

Programa de examen 2025

Espacio Curricular: E.O.I: Administración de la Producción y Comercialización
Marco Jurídico de las Organizaciones.-

Curso: 5º año

Divisiones: “A” y “C”

Año lectivo: 2025

Profesores: Cra. Chianea, Mirta
Cr. Romero, Fernando
Cra. Ahumada, Dora

Objetivos del Espacio Curricular:

- Desarrollar habilidades en el manejo de la información útil y de actualidad para la toma de decisiones en diversos formatos incluidos los de la cultura digital, generando las condiciones para que los estudiantes se vayan constituyendo en lectores autónomos y críticos
- Identificar y comprender los condicionantes del mercado, frente a las actividades económicas a desarrollar.
- Conocer las obligaciones impositivas de las empresas y la importancia de efectivizar su cumplimiento
- Estudiar la importancia que tiene la determinación de los costos, en relación al precio.
- Comprender e identificar las formas jurídicas y las características diferenciales de cada sociedad comercial.
- Ejecutar las etapas de la administración de la producción y la comercialización en espacios societarios que en el marco de una semi-simulación desarrollan procesos creativos e innovadores sustentables.

Unidad N°1: Las sociedades comerciales y sus costos.

Del ente a la empresa. La elección de la actividad económica y los condicionantes del mercado . Análisis de factibilidad de los proyectos de inversión: productos o servicios. Los costos: análisis y comportamiento a nivel unitario, y a nivel total. Decisiones sobre producción. Gestión compras: importancia, etapas. Gestión producción: concepto, su funcionamiento como sistema. Etapas. Calidad.

Ley N° 19.550. Estructura legal de las empresas: Sociedad Anónima- Sociedad de Responsabilidad Limitada-

Tipo societario, formas de constitución, capital, asambleas, administración, fiscalización, responsabilidad societaria y gastos de organización.

Impacto del poder fiscal y sus niveles: nacional, provincial y municipal en el entorno societario y sus tipos de tributos

Vinculación de las empresas con el poder público. Factores influyentes en la elección de una actividad económica.

Incidencia de los costos en el funcionamiento de cada tipo societario ponderando la sustentabilidad.

Unidad N°2: La gestión comercial y su eficiencia dentro del marco normativo .

Acciones para el desarrollo de una gestión comercial efectiva. Investigación del mercado: tipos, diferencias, etapas. Marketing: su importancia en la sociedad actual. Tipos de marketing: estratégico, mix. Vinculación del marketing con la venta. Marca-Marca registrada y Logotipo. División del área comercial de una empresa. La ética publicitaria. Legislación vigente. Ley de Defensa al Consumidor y la publicidad. Ley de lealtad comercial. La dinámica de la comercialización y el cumplimiento de las normas vigentes.

Características del Examen según la condición del estudiante:

- **Regular:** el/la estudiante deberá rendir en coloquio/febrero los contenidos y aprendizaje adeudados en el presente Ciclo Lectivo.
- **Trayectoria Educativa Asistida:** el/la estudiante deberá rendir en coloquio todos los contenidos y aprendizajes del Ciclo Lectivo, siguiendo las orientaciones de su docente.
- **Libre, previo y equivalente:** el/la estudiante deberá rendir todos los contenidos y aprendizajes del Ciclo Lectivo.

Bibliografía: Carpeta/portafolios de clases
Material de apoyo teórico-práctico del espacio curricular (disponible en la plataforma Etna).

Firmas:

Cra. Chianea, Mirta

Cr. Romero, Fernando

Cra. Ahumada, Dora