



**SÍLABO**



**ASIGNATURA: MARKETING Y NEGOCIACIÓN DE CONFLICTOS**

**CÓDIGO: 7A0323**

**I. DATOS GENERALES**

1.1	Departamento Académico	:	Gestión Empresarial
1.2	Escuela Profesional	:	Administración Privada
1.3	Carrera Profesional	:	Marketing
1.4	Ciclo de estudios	:	VI
1.5	Créditos	:	3
1.6	Duración	:	17 semanas
1.7	Horas semanales	:	3
	1.7.1 Horas de teoría	:	2
	1.7.2 Horas de práctica	:	2
1.8	Plan de estudios	:	2010
1.9	Inicio de clases	:	26 de Agosto del 2019
1.10	Finalización de clases	:	27 de Diciembre del 2019
1.11	Requisito	:	Marketing de Servicios
1.12	Docentes	:	Dra. Ysabel T. Bedón Soria
1.13	Semestre Académico	:	2019-II

**II. 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.

### **III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA**

Conoce, comprende y aplica el marco conceptual e instrumental que le permitan al estudiante, mejorar sus competencias en la resolución de conflictos, potenciando la estrategia de Negociación en las diversas situaciones que se presentan en el campo profesional del Marketing de los Negocios Nacionales e Internacionales.

### **IV. CAPACIDADES**

#### **C1:**

Reconoce, comprende y explica el significado e importancia de los negocios nacionales e internacionales, así como las interrelaciones y mecanismos que se producen en las negociaciones.

#### **C2:**

Reconoce, comprende, explica y utiliza en la resolución de conflictos, el conocimiento y análisis de las características de la Cultura de las sociedades en que se realizan las negociaciones

#### **C3:**

Reconoce, comprende y aplica, el significado y la importancia del uso de los Catálogos de loa negocios, y las dificultades y contradicciones que se producen entre las partes negociadoras.

#### **C4:**

Reconoce, analiza y comprende los Beneficios, la rentabilidad y el impacto social, que genera una Buena Negociación, aplicando los conocimientos a un Caso de Estudio Internacional.

## V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

<b>UNIDAD I LA NECESIDAD DE NEGOCIACIÓN</b>					
<b>C1: Reconoce, comprende y explica el significado e importancia de los negocios nacionales e internacionales, así como las interrelaciones y mecanismos que se producen en las negociaciones.</b>					
<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS CONCEPTUALES</b>	<b>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</b>	<b>CONTENIDOS ACTITUDINALES</b>	<b>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>Semana N° 1 26-28 Agosto</b>	Conceptos, importancia y elementos de negociación Las necesidades de la negociación en la globalización	Conocer el significado y la importancia de las negociaciones Comprende la necesidad del comercio internacional en un mundo globalizado y competitivo	Valora el significado e importancia de la negociación Aprecia y es consciente de la necesidad de los negocios en un mundo globalizado	Clase positiva dialogada Responder cuestionario de lectura obligatoria	<b>4</b>
<b>Semana N° 2 02-04 Setiembre</b>	Relación entre las partes negociadoras: Regateo Negociación internacional	Comprende las interrelaciones que se producen entre las partes negociadoras	Internaliza la comprensión de las partes que intervienen en la negociación Muestra disposición de aprendizaje y superación	Clase expositiva dialogada Caso estudio	<b>4</b>
<b>Semana N° 3 09-11 Setiembre</b>	Organización de la negociación Estilo de la negociación	Comprende el contenido y la preparación de la negociación	Toma conciencia y aprende sobre los contornos que influyen en la negociación	Clase expositiva dialogada Lectura obligatoria y cuestionario de preguntas	<b>4</b>
<b>Semana N° 4 16-18 Setiembre</b>	Factores que influyen en la negociación Tácticas y estrategias de negociación	Analiza y comprende los factores que inciden en la negociación Conoce las estrategias que se crean para realizar negocios	Valora la importancia de las estrategias para los diferentes casos	Clase expositiva dialogada Estudio de caso	<b>4</b>

### TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° I: ESTILOS DE NEGOCIACIÓN

**UNIDAD II**  
**LA ACTITUD DE LA NEGOCIACIÓN**

**C2: Reconoce, comprende, explica y utiliza en la resolución de conflictos, el conocimiento y análisis de las características de la Cultura de las sociedades en que se realizan las negociaciones**

