

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO DIGES LICEO AGRÍCOLA Y ENOLÓGICO "DOMINGO F. SARMIENTO"	PROGRAMA ANUAL	2018
---	----------------	------

Espacio Curricular: LOGISTICA Y COMERCIALIZACION	
Área/Campo: Científico Tecnológica	Modalidad: <i>Técnica</i>
Formato: Pasantías, Asignatura	Año de cursado: 6to
Hs semanales: 3 hs cátedras (2 hs frente a alumnos, 1 h virtual)	Profesor responsable: Vilma E. Nicastro
<p>Capacidades a trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Emplear conocimientos de Logística en la realización de procesos productivos de alimentos.</li> <li>↳ Diferenciar las gestiones utilizadas en logísticas para los distintos ámbitos de una empresa</li> <li>↳ Hacer esquemas, resúmenes, gráficos e interpretarlos relacionados a gestión de compras, almacenes, stocks.</li> <li>↳ Conocer la importancia del marketing estratégico y operativo para un adecuado posicionamiento del producto en el mercado.</li> <li>↳ Promover el cuidado del medio ambiente, uso y preservación de recursos naturales en la producción de alimentos.</li> <li>↳ Valorar la importancia de la participación de pasantías, y su importancia en la transición desde la escuela al ámbito laboral o de estudios superiores.</li> </ul>	
Eje 1	<p><b>INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA.</b> <b>GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO Y ALMACÉN</b></p>
	<p>Conceptualización de <b>Logística</b>. Descripción e interpretación del <b>proceso logístico: flujo de materiales e información</b>. Comprensión de la <b>importancia estratégica de la función logística</b> en la satisfacción del cliente.</p> <p>Diferenciación entre <b>Gestión de compras (abastecimiento), gestión de almacén y gestión de stocks (gestión de productos)</b>. Identificación de las <b>etapas en una correcta gestión de compras</b>. Reconocimiento de la importancia del <b>correcto diseño y organización del almacén</b>. Desarrollo de criterios para seleccionar <b>sistemas de almacenamiento</b>. Uso de <b>software para gestión</b> de abastecimiento y almacén. (Microsoft Project)</p>
Eje 2	<p><b>GESTIÓN DE PRODUCTOS Y TRANSPORTE</b></p>
	<p>Descripción de los <b>Modelos de gestión de stocks: sistemas de revisión continua, de revisión periódica, just in time</b>. Clasificación de <b>stocks</b>. Estudio y análisis de los <b>costos de stocks</b>.</p> <p>Identificación de <b>medios de transporte</b>. Desarrollo de criterios para la <b>elección de distintos medios de transporte</b>. Análisis de <b>costos de transporte</b>. Interpretación de las <b>funciones y objetivos del embalaje</b>. Reconocimiento de <b>tipos de embalaje</b>.</p>
Eje 3	<p><b>MARKETING ESTRATÉGICO</b></p>
	<p>Definición de <b>comercialización (marketing)</b>. Comprensión y diferenciación del <b>marketing estratégico y del marketing operativo</b>. Caracterización del <b>consumidor final</b> y análisis de <b>sus hábitos de consumo</b>. Adquisición y manejo de los conceptos de <b>mercado, segmentación, diferenciación y posicionamiento</b>.</p>

Eje 4	<p><b>MARKETING OPERATIVO</b></p> <p>Comprensión y descripción de las <b>variables del marketing operativo</b>. Identificación de las <b>dimensiones del producto como variable de marketing</b>. Comprensión de la importancia de la <b>marca, la etiqueta y el envase</b> para la comercialización. Reconocimiento de las <b>políticas de fijación de precios</b>.</p> <p>Identificación de <b>canales de distribución y sistemas de cobertura de mercado</b>. Reconocimiento y valoración de <b>las funciones de la promoción</b>. Identificación de <b>las distintas herramientas de promoción: publicidad, propaganda, promoción de ventas, merchandizing, relaciones públicas y patrocinio, marketing directo y venta personal</b>.</p>
<p><b>Contenidos Actitudinales a trabajar durante el año</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Respeto de los valores, las creencias, culturas e historias de otros para crear un ambiente en el que todos sean incluidos y puedan crecer.</li> <li>→ Ejercicio del criterio propio y del espíritu crítico.</li> <li>→ Responsabilidad por las acciones realizadas.</li> <li>→ Desarrollo de habilidades para la expresión de sentimientos, en los que se privilegie la palabra y se desnaturalice la violencia.</li> </ul>
<p><b>Bibliografía del Alumno</b></p>	<p>Material confeccionado por el docente, en base a material bibliográfico de los siguientes autores: Michael Porter, Michael Hammer, Mc Carthy, Kotler, y Lombio.</p>