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

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

**(DESDE EL 13 DE ABRIL AL 24 DE ABRIL de 2020)**

**ASIGNATURA: FUNDAMENTOS DE MARKETING**

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

**DIAS: 13,14, de Abril HORARIO: 20:45 HASTA 22:00**

|  |
| --- |
| **CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR** |
| UNIDAD 2  Análisis de competidores: Estrategias, objetivos, fuerzas, debilidades, patrones de reacción  Ventaja Competitiva. Tipos. Creación. Mantenimiento de la ventaja |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| 1 Realizar una lectura del material proporcionado en la guía anterior en relación con análisis de los competidores.  2 Indique qué característica se deben reunir para estar en un grupo estratégico.  3 Si el análisis se realiza en base a objetivos, cuales serían los 2 objetivos principales de las empresas  3 En base al producto que ha trabajado en Marketing Operativo indique quienes son:   1. los competidores fuertes y débiles que tiene 2. los competidores cercanos y lejanos 3. los buenos y malos competidores   4 En base a la lectura del Apunte proporcionado sobre VENTAJA COMPETITIVA   1. Con sus palabras cómo definiría la Ventaja competitiva y como encontraría esa ventaja 2. En base al producto que ha trabajado en Marketing Operativo determine cual seria la ventaja competitiva que tiene justificando esa elección |
| **BIBLIOGRAFIA** |
| **Marketing**  **KOTLER, PHILIP**  **14 edición** |

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

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

**FIRMA DEL DOCENTE**