



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**SILABO**

**Asignatura: MARKETING Y NEGOCIACIÓN DE CONFLICTOS Código: 7A0323**

**1. DATOS GENERALES**

- 1.1. DEPARTAMENTO : Gestión Empresarial e Institucional
- 1.2. ESCUELA PROFESIONAL : Administración Privada
- 1.3. ESPECIALIDAD : Marketing
- 1.4. NOMBRE DE LA CARRERA : Licenciado en Administración con mención en Marketing
- 1.5. CICLO DE ESTUDIOS : VII
- 1.6. CRÉDITOS : 3
- 1.7. ÁREA DE LA ASIGNATURA : Administración
- 1.8. CONDICIÓN : Obligatoria
- 1.9. PRE-REQUISITO : Administración de Personal
- 1.10. HORAS DE CLASE SEMANAL : 04 ( Teoría 02) ( Práctica 02)
- 1.11. HORAS DE CLASE TOTAL : 68
- 1.12. PROFESORA RESPONSABLE : Lic. Adm. Felipe Vizcarra Gómez
- 1.13. AÑO LECTIVO ACADÉMICO : 2008 – I

**2. SUMILLA**

La necesidad de negociación. La actitud ante la negociación. Catálogo para la Negociación. Negociar el acuerdo. Beneficios de la negociación en el proceso de intercambio.

**3. OBJETIVOS GENERALES**

El alumno comprenderá el papel que cumple la negociación como herramienta para dirigir/solucionar conflictos dentro de la función de marketing.

**4. APORTE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL**

Esta asignatura brindará el soporte de conocimientos y técnicas para resolver los problemas que se producen en las negociaciones y solucionar las barreras que se presentan en los negocios nacionales e internacionales.

**5. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE**

UNIDAD	DENOMINACIÓN	HORAS
I	Ambiente de Negocios, La necesidad de negociación Clases y Tipos- Plan de Negocios. Plan de Marketing	16
II	La actitud ante la negociación	14
	<b>Examen Parcial</b>	<b>02</b>
III	Catálogo para la Negociación	08
IV	El acuerdo en la negociación	08
V	Beneficios de la negociación en el proceso de intercambio	12
	<b>Examen Final – Sustitutorio</b>	<b>04</b>
	<b>Examen de Aplazados</b>	<b>04</b>
	<b>TOTAL DE HORAS</b>	<b>68</b>

**6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE**

**UNIDAD I : LA NECESIDAD DE NEGOCIACIÓN**

**PRIMERA SEMANA**

**Primera Sesión** : Conceptos, importancia y elementos de negociación

**Objetivo Específico** : Conocer el significado e importancia de los negocios

**Bibliografía** : Como mejorar su capacidad de negociación

Hawver. ESAN

Técnicas de negociación: Anastasio Ovejuna Bernal

**Actividad** : Exposición – Diálogo

**Segunda Sesión** : Las necesidades de la negociación en la globalización

**Objetivo Específico** : Comprender la necesidad del comercio internacional en un mundo globalizado y competitivo.

**Bibliografía** : Programa nacional de comercio internacional:

R. Scout Marshall.

**Actividad** : Exposición – Diálogo

## SEGUNDA SEMANA

**Primera Sesión** : Relación entre las partes negociadoras: Regateo

**Objetivo Específico** : Comprender las interrelaciones que se producen entre las partes negociadoras

**Bibliografía** : Fundamentos de marketing y de servicios: K. Douglas

Hoffman, Jhon EG. Beteson

**Actividad** : Exposición - Diálogo

**Segunda Sesión** : La negociación internacional

**Objetivo Específico** : Conocer los mecanismos para realizar negocios Internacionales

**Bibliografía** : Negociando con extranjeros. R. Scout Marshall

**Actividad** : Clase Expositiva – participativa

## TERCERA SEMANA

**Primera Sesión** : Organización de la Negociación

**Objetivo Específico** : Comprender el contenido y la preparación de la negociación

**Bibliografía** : Anastasio Ovejuna Bernal: Técnicas de Negociación

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

**Segunda Sesión** : Estilos de la Negociación

**Objetivo Específico** : Comprender el contenido y la preparación de la negociación

**Bibliografía** : Anastasio Ovejuna Bernal: Técnicas de Negociación

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

## CUARTA SEMANA

**Primera Sesión** : Factores que influyen en la negociación.

**Objetivo Específico** : Analizar y comprender los factores que inciden en la Negociación.

**Bibliografía** : Anastasio Ovejuna Bernal: Técnicas de Negociación

**Actividad** : Exposición – Diálogo

**Segunda Sesión** : Tácticas y estrategias de negociación.

**Objetivo Específico** : Conocer las estrategias que se crean para realizar negocios

**Bibliografía** : Anastasio Ovejuna Bernal: Técnicas de Negociación

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

## UNIDAD II : LA ACTITUD ANTE LA NEGOCIACIÓN

### QUINTA SEMANA

**Primera Sesión** : Psicología social y negociación

**Objetivo Específico** : Comprender la necesidad de conocer las características y cultura de la sociedad en que se realizan los negocios

