

Los Productos Industriales 2º E.S.O.

Alumna/o :

Los Productos Industriales



1.- Tipos de Empresas de Fabricación.

A. Coloca cada uno de los siguientes productos en el tipo de fábrica correspondiente.

Bolígrafos, tornillos específicos para un avión, autopista, calculadores, coches, avión de pasajeros, cestos de mimbre, ordenadores, piezas metálicas para un barco, figuras de cerámica, pantalones vaqueros.

Empresas Artesanales	Empresas de Fabricación Continua	Empresas de Fabricación por Lotes	Empresas dedicadas a Grandes Obras

B. Elige la característica correspondiente en cada caso colocando una x.

Empresas Artesanales		
<input type="checkbox"/>	Mucha Producción	<input type="checkbox"/> Producción Media <input type="checkbox"/> Poca Producción
<input type="checkbox"/>	Gran Calidad	<input type="checkbox"/> Poca Calidad <input type="checkbox"/> Calidad Media
<input type="checkbox"/>	Productos Caros	<input type="checkbox"/> Prod. Precio bajo

Empresas Producción Continua		
<input type="checkbox"/>	Mucha Producción	<input type="checkbox"/> Producción Media <input type="checkbox"/> Poca Producción
<input type="checkbox"/>	Gran Calidad	<input type="checkbox"/> Poca Calidad <input type="checkbox"/> Calidad Media
<input type="checkbox"/>	Prod. Manual	<input type="checkbox"/> Prod. Automatizada <input type="checkbox"/> Maquinaria Sencilla

2.- Organización de la Empresa.

B. Completa las siguientes descripciones acerca de los distintos departamentos en los que se divide una empresa de fabricación.

Departamento de Diseño y Proyectos: Se encarga de la mejora de productos y de

.....

Departamento de : Se encarga de controlar los procesos,,

técnicas, materiales y de producción. Se encarga del control de

Departamento Económico-Administrativo: Se encarga de la, las compras y de

las cuestiones relativas al de la empresa.

Departamento: Realiza los estudios de mercado, la promoción, distribución

y del producto.

Recuerda que no es necesario que existan todos los departamentos en todas las empresas, en las fábricas pequeñas un mismo equipo puede ocuparse de las funciones de dos o más departamentos.

C. Coloca cada una de las siguientes actividades en el departamento correspondiente.

Elegir una máquina para fabricar una pieza.

Comprar materiales.

Elegir los materiales que hay que comprar.

Organizar el transporte de los productos hasta los comercios.

Elaborar los planos de un nuevo producto.

Elaborar las nóminas de los trabajadores.

Encargar la campaña de publicidad de un producto.

Modificar el diseño estético de un producto.

Controlar el tiempo que se tarda en fabricar cada pieza.

Dep. Diseño y Proyectos	Dep. de Producción	Dep. Administrativo-Económico	Dep. Comercial

3.- El Proyecto Técnico.

El proyecto técnico es el documento escrito en el que se reflejan todas las características de un producto y de su fabricación.

D. Completa las siguientes descripciones acerca de los distintos apartados en los que se divide un proyecto técnico.

Memoria Técnica: Describe las generales del producto, su adecuación a las normas oficiales y la información técnica relativa a, cálculos o explicación del

.....: Descripción gráfica del producto indicando su forma,, detalles de piezas etc.

Organización de la Producción: Descripción de las tareas y medios necesarios para fabricar el producto. Planificación de

.....: Relación de todos los gastos necesarios para fabricar el producto (materiales, personal,, energía, etc.)

E. Coloca cada una de las siguientes informaciones en el apartado del proyecto técnico correspondiente.

Dibujo de un detalle de una pieza.

Descripción del funcionamiento de una pieza.

Descripción de la manera de fabricar una pieza.

Precio de los materiales.

Coste del combustible necesario para fabricar un producto.

Medidas del producto.

Explicación de la utilidad principal del producto.

Listado de las máquinas necesarias para fabricar un producto.

Planos	Memoria Técnica	Organización de la Producción	Presupuesto



4.- Estudio de mercado, distribución y promoción de productos.

Cuando una empresa quiere fabricar y comercializar un producto, debe de realizar un estudio de mercado. Esto consiste básicamente en:

Estudiar los gustos de los posibles compradores, mediante encuestas, pruebas, etc.
Estudiar los productos similares que ya existan en el mercado, para intentar mejorarlos.
Estudiar la oferta y la demanda, es decir si ya se comercializan muchos productos similares y si la gente compra muchos de esos productos.

F. Elabora un cuestionario de 5 preguntas que pudiese incluirse en un estudio de mercado sobre automóviles.

Una vez realizado este estudio, las empresas deben de elaborar una estrategia para convencer a este mercado de que compre sus productos. Para llevar a cabo la estrategia determinada, las empresas contarán con una serie de herramientas:

a) La Marca: conjunto de palabras y símbolos que permiten a una empresa identificar sus productos y diferenciarlos de los de sus competidores. Las marcas se componen de un nombre y un logotipo.

G. Explica brevemente en que consisten los siguientes tipos de marcas. Pon un ejemplo de cada tipo.

Marca única:

Marcas diversas:

Segundas Marcas:

Marcas del distribuidor:

Franquicias:

b) La Etiqueta: Debe de presentar toda la información relativa al producto y a la empresa que lo fabrica.

H. Inventa la información que creas oportuna para esta supuesta etiqueta de un envase de magdalenas. Supón que la fábrica que las elaborase se llamase “El Repostero”. Escribe la información en los rectángulos vacíos de la etiqueta.



c) El Envase: Debe de diseñarse para:

Proteger al producto.
Atraer al cliente.
No ser perjudicial al medio ambiente.

d) Publicidad: Mensajes en los medios de comunicación para dar a conocer los productos.

e) Promoción: Acciones para favorecer la compra y la venta de los productos.

I. Indica tres métodos de promoción que conozcas.

f) Servicio Postventa: Servicios ofrecidos por la empresa al comprador después de comprado el producto. Ej. Garantía, servicio técnico etc.

g) Distribución: La empresa debe de asegurarse de que los productos estén en los puntos de venta.