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

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

**(SEPTIEMBRE de 2020)**

**ASIGNATURA: MARKETING OPERATIVO**

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

**DIA: 16 al 30 de Septiembre HORARIO: 19:00 HASTA 20:30**

|  |
| --- |
| **CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR** |
| UNIDAD 3 DECISIONES DE DISTRIBUCIÓNDecisiones estratégicas de distribución Definición y concepto de distribución La distribución comercial: El comercio mayorista: Características y funciones.El comercio minorista: Características y funciones. Clasificación: Según los productos vendidos, según localización, Según la estrategia seguida y ventas sin tiendas. |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| * Después de la lectura busque para cada categoría definida en el material adjunto un ejemplo local o nacional de comercio mayorista y minorista.
* En base al producto presentado al inicio de la materia determine qué tipo de comercio minorista está usted trabajando
 |
| **BIBLIOGRAFIA** |
| **KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY****Marketing**Decimocuarta ediciónPEARSON EDUCACIÓN**KOTLER, PHILIP y GARY ARMSTRONG - Fundamentos de marketing****Octava edición****PEARSON EDUCACIÓN,****SANTESMASES MESTRE**, **MIGUEL** - Marketing conceptos y estrategias (6a. ed.). España: Ediciones Pirámide, 2012.  |

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