

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO DIGES LICEO AGRÍCOLA Y ENOLÓGICO "DOMINGO F. SARMIENTO"	PROGRAMA ANUAL	2019
---	-----------------------	------

Espacio Curricular: Logística y Comercialización	
Área: Científico Tecnológica	Modalidad: Técnica
Formato: Asignatura	Año de cursado: 6to
Curso/s: 6to A, 6to B y 6to C	Ciclo: 2019
Hs semanales: 3hs (2 presenciales y 1 Virtual)	Profesoras a cargo: Vilma Edith Nicastro
<p>Capacidades a trabajar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳ Emplear conocimientos de Logística en la realización de procesos productivos de alimentos y en la comercialización de los mismos. ↳ Distinguir las gestiones logísticas aplicadas en los distintos ámbitos de una empresa ↳ Hacer esquemas, resúmenes, gráficos e interpretarlos relacionados a gestión de compras, almacenes, stocks. ↳ Conocer la importancia del marketing estratégico y operativo para un adecuado posicionamiento del producto en el mercado. ↳ Valorar la importancia de la participación de pasantías, y su importancia en la transición desde la escuela al ámbito laboral o de estudios superiores. 	
Eje 1	<p><u>INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA. GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO Y ALMACÉN</u></p> <p>Conceptualización de Logística. Descripción e interpretación del proceso logístico: flujo de materiales e información. Comprensión de la importancia estratégica de la función logística en la satisfacción del cliente.</p> <p>Diferenciación entre Gestión de compras (abastecimiento), gestión de almacén y gestión de stocks (gestión de productos). Identificación de las etapas en una correcta gestión de compras. Reconocimiento de la importancia del correcto diseño y organización del almacén. Desarrollo de criterios para seleccionar sistemas de almacenamiento. Uso de software para gestión de abastecimiento y almacén. (Microsoft Project)</p>
Eje 2	<p><u>GESTIÓN DE PRODUCTOS Y TRANSPORTE</u></p> <p>Descripción de los Modelos de gestión de stocks: sistemas de revisión continua, de revisión periódica, just in time. Clasificación de stocks. Estudio y análisis de los costos de stocks. Identificación de medios de transporte. Desarrollo de criterios para la elección de distintos medios de transporte. Análisis de costos de transporte. Interpretación de las funciones y objetivos del embalaje. Reconocimiento de tipos de embalaje.</p>
Eje 3	<p><u>MARKETING ESTRATÉGICO</u></p> <p>Definición de comercialización (marketing). Comprensión y diferenciación del marketing estratégico y del marketing operativo.</p> <p>Caracterización del consumidor final y análisis de sus hábitos de consumo. Adquisición y manejo de los conceptos de mercado, segmentación, diferenciación y posicionamiento.</p>
Eje 4	<p><u>MARKETING OPERATIVO</u></p> <p>Comprensión y descripción de las variables del marketing operativo. Identificación de las dimensiones del producto como variable de marketing. Comprensión de la importancia de la marca, la etiqueta y el envase para la comercialización. Reconocimiento de las políticas de fijación de precios.</p> <p>Identificación de canales de distribución y sistemas de cobertura de mercado. Reconocimiento y valoración de las funciones de la promoción. Identificación de las distintas herramientas de promoción: publicidad, propaganda, promoción de ventas. Etc.</p>
Bibliografía del Alumno	Material teórico y práctico elaborado por el docente para utilización de los alumnos.
Bibliografía del docente	-GESTION LOGISTICA Y COMERCIAL. María José Escudero Serrano, Parainfor 2013 -ESTRATEGIA COMPETIVA. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia, Michael E. Porter. Editorial REI cecsa. Año 2004

	<ul style="list-style-type: none">-REINGENIERIA DE PROCESOS. Michael Hammer. Editorial Norma, 1980-¿QUE ES ESO DEL 3MARKETING? Guía Práctica de Marketing para pyme.s Jonatan Marcos Loidi,, Errepar, 2012-BASIC MARKETING. Jerome Mc Carthy. Editorial Homewood,1960- MARKETING 4.0 Philip kotler , 2017 Wiley & Sons Inc, 2017-Material extraído de sitios web que respondan a instituciones o autores reconocidos con información actual.
--	--