



SÍLABO

ASIGNATURA: GESTION DE PRODUCTOS Y MARCAS

CÓDIGO: 101266

I. DATOS GENERALES

| | |
|-------------------------------|--|
| 1.1. Departamento Académico | Gestión Empresarial |
| 1.2. Escuela Profesional | Administración Privada |
| 1.3. Programa de estudios | Marketing |
| 1.4. Plan de estudios | 2019 |
| 1.5. Ciclo de estudios | V |
| 1.6. Créditos | 04 |
| 1.7. Requisito | Derecho Empresarial |
| 1.8. Modalidad | Presencial |
| 1.9. Semestre académico | 2023-1 |
| 1.10. Duración | 16 Semanas |
| 1.11. Horas semanales | 1.11.1. Horas de Teoría: 03 Horas |
| | 1.11.2. Horas de Práctica: 02 Horas |
| 1.12. Horario | TA: Lunes 13.00-15.30 |
| | TA: Viernes 14.40-16.20 |
| 1.13. Inicio de clases | 29 de mayo del 2023 |
| 1.14. Termino de clases | 16 de septiembre del 2023 |
| 1.15 Docente coordinador | Dr. Juan Roberto Chávez Navarro- jchavezn@unfv.edu.pe |
| 1.16 Docente de la asignatura | Dr. Juan Roberto Chávez Navarro jchavezn@unfv.edu.pe |

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito de enseñar las técnicas y métodos de gestión de productos y/o servicios para productos existentes, diseñando e implementando estrategias de productos que garanticen la supervivencia y crecimiento a largo plazo de la empresa en el contexto nacional y global. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Conceptos de producto y servicios; importancia de la necesidad de la adaptación del producto y/o servicio a los diferentes mercados y culturas. 2. Diseñar estrategias de productos y/ servicios a los mercados. 3. Uso de los componentes del producto y/o servicio. 4. Administrar una cartera/portafolio de productos y/o servicios.

La tarea académica exigida al estudiante es elaborar un portafolio de un nuevo producto o servicio, basado en el análisis de la cartera producto – mercado

III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Comprende, analiza con una actitud mental positiva la importancia y valor de adquirir y asumir conocimientos de gestión de productos y marcas, para que en su comportamiento de su ejercicio



"Año De La Unidad, La Paz y El Desarrollo"

profesional realicen planes innovadores de gestión estratégica de marcas y portafolio de productos orientados hacia el mercado que contribuyan al progreso de la empresa y desarrollo del país.



IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

| UNIDAD 1: CONCEPTOS DE PRODUCTO Y SERVICIOS; IMPORTANCIA DE LA NECESIDAD DE LA ADAPTACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO A LOS DIFERENTES MERCADOS Y CULTURAS | | | | | |
|---|--|---|--|-----------------------|---|
| Logro de aprendizaje: Elabora un informe sobre las bases teóricas de producto y servicio. | | | | | |
| SEMANA | Contenido Temático | Sesiones de Aprendizaje) | Recursos | Tipo de Sesión | Evidencia de Aprendizaje |
| Nº01 29 de mayo-3 junio | -Exposición contenido del silabo. -Consideraciones conceptuales previas. -Evolución de los productos en el tiempo. -Evolución de la gerencia. Tendencias. | -Expone contenido del silabo, desarrollo del curso y estrategias de aprendizaje. -Exposición de conceptos básicos. | El Proceso de Innovación https://www.youtube.com/watch?v=gOjgsG1drt0 | Presencial | Prueba de entrada |
| Nº02 5 -10 junio | -Mix de marketing. -Las cuatro C's en las organizaciones. | -Explica el proceso del marketing mix. -Describe el proceso de las cuatro C's en las organizaciones. | Las 7 Ps Del Marketing Actualizate Next U https://www.youtube.com/watch?v=4zOb5aIzhBI | Presencial | Recensión de video |
| Nº03 12- 17 junio | -Enfoques del producto. -Producto y servicio. -Dimensiones, clasificación, elementos y componentes del producto. -Necesidades deseos y demanda. | -Explica los diferentes enfoques del producto. -Describe las dimensiones del producto. | Enfoques de Producción https://www.youtube.com/watch?v=sPRbN-NzOg | Presencial | Recensión de video |
| Nº04 19 -24 junio | -Mercado. -Culturas. -Adaptación del producto a diferentes mercados. | -Describe los mercados. -Explica la adaptación de los productos a diferentes mercados. | ¿Qué es el Mercado? https://www.youtube.com/watch?v=KsgrzNVu-e0 ¿Qué es la CULTURA? DEFINICIÓN más EJEMPLOS https://www.youtube.com/watch?v=RpmgVL4_jFY | Presencial | Recensión de video Presentación grupal de informe sobre las bases teóricas de productos y servicios. |



