

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"> ↳ Emplear conocimientos de Logística en la realización de procesos productivos de alimentos. ↳ Diferenciar las gestiones utilizadas en logísticas para 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. ↳ Promover el cuidado del medio ambiente, uso y preservación de recursos naturales en la producción de alimentos. ↳ 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>INTRODUCCIÓN A LA LOGÍSTICA. GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO Y ALMACÉN</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>GESTIÓN DE PRODUCTOS Y TRANSPORTE</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.</p> <p>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>MARKETING ESTRATÉGICO</p>
	<p>Definición de comercialización (marketing). Comprensión y diferenciación del marketing estratégico y del marketing operativo. 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>MARKETING OPERATIVO</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, merchandizing, relaciones públicas y patrocinio, marketing directo y venta personal.</p>
<p>Contenidos Actitudinales a trabajar durante el año</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Respeto de los valores, las creencias, culturas e historias de otros para crear un ambiente en el que todos sean incluidos y puedan crecer. → Ejercicio del criterio propio y del espíritu crítico. → Responsabilidad por las acciones realizadas. → Desarrollo de habilidades para la expresión de sentimientos, en los que se privilegie la palabra y se desnaturalice la violencia.
<p>Bibliografía del Alumno</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>