**Bibliografía** : Anastasio Ovejuna Bernal: Técnicas de Negociación

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

**Segunda Sesión** : Grupos de actitudes para segmentar mercados

**Objetivo Específico** : Conocer y analizar las actitudes de los grupos para Segmentar mercados

**Bibliografía** : Dirección del marketing: P. Kotler

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

#### **SEXTA SEMANA**

**Primera Sesión** : Actitudes del comportamiento en los negocios

**Objetivo Específico** : Comprender el comportamiento de las personas en las negociaciones

**Bibliografía** : Dirección del marketing: P. Kotler

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

**Segunda Sesión** : La irracionalidad

**Objetivo Específico** : Comprender el comportamiento de las personas en las negociaciones

**Bibliografía** : Dirección del marketing: P. Kotler

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

#### **SÈTIMA SEMANA**

**Primera Sesión** : Conflictos: Definición y Tipología

**Objetivo Específico** : Comprender los conflictos que surgen en las negociaciones

**Bibliografía** : K. Douglas Hoffman y Jhon EG. Beteson

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

**Segunda Sesión** : Conflictos entre fabricantes y la red de canales de negociación

**Objetivo Específico** : Comprender los conflictos que se producen entre los productores y los que realizan la negociación

**Bibliografía** : K. Douglas Hoffner y Jhon EG. Beteson

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

#### **OCTAVA SEMANA**

**Primera Sesión** : Psicología de la personalidad negociadora

**Objetivo Específico** : Conocer el perfil ideal del negociador.

**Bibliografía** : Pucholl. El libro de la negociación

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

**Segunda Sesión**

**EXAMEN PARCIAL**

#### **UNIDAD III : CATÁLOGO PARA LA NEGOCIACIÓN**

#### **NOVENA SEMANA**

**Primera Sesión** : Catálogo: concepto, importancia y objetivos

**Objetivo Específico** : Conocer la importancia del uso del catálogo en los negocios

**Bibliografía** : P. Kotler : Dirección del Marketing

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

**Segunda Sesión** : Tipología de los catálogos

**Objetivo Específico** : Conocer las diferentes formas de presentación de los productos para la negociación

**Bibliografía** : P. Kotler : Dirección del Marketing

**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

#### **DÈCIMA SEMANA**

**Primera Sesión** : Publicaciones de catálogos.

**Objetivo Específico** : Conocer los medios utilizados para publicitar los catálogos

**Bibliografía** : W. Stanton: Fundamentos del Marketing  
**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico  
**Segunda Sesión** : Modelo de catálogos.  
**Objetivo Específico** : Conocer y aplicar los catálogos para los negocios  
**Bibliografía** : K. Douglas Hoffman  
**Actividad** : Grupos de trabajo

## **UNIDAD IV : EL ACUERDO EN LA NEGOCIACIÓN**

### **DÈCIMA PRIMERA SEMANA**

**Primera Sesión** : Negociación en la acción: Dilema Social  
**Objetivo Específico** : Comprender las contradicciones que se producen en la acción de los negocios  
**Bibliografía** : Anastasio Ovejuna Bernal: Técnicas de Negociación  
**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico  
**Segunda Sesión** : Acuerdo general de tarifas y comercio  
**Objetivo Específico** : Conocer los acuerdos que rigen para los negocios entre países  
**Bibliografía** : W. Stanton. Fundamentos de Marketing  
**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

### **DÈCIMA SEGUNDA SEMANA**

**Primera Sesión** : Acuerdo Selectivo.  
**Objetivo Específico** : Conocer y analizar las relaciones que toman las partes en una negociación.  
**Bibliografía** : K. Douglas Hoffman  
**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico  
**Segunda Sesión** : Negociación de Protocolos  
**Objetivo Específico** : Conocer los acuerdos convenidos previamente por las partes  
**Bibliografía** : José Luis Colaiacovo: Técnicas de Negociación  
**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico

## **UNIDAD V : BENEFICIOS DE LA NEGOCIACIÓN EN EL PROCESO DE INTERCAMBIO**

### **DÈCIMA TERCERA SEMANA**

**Primera Sesión** : Los beneficios: Conceptos, clases  
**Objetivo Específico** : Conocer los beneficios que genera una buena negociación.  
**Bibliografía** : P. Kotler. Dirección de marketing  
**Actividad** : Exposición – Diálogo – Caso Práctico  
**Segunda Sesión** : Beneficios financieros de la negociación  
**Objetivo Específico** : Analizar y comprender la rentabilidad de los negocios.  
**Bibliografía** : P. Kotler  
**Actividad** : Grupos de trabajo.