<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS CONCEPTUALES</b>	<b>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</b>	<b>CONTENIDOS ACTITUDINALES</b>	<b>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>Semana N° 5</b> <b>23-25</b> <b>Setiembre</b>	Psicología social y negociación Grupos de actitudes para segmentar mercados	Comprende la necesidad de conocer las características y cultura de la sociedad en que se realiza los negocios Conoce y analiza las actitudes de los grupos para segmentar mercados	Reconoce y valora la importancia de la psicología social en las negociaciones Valora la importancia de conocer las actitudes de los grupos sociales para segmentar mercados	Clase positiva dialogada Responder cuestionario de lectura obligatoria	<b>4</b>
<b>Semana N° 6</b> <b>30 Set- 02</b> <b>Octubre</b>	Actitudes de comportamiento en los negocios La irracionalidad	Comprende el comportamiento de las personas en las negociaciones	Identifica las actitudes del comportamiento que inciden en los negocios Valora y reconoce la importancia del conocimiento de las conductas de las personas	Clase expositiva dialogada Caso estudio	<b>4</b>
<b>Semana N° 7</b> <b>07-0 9</b> <b>Octubre</b>	Conflictos, definición y tipología Conflictos ente fabricantes y la red de canales de distribución	Comprende los conflictos que surgen en las negociaciones Comprende los conflictos que surgen entre los productores y los que realizan las negociaciones	Es consciente de la importancia de saber el marco conceptual e instrumental de los conflictos en los negocios	Clase expositiva dialogada Lectura obligatoria y cuestionario de preguntas	<b>4</b>
<b>Semana N° 8</b> <b>14-16</b> <b>Octubre</b>	Psicología de la personalidad negociadora	Conoce el perfil ideal del negociador	Trabajo en equipo	Clase expositiva dialogada Estudio de caso Lectura Obligatoria	<b>4</b>
<b>EXAMEN PARCIAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° I y II</b>					

**UNIDAD III**  
**CATÁLOGO PARA LA NEGOCIACIÓN Y EL ACUERDO EN LA NEGOCIACIÓN**

**C3: Reconoce, comprende y aplica, el significado y la importancia del uso de los Catálogos de los negocios, y las dificultades y contradicciones que se producen entre las partes negociadoras.**

<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS CONCEPTUALES</b>	<b>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</b>	<b>CONTENIDOS ACTITUDINALES</b>	<b>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>Semana N° 9</b> <b>21-23</b> <b>Octubre</b>	Catálogo, concepto, importancia y objetivo Tipología de los catálogos semana	Conoce la importancia del uso del catálogo en los negocios Conoce las diferentes formas de presentación de los productos para la negociación	Asume actitud de responsabilidad de estudio y comprensión de lo relacionado a los catálogos en los negocios Asume actitud de responsabilidad de estudio y comprensión de lo relacionado a los catálogos en los negocios  Asume actitudes éticas de comprensión, utilizar e importante de los acuerdos de la negociación	Clase expositiva dialogada Ejercicio de aplicación	<b>4</b>
<b>Semana N° 10</b> <b>28 -30</b> <b>Octubre</b>	Publicaciones de catálogos Modelos de catálogos	Conoce los medios utilizados para publicar un catalogo Conoce y aplica los catálogos para los negocios		Clase expositiva dialogada Ejercicio de aplicación	<b>4</b>
<b>Semana N° 11</b> <b>04-06</b> <b>Noviembre</b>	Negociación en la acción. Dilema Social Acuerdo general de tarifas y comercios	Comprende las contradicciones que se producen en la acción de los negocios Conoce los acuerdos que rigen para los negocios entre países		Clase expositiva dialogada Lectura Obligatoria	<b>4</b>
<b>Semana N° 12</b> <b>11-13</b> <b>Noviembre</b>	Acuerdo selectivo Negociación de protocolos	Conoce y analiza las relaciones que toman las partes Conoce los acuerdos convenidos previamente por las partes		Clase expositiva Lectura Obligatoria Responder Cuestionario	<b>4</b>
<b>TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° III: CATÁLOGO DE NEGOCIACIÓN</b>					

