**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 1Identificación de los competidores Concepto Industrial de la Competencia. Concepto mercadológico de la competencia. |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| 1 Realizar una lectura del material proporcionado2 Indique 3 razones por la cual Ud. cree que es necesario identificar la competencia3 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 competencia5 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**