL SEGÚN A.E.C.)**

**Fuentes de información para el estudiante / material didáctico:**

Copias facilitadas por el docente (contenidos teóricos y prácticos).

**Bibliografía básica**

- Alicia Cortagerena, Claudio Freijedo: "Tecnologías de Gestión". Pearson. Prentice Hall –

**Bibliografía adicional**

- Apolinar E. García: "Tecnologías de Gestión, Administración de la Producción". Sainte Claire Editora
- Apolinar E. García: "Tecnologías de Gestión, Administración Comercial y de Ventas". Sainte Claire Editora –
- Ricardo F. Solana: "Producción. Su organización y administración en el umbral del tercer milenio". Ediciones Interoceánicas – 1994.
- Kotler, Philip: "Dirección de Mercadotecnia- Análisis, planeación, implementación y control" Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Héctor F. Álvarez. "Administración". Ediciones Eudecor
- Idalberto Chiavenato. "Introducción a la teoría gral. De la Administración". Editora McGraw Hill.