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

**PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura en Administración con orientación en Comercialización.**

**(DESDE EL 16 DE MARZO AL 31 DE MARZO de 2020)**

**ASIGNATURA: PRACTICA PROFESIONAL III - 3er año**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: DIAZ VICEDO, Carlos**

**DIA: 26/03/2020 HORARIO: 19:00 HASTA 21:50**

**- La presentación debe realizarse por correo electrónico**

**- El documento de ser en formato Word o PDF y colocar nombre y apellido**

**- Fecha de presentación: hasta el día 10 de abril de 2020**

**- Dirección de correo: diazvicedoisps6005@hotmail.com en asunto debe poner: TP2 PRACTICA III**

|  |
| --- |
| **CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR** |
| Proceso del plan de marketing |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| El alumno deberá investigar y contestar las consignas planteadas. Para ello el alumno podrá utilizar bibliografía específica y/o páginas web.Consignas: 1. Definir que es “planificación Estratégica y planificación Táctica” haciendo una comparación entre estas dos.
2. ¿Qué es el marketing? ¿Cuál en su concepto?¿Cuál es el objeto de estudio que tiene el marketing?
3. En función del concepto de marketing ¿cómo sería un proceso de un plan de marketing? Sugerencia Para este punto deberá recurrir a la bibliografía de la materia marketing operativo.
 |
| **BIBLIOGRAFIA** |
| * Philip Kotler “Dirección de Marketing”
* Sainz de Vicuña Ansis, José María” El plan de marketing en la práctica”
* Ambrosio, Vicente “Plan de marketing paso a paso”.
* Cohen William. “ Plan de Marketing”
* Páginas web como ser Wikipedia por ejemplo
 |
|  |

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

 **FIRMA DEL DOCENTE**