| UNIDAD 2: DISEÑAR ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS A LOS MERCADOS | | | | | |
|---|---|--|---|-----------------------|--|
| Logro de aprendizaje: Elabora un informe de una propuesta de estrategias de productos y servicios. | | | | | |
| SEMANA | Contenido Temático | Sesiones de Aprendizaje | Recursos | Tipo de Sesión | Evidencia de Aprendizaje |
| N°05 26 junio -1 julio | -Estrategias de productos y/o servicios. Importancia. -La innovación y los nuevos productos. -Estrategias, dirección y gestión de línea de productos. | -Explica las estrategias de los productos y/o servicios. | Video "¿Qué es estrategia de desarrollo de producto? Estrategia de crecimiento" https://www.youtube.com/watch?v=YaRmsEE_K4 | Presencial | Recensión de video |
| N°06 3-8 julio | -Estrategia de línea de productos. -Estrategia de mezcla de productos. -Estrategia de ciclo de vida del producto. | -Explica la estrategia de línea de productos. -Explica la estrategia de ciclo de vida del producto. | Video "Mezcla de productos" https://www.youtube.com/watch?v=P9dtOwC8gAw | Presencial | Recensión de video |
| N°07 10- 15 julio | -Ética en los negocios. -Responsabilidad social en los negocios. | -Explica la importancia de la ética y la responsabilidad en los negocios. | Video "Imágenes de cómo Amazon destruye productos nuevos" https://www.youtube.com/watch?v=1upXCvveFg | Presencial | Recensión de video |
| N°08 17 -22 julio | -Proceso de creación de productos. -Factores de creación de productos. | Explica el proceso de creación de productos. | Video "¿Cómo crear una estrategia de producto?" https://www.youtube.com/watch?v=9jdcLJF2i8 10 Formas de Innovar en Tu Empresa https://www.youtube.com/watch?v=58if7axRcc | Presencial | Presentación grupal de propuestas de estrategias de productos y servicios. |
| EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N°1 -2) | | | | | |



| UNIDAD 3: USO DE LOS COMPONENTES DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO | | | | | |
|--|---|--|--|-----------------------|---|
| Logro de aprendizaje: Elabora un informe sobre el uso de los componentes del producto y/o servicio. | | | | | |
| SEMANA | Contenido Temático | Sesiones de Aprendizaje) | Recursos | Tipo de Sesión | Evidencia de Aprendizaje |
| Nº09 24 -29 julio | -Producto y servicio. -Tipos, características, dimensiones, clasificación, elementos y componentes del producto. | -Destaca el uso de los componentes del producto y/o servicio. -Describe las características de los productos y/o servicios. | Video "Producto y servicio (definición y diferencias)" https://www.youtube.com/watch?v=CfEhN93DfHI | Presencial | Recensión de video |
| Nº10 31 julio – 5 de agosto | -Dinámica de las necesidades. -Modelos de necesidades. -Necesidades, motivaciones, deseos y demanda. | Explica la dinámica de las necesidades. | Video "Necesidad, Deseo, Demanda, Producto y Mercado. Conceptos básicos de Marketing" https://www.youtube.com/watch?v=HOITVBI9NM | Presencial | Recensión de video |
| Nº11 07 – 12 agosto | -Psicología del consumidor. -El ciclo de vida del producto. -Jerarquía de los productos. -Envase y etiqueta. | Explica determinados factores que influyen en el consumidor. Explica el ciclo de vida de los productos. | Video "15. Psicología del consumidor" https://www.youtube.com/watch?v=7m8hFlu10DE Video "La Paradoja de la Elección // Psicología del Consumidor" https://www.youtube.com/watch?v=Zbxe97O4Lec | Presencial | Recensión de video |
| Nº12 14 – 19 agosto | -Presentación del producto. -Modelo de plan de negocio. | Explica la importancia del plan de negocio. | Video "Presentación de productos y servicios Ventas César Piqueras" https://www.youtube.com/watch?v=9RdqtUlse58 | Presencial | Recensión de video Presenta grupal de informe sobre el uso de los componentes del producto y/o servicio. |



