

INST. " DR. MANUEL LUCERO "
Programa de examen: Cátedra Compartida

EOI-Compartidos - Asignaturas:

Administración de la Producción y comercialización (APyC)

Responsabilidad Social de las Organizaciones (R.S.O.)

Profesores:

Dora Ahumada

Mirta Graciela Chianea

Nancy Lázzuri

Fernando Romero

Curso: 4º Año A y C

Año lectivo: 2.012

EJE ORGANIZADOR Nº 1 ÉTICA DE LAS ORGANIZACIONES

Unidad 1: Producción y Comercialización Responsable

Producir y comercializar: conceptos básicos. Bienes y servicios: clasificación. Componentes de un producto. Diferencias entre producción y comercialización. La comunicación en las organizaciones: reporte de sustentabilidad.

Responsabilidad social de las organizaciones: conceptos básicos. Impacto social, cultural y tecnológico Tercer sector. Proyectos de RSO de las organizaciones en forma directa Fundaciones. Organismos reguladores

Relación entre las empresas productoras de bienes y servicios con los entes del tercer sector y organismos públicos

EJE ORGANIZADOR Nº 2: LAS ORGANIZACIONES Y SUS OBLIGACIONES

UNIDAD Nº 2: Gestión de Producción y Compras sustentable

Planificación de la producción y las compras. Función de compras. Cálculos de costos.

Documentos que intervienen en la función de compras. Función de pagos: formas de financiación de las compras. Cuentas bancarias. Documentos que intervienen en la función de pagos.

Producción y Desarrollo ambiental sustentable. Normas de control de calidad de la producción ISO 9000.

Normas de control de calidad ambiental 14.000. Buenas prácticas en la producción y las compras.

Responsabilidad social primaria y secundaria de las organizaciones.

EJE ORGANIZADOR Nº 3 LAS ORGANIZACIONES Y SUS RESPONSABILIDADES

UNIDAD Nº 3: Gestión de ventas sustentable

Marketing estratégico y operativo. Comunicación. Función de ventas. Cálculo de precios de ventas. Documentos que intervienen en la función de ventas. Función de cobros. Crédito comercial. Documentos que intervienen en la función de cobros. Comunicación.

Ley de Defensa del Consumidor. Organismos de defensa de los derechos del consumidor. Herramientas de medición de satisfacción de clientes

El doble mensaje comunicativo de las organizaciones

Características del examen: Oral (Regular)
Oral y Escrito (Libre)

FIRMAS

Nancy Lázzuri



Dora Ahumada



Fernando Romero



Mirta Graciela Chianea

