**INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005**

**PLAN PEDAGOGICO: TECNICATURA EN ADMINISTRACION CON ORIET EN COMERCIALIZACION**

**(DESDE EL 1 DE ABRIL AL 10 DE ABRIL de 2020)**

**ASIGNATURA: FUNDAMENTOS DE MARKETING**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: PEREZ SAEZ, ADRIANA**

**DIAS: 6 y 7 de Abril HORARIO: 20:45 HASTA 22:00**

|  |
| --- |
| **CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR** |
| UNIDAD 1  Identificación de los competidores Concepto Industrial de la Competencia. Concepto mercadológico de la competencia. |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| 1 Realizar una lectura del material proporcionado  2 Indique 3 razones por la cual Ud. cree que es necesario identificar la competencia  3 Realice un cuadro sinóptico principales factores que determinan la estructura de la industria.  4 Marque la diferencias entre el concepto industrial y el concepto mercadológico de la competencia  5 Busque un producto a su elección e identifique cuál es su competencia industrial y su competencia mercadológica justifique su respuesta. |
| **BIBLIOGRAFIA** |
| **Dirección de Mercadotecnia -**  **Philip Kotler 10ª Edición**  **KOTLER, PHILIP y GARY ARMSTRONG - Fundamentos de marketing**  **Octava edición**  **PEARSON EDUCACIÓN,** |

Se adjunta a la presente material de estudio para el estudiante.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**FIRMA DEL DOCENTE**