

	INSTITUTO PARROQUIAL MONTE CRISTO <u>PROGRAMA</u>			Ciclo Lectivo 2021
Espacio curricular	Administración II			
Curso	5°	División	A	Ciclo Orientado
Docente	Ariel Nasif, Celi			

EJES	CONTENIDOS	CONCEPTOS BÁSICOS
EJE N°1: “Relaciones Humanas”	<p>Teoría de Relaciones Humanas: introducción. Elton Mayo. Diferencias con Fayol y Taylor. Psicología del Trabajo.</p> <p>TRH: Orígenes</p> <p>Experimento de Hawthorne: Fases. Conclusiones del Experimento.</p> <p>Organización Informal: concepto de Hombre Social.</p> <p>Implicaciones de las TRH: Influencia</p> <p>.</p>	<p>Psicología del Trabajo</p> <p>Orígenes de la TRH</p> <p>Experimento de Hawthorne</p> <p>Organización Informal</p>
EJE N°2: “Funciones Comercial”	<p>Desarrollo de Producto: Innovación y Creatividad. Ciclo de Vida del Producto.</p> <p>Proceso. Estrategias de Producto. Enfoques y Tipos. Servicio como Prod. Marca: concepto. Objeto. Ley 22364. Nomenclatura Internacional. Principios del Convenio De Paris.</p> <p>Outsourcing: Funciones Core o non Core. Beneficios y Dificultades. Riesgos.</p>	<p>Desarrollo de Productos.</p> <p>Marca</p> <p>Outsourcing.</p>
EJE N°3: “Marketing”	<p>Decisiones de Precio: Fijación. Factores Internos y Externos.</p> <p>Organización de Ventas: Estrategias. Tipos de Clientes y Vendedores.</p> <p>Canales de Distribución: Funciones. Cobertura.</p>	<p>Decisiones de Precio.</p> <p>Organización de Ventas.</p> <p>Canales de Distribución.</p> <p>Marketing</p>

	MKT: investig mercado. Factores Determinantes. Nicho. Segmentación. Posicionamiento. Franquicia. FODA. MKT Mix.	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN		
Coherencia y cohesión en el discurso Uso de vocabulario específico Apropiación de los contenidos		
BIBLOGRAFÍA		
Del docente	Teoría General de la Administración de Idalberto Chiavenatto Tecnologías de Gestión de Abadi y Franteins	
Del alumno	Apuntes y materiales entregados como fotocopias, imágenes por celular	