

**I. DATOS GENERALES**

1.1. Departamento Académico	Gestión Empresarial
1.2. Escuela Profesional	Administración de Empresas
1.3. Programa de estudios	Marketing
1.4. Plan de estudios	2019
1.5. Ciclo de estudios	V
1.6. Créditos	<b>04</b>
1.7. Requisito	<b>Marketing II</b>
1.8. Modalidad	Presencial
1.9. Semestre académico	<b>2023-I</b>
1.10. Duración	16 Semanas
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas De Teoría: 02 Horas
	1.11.2. Horas De Práctica: 03 Horas
1.12. Horario	14: 40 - 16:20 martes 16: 20 – 18:00 jueves
1.13. Inicio de clases	29 de mayo del 2023
1.14. Terminó de clases	16 de septiembre del 2023
1.15 Docente coordinador	Mg. Jorge Lazo Alva - <a href="mailto:jlazoa@unfv.edu.pe">jlazoa@unfv.edu.pe</a>
1.16 Docente de la asignatura	Mg. Jorge Lazo Alva - <a href="mailto:jlazoa@unfv.edu.pe">jlazoa@unfv.edu.pe</a>





## II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico-práctica y tiene el propósito de desarrollar las técnicas que permitan fijar precios rentables y encuentren un equilibrio entre el deseo de los clientes de obtener un valor y la necesidad de la espera de cubrir costos y obtener beneficios. Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Teoría económica en la formulación del precio, objetivos y estrategias de precios. 2. Análisis de costo. 3. aspectos estratégicos y tácticos de la fijación de precios. 4. Fijación de precios. La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un informe de precios en función del perfil del cliente.

## III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Maneja estrategias y técnicas de estimación de precios, a partir de la estimación de la demanda en función de la percepción del consumidor y considerando las múltiples circunstancias intervinientes.

## IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>UNIDAD I: teoría económica en la formulación del precio. Objetivos y estrategias de precios.</b>					
<b>Logro de aprendizaje: Relaciona los conceptos referidos a estrategias de precio y los relaciona con otras variables del marketing, en función de los objetivos del negocio.</b>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº01 29 de mayo-3 junio	Precio: tipos, composición y alternativas de cambio.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.	Documento en PPT Material audiovisual,	Presencial	Prueba de entrada
Nº02 5 -10 junio	El precio dentro de la oferta de valor.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.	Pizarra, plumones, mota	Presencial	Control de lectura



N°03 12- 17 junio	Precio en el marketing. Formación del valor.	A.- teoría 2h.	Documentos de Google, practicas, rotafolios, Libros e impresos	Presencial	Ejercicios prácticos
		B.- práctica 3h.			
N°04 19-24 junio	La fijación segmentada de precios.	A.- teoría 2h.		Presencial	Ejercicios prácticos
		B.- práctica 3h.			

**UNIDAD 2 : análisis de costos.**

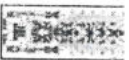
*Logro de aprendizaje:* Aplica procedimientos de gestión de operaciones propios del equipo de venta y procedimientos de fijación de precios, con uso adecuado de las estrategias básica.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°05 26 junio -1julio	El comportamiento del consumidor y el precio. El precio y la demanda y factores que inciden.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.	Documento en PPT Material audiovisual, Pizarra, plumones, mota Documentos de Google, practicas, rotafolios, Libros e impresos	Presencial	Ejercicios prácticos
N°06 3-8 julio	La fijación de precios por la demanda (precios esperados, aceptables, redondeados).	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.		Presencial	Ejercicios prácticos
N°07 10- 15 julio	Los costos. Tipos y sus criterios de reparto.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.		Presencial	Ejercicios prácticos
N°08 17 -22 julio	La fijación de precios rentable. Venta competitiva en costos y producto. EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N°1 -2)	A.- teoría 2h.			Práctica Calificada 01



**UNIDAD 3: aspectos estratégicos y tácticos de la fijación de precios.**  
*Logro de aprendizaje: Realiza el análisis de costos y fijación de precios por segmentos del mercado, considerando el valor percibido propio y de la competencia.*