### **DÈCIMA CUARTA SEMANA**

**Primera Sesión** : Beneficios sociales de la negociación  
**Objetivo Específico** : Conocer el impacto social de las negociaciones.  
**Bibliografía** : P. Kotler  
**Actividad** : Grupos de trabajo.  
**Segunda Sesión** : Aplicación de un caso de negociación Internacional  
**Objetivo Específico** : Aplicar los conocimientos de un caso de negociación Internacional.

**Bibliografía** : Administración Internacional ESAN 2004. Negociaciones eficaces, Pinkas Flint  
**Actividad** : Grupos de trabajo

#### **DECIMA QUINTA SEMANA**

**Primera Sesión.** Presentación y exposición por los Alumnos de sus trabajos prácticos.

**Segunda Sesión** Presentación y exposición por los Alumnos de sus trabajos prácticos.

#### **DÉCIMA SEXTA SEMANA**

**Primera Sesión.**

EXAMEN FINAL

**Segunda Sesión**

EXAMEN SUSTITUTORIO

#### **DÉCIMA SETIMA SEMANA**

**Primera Sesión.**

EXAMEN DE APLAZADOS

**Segunda Sesión**

ENTREGA DE NOTAS

### **7. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS**

**7.1 Métodos:** El desarrollo de la asignatura es de carácter formativo y se aplicará la exposición y dialogo participativo, motivando a los estudiantes al intercambio de información y experiencias sobre el tema. Se asignará trabajo de investigación para ser desarrollado en grupo.

**7.2 Técnicas:** Mesa redonda, trabajos en grupo

**7.3 Medios Didácticos:** Uso de multimedia, retroproyector, uso de audiovisuales empresariales.

### **8 EVALUACIÓN**

#### **8.1 Técnicas**

- La evaluación formativa: Tiene propósitos correctivos y de retroalimentación, no está sujeta a calificación, solo es referencial. Entre los instrumentos a utilizarse están: pruebas de exploración, la auto evaluación, las intervenciones.
- La evaluación sumativa: Tiene fines de promoción de los estudiantes y en tal sentido es objeto de calificación en la escala vigesimal.

#### **8.2 Instrumentos**

- Prácticas calificadas, exámenes parciales
- Exposición de los trabajos de investigación
- Controles Lectura
- Registro de asistencia a clases

#### **8.3 Criterios**

- Se tomará en cuenta: El nivel de conocimiento, la iniciativa, la profundidad de la investigación del tema, la puntualidad

#### **8.4 Aspectos**

- Información implementada de las tendencias modernas de la administración en las empresas peruanas.

## 9. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Prompex. La Clave del Comercio. Cómo negociar con éxito en 50 países. Lima 2007.
- Flint Blanck Pinkas. Negociaciones Eficaces. Implemente las mejores estrategias y tácticas. Esan. Lima-Perú 2000.
- Fischman David. El Camino del Líder. Historias Ancestrales y vivencias personales. U P C. LIMA-PERÚ 2000.-
- Scout Marshall. Programa Nacional de Comercio Internacional. 2000. Escuela de Comercio Exterior ECEX . Lima – Perú.
- Hawver. Como mejorar su capacidad de negociación. 2000 ESAN Lima – Perú
- K. Douglas Hoffman y Jhon EG. Beteson.. Fundamentos de Marketing de servicios. 2002. Prentice Hall. Bogotá.
- P.Kotler. Dirección de marketing. 2001. Prentice Hall. México.
- Stanton Michael J. Etzel y Bruces J. Walter. Fundamentos de marketing. 2000 Prentice Hall. México.
- Juan Luís Colaiacovo. Técnicas de negociaciones. 1997. Cabicieri Brasil
- Anastasio Ovejero Bernal. Técnicas de negociación. 2004. Mc. Graw Hill. España
- Luís Puchol. El libro de la negociación. 2005. Dias de Santo. España.
- Pedro Franco Concha. Plan de Negocio. Universidad del Pacífico 2006.