

A. DENOMINACIÓN

“ANÁLISIS DE PRODUCTOS COMERCIALES”

B. DESTINATARIOS

El curso se dirige fundamentalmente a:

Profesionales de la venta independiente y relación de dependencia.

Técnicos superiores en comercialización, marketing, supervisores de ventas.

Vendedores, reposidores, promotores de venta y asesores en productos comerciales.

C. OBJETIVOS

Al finalizar el curso, se espera que los asistentes se encuentren en condiciones de:

Conocer la complejidad del concepto de “producto” y su clasificación.

Diferencie los diversos estadios del producto.

Analice la gama de decisiones que toman los mercadólogos.

Reconozcan la importancia de la calidad, características y diseños de los productos.

Elaboren estrategias sobre la creación de la línea de productos.

D. CONTENIDOS

1. La Dirección Comercial.

1.1. Función comercial de la empresa.

1.2. El sistema Comercial. Elementos, variables, relaciones.

1.3. Instrumentos de marketing.

2. Producto

2.1. Cartera de productos.

2.2. Diferenciación del producto.

2.3. Marcas, modelos, envases.

2.4. Desarrollo de servicios.

2.5. Ciclo de vida. Eliminación de los productos actuales.

2.6. Modificación y eliminación de los productos actuales.

2.7. Planificación de los nuevos productos.

3. Orientación al mercado.

3.1. Información.

3.2. Decisiones estratégicas y tácticas.

3.3. Divisiones y departamentos funcionales.

4. La Dirección comercial y los estados de demanda.

4.1. Dirección de marketing.

4.2. Situaciones especiales.

4.3. Instituciones de diferentes naturalezas.

5. Características de los problemas comerciales

5.1. Complejidad, dificultad, variables.

5.2. Respuesta de la demanda.

5.3. Interacción de variables.

5.4. Inestabilidad. Efectos. Relaciones de las variables.

5.5. Competidores. Efectos. Respuestas tardías y anticipadas.

5.6. Múltiples territorios. Múltiples productos.

5.7. Interrelación de la función comercial con el resto de las funciones.

Empresariales. Objetivos múltiples. Partes Interesadas.

5.8. Incertidumbre. Resolución de problemas comerciales.

E. TÉCNICA DE TRABAJO. BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA Y DE CONSULTA

Exposiciones orales del profesor.

Proyección de videos de capacitación empresarial.

Proyección de filminas

Aula taller para resolución de ejercicios en clase.

Bibliografía Obligatoria

- Kotler, Phillip; "*Fundamentos de Mercadotecnia*"; Printece Hall. 4ª Edición. 1998.
- Lambin, Jean Jaquete; "*Marketing Estratégico*". Editorial: Mc Graw Hill. 3ra edición. 1995.
- Monchon, Francisco; Becker, Víctor. A; "*Economía, Principios y Aplicaciones.*", Editorial Mc Graw Hill. Madrid 1998.
- Porter, Michael; "*Ventajas Competitivas*"; Editorial Grupo. P. Cultural. 1º Edición. México. 2000.
- Santesmases Mestre, Miguel; Sánchez de Dusso, Francisca; Kosiak de Gesualdo, Graciela; "*Marketing, conceptos y estrategias*". Editorial Pirámide, Madrid, España, 2000.

Bibliografía de Consulta

- Bouzas, Roberto y otros. "Realidades Nacionales Comparadas."; Grupo Editor Altamira. Colección temas del Sur. CABA 2002.
- Kotler, Phillip; "80 Conceptos esenciales del Marketing de la A a la Z"; Pearson Educación. 1ª Edición. a2003.
- Kotler, Phillip; "Dirección de Marketing" Pearson Educación. 1ª Edición 2001.
- Kotler, Phillip.; "Fundamentos de la Mercadotecnia."; Editorial Hispanoamérica. 3ª Edición. 1989.
- Porter, Michael; "Ser Competitivo, nuevas aportaciones y conclusiones"; Editorial: Deusto. 1ª Edición. 1999.

F. EVALUACIÓN

Presencial, con análisis de casos prácticos.

Individual

Escrita

G. INICIO. DÍAS Y HORARIOS

Comienza el martes 29 de mayo (29/05/2012) y finaliza el martes 10 de julio (10/06/2012)

Cursada:

Martes y jueves de 19:00 a 21:45 hs. Mayo, Junio y Julio.

H. DURACIÓN

Treinta y nueve (39) horas reloj

Horas presenciales destinadas a la impartición de clases: Veinticinco (25)

Horas de aula-taller, trabajo práctico, presenciales: Once (11)

Horas destinadas a evaluación: Tres (3)

I. LUGAR DE REALIZACIÓN

En la sede del Instituto Superior de Viajantes "ISV" (A-1127) (D129).

Sito en la calle Combate de los Pozos Nº 146, de la Ciudad Autónoma de Bs. As.

J. DOCENTE A CARGO DE LA ACTIVIDAD

Lic. Frechou, Liliana.

Ps. Heredia, Hilda.

Otro a designar.

K. COORDINADORA DOCENTE

Lic. Graciela Bonini - Lic. en Administración de Empresas.