<b>UNIDAD IV</b>					
<b>BENEFICIOS DE LA NEGOCIACIÓN EN EL PROCESO DE INTERCAMBIO</b>					
<b>C4: Reconoce, analiza y comprende los Beneficios, la rentabilidad y el impacto social, que genera una Buena Negociación, aplicando los conocimientos a un Caso de Estudio Internacional.</b>					
<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS CONCEPTUALES</b>	<b>CONTENIDOS PROCEDIMENTALES</b>	<b>CONTENIDOS ACTITUDINALES</b>	<b>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>Semana N° 13</b> <b>18-20</b> <b>Noviembre</b>	Los beneficios concepto, clases Beneficios financieros de la negociación	Conoce los beneficios que generan una buena negociación Analiza y comprende la rentabilidad de los negocios	Asume una actitud comprensiva del valor de los beneficios productivos, financieros, laborales y social de una buena negociación Participación activa en las exposiciones	Clase expositiva dialogada Lectura Obligatoria	<b>4</b>
<b>Semana N° 14</b> <b>25-27</b> <b>Noviembre</b>	Los beneficios concepto, clases Beneficios financieros de la negociación	Conoce los beneficios que generan una buena negociación Analiza y comprende la rentabilidad de los negocios		Clase expositiva dialogada Lectura Obligatoria Resolución de cuestionario	<b>4</b>
<b>Semana N° 15</b> <b>02-04</b> <b>Diciembre</b>	Beneficios sociales de la negociación Aplicación de un caso de negociación internacional	Conoce el impacto social de las negociaciones Aplica los conocimientos en un caso de negociación internacional		Presentación y exposición de trabajos monográficos	<b>4</b>
<b>Semana N° 16</b> <b>09-11</b> <b>Diciembre</b>	Beneficios sociales de la negociación Aplicación de un caso de negociación internacional	Conoce el impacto social de las negociaciones Aplica los conocimientos en un caso de negociación internacional			<b>4</b>
<b>EXAMEN FINAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° III y IV</b>					

**Semana N° 17**  
**16- 18 Dic.**  
**Exámenes sustitutorios y aplazados**

## VI. METODOLOGÍA

- **6.1 Estrategias centradas en el aprendizaje**

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, memorización; elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

- **6.2 Estrategias centradas en la enseñanza**

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

## VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Las nuevas tecnologías de información nos permiten una mejor comunicación entre los seres humanos y un mayor aprendizaje del mundo circundante.

Para ello aplicaremos aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la Word Wide Web. Aplicando el Web 2.0, plataformas virtuales, Google Drive, Google Classroom, Prezi, Cmap Tools y otros.

## VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al **COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS** de esta Superior Casa de Estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor de estudiante”.
- Del mismo modo, en referido documento en su artículo 16°, señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes, se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EXAMEN PARCIAL	30%
02	EF	EXAMEN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\%+EF*30\%+ TA*40\%}{100}$$

**Criterios:**

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF =De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA =Los trabajos académicos serán consignadas conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Superior Casa de Estudios, según el detalle siguiente:
  - a) Prácticas Calificadas.
  - b) Seminarios calificados.
  - c) Exposiciones.
  - d) Trabajos monográficos.
  - e) Investigaciones bibliográficas.
  - f) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.



## IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

### Bibliográficas:

- Anastacio Ovejero Bernal. (2004) *Técnicas de Negociación*. Mc Graw Hill. España
- Colaicovo José L. (1993) *Técnicas de Negociación*. Cabiciere. Brasil.
- Fisher R, Ury W., Patton B. (1993) *Como Negociar sin Ceder*. Norma. México.
- Hawever (2000) *Como Mejorar su Capacidad de Negociación*. Esan. Lima-Perú.
- Hoffman D. y Betenson J. *Fundamentos de Marketing y Servicio*. Prentice Hall. Bogotá.
- Kotler P. (2001) *Dirección del Marketing*. Prentice Hall. México.
- Pucholl L (2005) *La Negociación*. Días De Santos. España.
- Stanton W. (2008) *Fundamentos de Marketing*. Prentice Hall. México.

### Base de Datos

- ProQuest
- Science Direct
- Scopus

Biblioteca virtual Concytec

Lima 26 de Agosto del 2019

---

**JORGE BRAVO TORO**  
**DIRECTOR DE**  
**DEPARTAMENTO ACADÉMICO**  
Código 74114  
Correo **jbravo@unfv.edu.pe**

---

**Dra. Ysabel T. Bedón Soria**  
**DOCENTE**  
Código 86180  
Correo **ybedon@unfv.edu.pe**