

**CARRERAS DE DOS AÑOS**

**TECNICATURA EN COMERCIALIZACIÓN**

**PLAN DE ESTUDIOS Y  
CONTENIDOS MÍNIMOS**

UNIVERSIDAD DE  
**Belgrano**  
BUENOS AIRES - ARGENTINA

# Índice

## TECNICATURA EN COMERCIALIZACION

**Plan de estudios 1995** . . . . . Pág. 3

### Contenidos mínimos de las asignaturas

**1er. Año** . . . . . Pág. 4

- PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION I
- COMERCIALIZACION
- ESTADISTICA
- TECNICAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION
- INVESTIGACION DE MERCADO
- ANALISIS DEL CONSUMIDOR
- PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION II
- MARKETING INTERNACIONAL

**2do. Año** . . . . . Pág. 5

- LOGISTICA COMERCIAL
- POLITICA DE PRECIOS
- COMERCIALIZACION ESTRATEGICA
- ELEMENTOS DE DERECHO COMERCIAL
- DESARROLLO DE PRODUCTOS
- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO
- TECNICA DE NEGOCIACION
- MARKETING DE SERVICIOS

Facultad de Ciencias Económicas

TECNICATURA EN COMERCIALIZACION

Plan de Estudios 1995

1er. año

Código	Materia	Horas semanales
01	PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION I	4
02	COMERCIALIZACION	4
03	ESTADISTICA	4
04	TECNICAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION	4
05	INVESTIGACION DE MERCADO	4
06	ANALISIS DEL CONSUMIDOR	4
07	PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION II	4
08	MARKETING INTERNACIONAL	4

2do. año

Código	Materia	Horas semanales
09	LOGISTICA COMERCIAL	4
10	POLITICA DE PRECIOS	4
11	COMERCIALIZACION ESTRATEGICA	4
12	ELEMENTOS DE DERECHO COMERCIAL	4
13	DESARROLLO DE PRODUCTOS	4
14	PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	4
15	TECNICA DE NEGOCIACION	4
16	MARKETING DE SERVICIOS	4

1er. año

**01. PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION I**

Fundamentos. Evolución de las ideas en Administración. Las organizaciones. El comportamiento organizativo. El proceso de formación de objetivos. Procesos de decisión, planeamiento, influencia, ejecución, información y control.

**02. COMERCIALIZACION**

La función comercial en la empresa. Variables relevantes. Comportamiento de la demanda. Investigación de mercado. Competencia. Planeamiento comercial. Desarrollo de productos. Decisiones de precios. Organización de ventas. Publicidad y promoción. Logística comercial; canales de distribución. Estrategia competitiva.

**03. ESTADISTICA**

Estadística descriptiva. Probabilidades. Variables aleatorias. Principales distribuciones. Inferencia estadística. Pruebas de hipótesis.

**04. TECNICAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCION**

Naturaleza y función de la comunicación en Comercialización: medios; proceso; estrategias; costos; nuevas tecnologías.

Publicidad: papel; objetivos; características; planificación; táctica de medios; diseño de campañas. Investigación publicitaria. La agencia de publicidad. Promoción de ventas.

**05. INVESTIGACION DE MERCADO**

El sistema de investigación de mercados. Propuesta de estudio. Proyecto de investigación. Tipos de investigación. Etapas preliminares. Fuentes de datos. Información secundaria. Muestreo. Medición y causalidad: proceso de medición; medición de actitudes; diseño causales. Obtención de información de los encuestados. Procesamiento de los datos. Análisis univariado, divariado y multivariado de información. Informes. Medición y pronóstico de la demanda. Investigación de productos y prueba de mercados.

**06. ANALISIS DEL CONSUMIDOR**

Análisis del mercado y de los consumidores. Previsión de la Demanda. Modelos. Comportamiento del consumidor. Enfoques clásicos y perspectivas actuales . Modelos de comportamiento del consumidor. Segmentación del mercado. Criterios.

**07. PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION II**

Estructura organizativa. La función comercial. Organización de ventas. Las funciones producción, finanzas y personal. Cambio y desarrollo organizacional.

**08. MARKETING INTERNACIONAL**

Adecuación empresaria a las oportunidades y restricciones de la comercialización internacional. Desarrollo de productos y mercados. El consumidor internacional. Canales de distribución. Costos y precios en el comercio internacional. Promoción internacional. Entidades financieras nacionales y extranjeras para el comercio internacional. Comercialización de servicios; su importancia y evolución. Papel del comercio internacional en el desarrollo económico. Inserción de la República Argentina en el mundo. Evolución histórica del balance comercial. Sustitución de importaciones; apertura exportadora. Integración internacional. Desarrollo de inversiones para exportar. Ventajas comparativas.

## 2do. año

### **09. LOGISTICA COMERCIAL**

Ubicación de la logística en el marco de la estrategia de comercialización. Elementos del sistema logístico. Variables relevantes. Integración Comercialización - Producción. Planeamiento comercial. Administración de la fuerza de ventas; zonificación y ruteo. Canales de distribución; nuevas modalidades. Gestión de inventarios. Localización de existencias; depósitos e instalaciones físicas y de manejo de materiales. Transporte. Sistema de información. Diseño de materiales. Diseño de sistemas logísticos; balanceo de capacidades; dinámica del flujo; aplicación de simulación y teoría de las colas; confiabilidad. Logística comercial internacional.

### **10. POLITICA DE PRECIOS**

Teoría económica del precio y el consumo. Teoría de la percepción. Precio y percepciones de valor. Análisis de valor. Costos. Rentabilidad. Estrategias de fijación de precios.

### **11. COMERCIALIZACION ESTRATEGICA**

Conceptos claves inherentes a demanda, mercado. Negocio y estrategia de comercialización. Modelos de decisión del consumidor. Enfoque macroeconómico: funciones de la demanda, elasticidad, análisis de utilidad, mapas de indiferencia, precios, equilibrio del consumidor, efectos de ingreso y sustitución, preferencia revelada. Enfoques conductista, de psicología social, psicográfico, sociológico, psicoanalítico y estructural. El universo simbólico. La naturaleza psicológica. El fenómeno del consumo. Replanteo de la teoría de la demanda; interfase entre Microeconomía y Comercialización.

### **12. ELEMENTOS DEL DERECHO COMERCIAL**

Teoría general de los actos de comercio. Obligaciones. Contratos: concepto, características, distintos tipos. Títulos y papeles de comercio. El crédito y la transmisión de bienes y derechos. Garantía económica, esencial, natural, adicional y eventual. Letra de cambio, pagaré, cheque y otros documentos comerciales. Sociedad comercial: concepto, documentos comerciales. Sociedad comercial: concepto, distintos tipos de sociedades, análisis de cada uno de ellos.

### **13. DESARROLLO DE PRODUCTOS**

Ciclo de vida del producto. Estrategias. Competencia y ciclo de vida del producto. Nuevos productos. Estrategia de producto. Envases. Marcas. Posicionamiento de productos. Difusión.

### **14. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

Se estudia cómo planificar y decidir políticas y estrategias empresarias que lleven al logro de los objetivos propuestos, para lo cual se analizan técnicamente los distintos pasos que van desde la formulación de metas hasta la ejecución del presupuesto y el plan concreto de acción.

### **15. TECNICAS DE NEGOCIACION**

Resolución de conflictos por métodos cooperativos. Las dimensiones temporales y espaciales de la negociación. Difusión.

### **16. MARKETING DE SERVICIOS**

Se estudia la comercialización de un sector de notable crecimiento: los servicios (financiero, bancario, profesional, consultoría, transporte, turismo, hotelería, etc.)