| UNIDAD 4: ADMINISTRAR UNA CARTERA/PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS | | | | | | |
|--|---|---|---|-----------------------|---|--|
| Logro de aprendizaje: Elabora un informe de la administración de una cartera/portafolio de productos y/o servicios. | | | | | | |
| SEMANA | Contenido Temático | Sesiones de Aprendizaje) | Recursos | Tipo de Sesión | Evidencia de Aprendizaje | |
| Nº13 21 – 26 agosto | -Cartera de productos y/o servicios. -Estructura y funcionamiento de una cartera de productos y/o servicios. | -Explica la importancia de la cartera de productos y/o servicios. | Video "¿Qué es la cartera de productos?" https://www.youtube.com/watch?v=D7J9CdD5k | Presencial | Recensión de video | |
| Nº14 28 agosto 2 septiembre | -Gestión de la cartera de productos y/o servicios. | -Explica la gestión de la cartera de productos y/o servicios. | Video "BCG: Mapa de Posicionamiento - Gestión de Cartera de productos con Matriz BCG en 3 dimensiones" https://www.youtube.com/watch?v=vp89fj8RbCk | Presencial | Recensión de video | |
| Nº15 4 – 9 septiembre | -Estrategia de cartera de productos. -Estrategia de portafolio de marcas. -Cartera de clientes. Importancia. | -Explica la estrategia de cartera de productos. | Video "¿QUE ES LA CARTERA DE NEGOCIOS? MARKETING" https://www.youtube.com/watch?v=w-MRRRtgD2b8 | Presencial | Recensión de video | |
| Nº16 11 – 16 septiembre | -Presentación y exposición grupal de los trabajos académicos. | -Describe el trabajo académico. | Exposición grupal del trabajo académico. | Presencial | Presentación grupal de una cartera/portafolio (plan de negocio) de productos y/o servicios. | |
| EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD N°3 -4) | | | | | | |



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

- Gestión empresarial e inclusión social.

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

Durante el proceso de ejecución de la experiencia curricular, se puede considerar el Aprendizaje en Servicio, propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto articulado en el que los estudiantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorar (Responsabilidad Social Universitaria).

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% |
| TOTAL | | | 100% |

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

- Amaru, A. (2010). Administración para emprendedores. México: Pearson Educación.
- Albrecht, K. (2006). Inteligencia Social. Barcelona: Editorial Vergara.
- Best, J. (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Educación.
- Chiavenato, I. y Sapiro, A. (2017). Planeación estratégica. (3ra. Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Córdoba, A. (2005). El reto de la gestión empresarial. Madrid: ediciones Deusto.
- Cuatropia, C. (2005). Plan de marketing paso a paso. Madrid: ESIC.
- David, F. (2013). Administración Estratégica. (14a. Ed.). México: Prentice Hall.
- Hernández, C. (2017). Fundamentos de marketing. México, D.F.: Pearson Educación.
- Kelley, T. (2018). Las diez caras de la Innovación. Estrategias para una creatividad excelente. España: Paidós.
- Laner, K. (2008). Administración Estratégica de Marca. (3ª ed.) México: Pearson Educación.
- Malfitano, O. (2007). Neuromarketing. Argentina: Editorial Granica.
- Rivera, J. (2013). Conducta del consumidor. Madrid: Esic.
- Sainz de Vicuña, J. (2013). El plan de marketing en la práctica. Madrid: ESIC.
- Schnarch, A. (2009). Desarrollo de Nuevos Productos y Empresas. (5ª ed.) Bogotá: Mc Graw Hill.
- Soto, F. (2013). Marcas: el ansiolítico del mundo posmoderno. Buenos Aires: NSB.
- Stiglitz, J. y Greenwald, B. (2016). La creación de una sociedad del aprendizaje. España: La Esfera de los Libros.
- Taylor, F. (2010) Cómo crear un portafolio y adelantarse en el mundo profesional. Barcelona: Gustavo Gili.
- Walker, C. (2005). Marketing estratégico. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Wilensky, L. (2006). Marketing estratégico. Buenos Aires: Temas.

7.2 Complementaria

- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000100134
- https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082014000300004
- http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1810-99932022000200187&script=sci_arttext
- http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332018000200011



- http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682019000100006
- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000100082
- https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34372012000100002

Lima, 29 de mayo de 2023



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

Juan Roberto Chávez Navarro
Docente
Código: 2015029
Correo jchavezn@unfv.edu.pe