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº09 24 -29 julio	La competencia, clasificación y las presiones del mercado. Precios en épocas de crisis. Fuentes de financiamiento, estructura de capital de trabajo y gestión del efectivo para el emprendimiento.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.	Documento en ppt Material audiovisual, Pizarra, plumones, mola Documentos de Google, prácticas, rotafolios, Libros e impresos	Presencial	Ejercicios prácticos
Nº10 31 julio – 5 de agosto	Precio y competencia Fijación de precios frente a la competencia. Métodos y estrategias de fijación de precios, el precio por el método del valor percibido.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.		Presencial	Ejercicios prácticos
Nº11 07 – 12 agosto	Experiencias empresariales y de negocios	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.		Presencial	Ejercicios prácticos
Nº12 14 – 19 agosto	Métodos y estrategias de fijación de precios por el ciclo de vida del producto. Análisis de sensibilidad del precio.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.		Presencial	Ejercicios prácticos



**UNIDAD 4: TÁCTICAS EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS NACIONALES E INTERNACIONALES.**

*Logro de aprendizaje Aplica criterios y procedimientos en la fijación de precios nacionales e internacionales, empleando los métodos y estrategias más adecuadas.*

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº13 21 – 26 agosto	Métodos y estrategias de fijación de precios. La curva de experiencia y las estrategias de precio del líder, retador y seguidor. La decisión de precios, la negociación con los clientes. Cómo influir y vender valor.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.	Documento en PPT Material audiovisual, Pizarra, plumones, mota	Presencial	Ejercicios prácticos
Nº14 28 agosto 2 septiembre	El punto de equilibrio o punto muerto en la fijación de precios internacionales.	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.	Documentos de Google, practicas, rotafolios, Libros e impresos	Presencial	Ejercicios prácticos
Nº15 4 – 9 septiembre	Diferenciación y discriminación de precios, el precio conjunto y los precios minoristas	A.- teoría 2h. B.- práctica 3h.		Presencial	Ejercicios prácticos
Nº16 11 – 16 septiembre	Revisión y reforzamiento de temas críticos de la asignatura.  EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD N°3 -4 )	B.- práctica 3h.			Práctica Calificada 02



## **V. METODOLOGÍA**

### **5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje**

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, 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.

### **5.2 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.

### **5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios**

Desarrollo Empresarial  
Gestión Empresarial e Inclusión Social  
Internacionalización de MYPES Y PYMES  
Herramientas Informáticas para una gestión eficiente y transparente

### **5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio-AeS(RSU)**

Análisis estadístico: Proyecto de voluntariado articulado de RSU dirigido a estrechar lazos universidad – comunidad en necesidades reales de su entorno con el objetivo de mejorarlo y causar un efecto positivo en el medio ambiente y la sociedad basado en la ética y eficacia en el marco de las 10 Rs del reciclaje.

## **VIII. EVALUACIÓN**

- De acuerdo con el Reglamento Académico de esta Casa Superior de estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Las evaluaciones 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 del estudiante”.
- Del mismo modo, el referido documento en su artículo 16°, señala: “Las evaluaciones son calificadas 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:

Nº	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

**La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:**

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30\% + TA * 40\%$$

## VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

### 7.1 Básica

- Eslava, J. (2015). Pricing: Nuevas estrategias de precios. (4ª Ed.). Madrid: Esic Editorial
- Nagle, T y Holden, R. (2008). Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. (3º. Ed.). México: Editorial Prentice Hall.
- Retrepo N. (2007). Estrategia de precios: un enfoque de mercadeo para los negocios. (21º. Ed.). Colombia: Fondo editorial EAFIT.

### *Plan de desarrollo de la Sociedad de la información en el Perú*



Dr. Carlos Tello Malpartida  
Director del Departamento Académico  
Código: 86304  
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe

Lima, 14, agosto del 2023

Mg. Jorge Lazo Alva  
Docente  
Código: 002382  
Correo electrónico: jlazoa@unfv.edu.pe