



## SÍLABO

### I. DATOS GENERALES

1.1. Curso	:	<b>POLÍTICA DE PRECIOS Y VENTAS GLOBALES</b>
1.2. Código	:	NG02808
1.3. Ciclo académico	:	VIII
1.4. Créditos	:	03
1.5. Naturaleza del curso	:	Electivo
1.6. Horas semanales	:	4 (2 Teoría - 2 Práctica)
1.7. Requisito	:	Gerencia del Producto y Publicidad
1.8. Currícula	:	2006-II

### II. SUMILLA

La asignatura esta estructurada para dar a conocer los lineamientos y herramientas que se emplean para elaborar el plan estratégico de ventas globales y el diseño de políticas que orienten la toma de decisiones, en mercados globalizados, su contenido abarca temas relacionados con la función de ventas, la organización e innovación en los procedimientos de ventas, diseño de territorios y optimización de los tiempos, negociaciones y relaciones, administración de la calidad en las ventas, creación de un sistema de información de ventas y automatización de la fuerza de ventas, determinación de estrategias de precios para ventas globales técnicas especializadas para la determinación de precios en mercados globales.

### III. COMPETENCIA DE LA CARRERA:

---

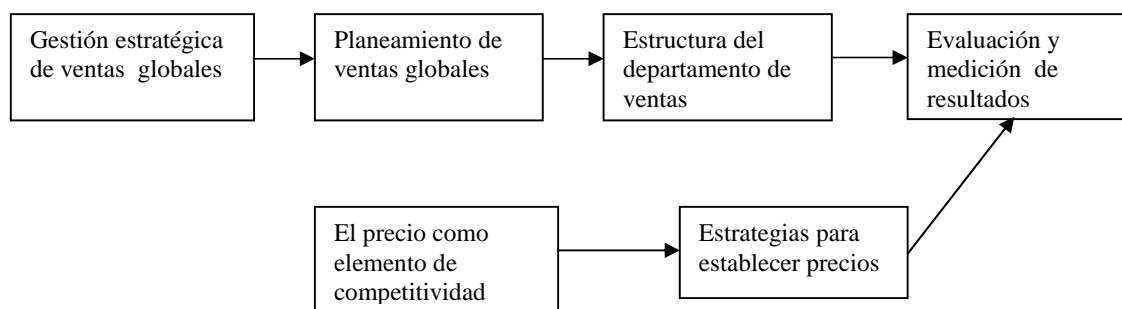
- Actúa como gerente de clase mundial orientado por valores, respetando la dignidad humana y la diversidad cultural de los pueblos.
- Desarrolla una disciplina que le permite asimilar los avances científicos y tecnológicos.
- Actitud preactiva para defender ecosistema del hombre y los rasgos más valiosos de una cultura de paz.
- Interpreta objetivamente la realidad nacional e internacional, para liderar la transformación de la sociedad.
- Domina diversos idiomas que le facilite interactuar con personas de países y culturas diferentes.
- Forma empresas con visión global y demuestra actitudes de liderazgo en el desempeño de su labor gerencial respetando el medio ambiente y utilizando estrategias para garantizar el desarrollo sostenible.
- Gerencia eficaz y eficientemente organizaciones globales, para lo cual posee competencias de la administración y de los diversos procesos que se realizan en la cadena de valor de las organizaciones.
- Investiga, analiza e interpreta las tendencias de los mercados globales para ofrecer productos y servicios de calidad con innovación tecnológica; aplica políticas que faciliten el financiamiento en las operaciones de comercio global y el funcionamiento óptimo de la cadena logística.
- Diseña estrategias de negociación que le permita lograr acuerdos beneficiosos para las partes involucradas y realiza cambios en mercados competitivos con mentalidad estratégica.
- Desarrolla la transferencia tecnológica y el E-Learning, para crear cadenas de valor internas.
- Gerencia organizaciones utilizando la calidad total y el mejoramiento continuo como principales instrumentos de gestión.

- Dirige y asesora organizaciones con alto sentido de responsabilidad social.
- Impulsa todo proceso de investigación que gravite en el desarrollo de los negocios globales.

#### IV. COMPETENCIAS DEL CURSO

- 4.1 Comprende la importancia de la competencia en mercados globalizados y brinda ideas acerca de los lineamientos y herramientas que se emplean para elaborar el plan estratégico de ventas y el diseño de políticas que orienten la toma de decisiones.
- 4.2 Desarrolla conceptos acerca de la organización y función de ventas, diseño de territorio, negociaciones y relaciones, administración de la calidad en las ventas.
- 4.3 Brinda ideas acerca de la planificación y determinación de estrategias para buscar ser mas competitivos en los mercados globales.
- 4.4 Identifica y selecciona los diferentes aspectos motivacionales para la fuerza de ventas y el uso de tecnologías de información y comunicación.
- 4.5 Entiende los procedimientos y requisitos exigidos en el desarrollo de las ventas globales.
- 4.6 Diseña las actividades relacionadas con la organización de ventas internacionales.

#### V. RED DE APRENDIZAJE.



#### VI. UNIDADES DEL APRENDIZAJE:

##### UNIDAD TEMÁTICA I.- IMPORTANCIA Y GESTIÓN ESTRATÉGICA

**Logro:** El alumno entiende el rol de la función de ventas internacionales dentro del modelo de gestión estratégica de la empresa; asimismo comprende como esta función puede proporcionar ventajas competitivas a una organización.

**N° de Horas:** 12 horas.

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
Introducción - Globalización	Exposición del tema.	1
Competencia en el mercado global.	Exposición del tema.	2
Comercio Internacional.	Exposición del tema.	3

##### UNIDAD TEMÁTICA II: VENTAS INTERNACIONALES

**Logro:** El alumno toma conocimiento sobre conceptos relacionados a las ventas internacionales.

**N° de Horas:** 08 horas.

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
Brokers y Dealers.	Exposición del tema.	4



Negociación: Definición y con los proveedores internacionales.	Exposición del tema. Estudio de caso	5
--	---	---

#### UNIDAD TEMÁTICA III.- GERENCIA DE VENTAS

**Logro:** El alumno reconoce y entiende los procedimientos y requisitos aplicables a las ventas internacionales, su organización, las políticas y los diferentes esquemas a aplicar en el departamento.

**N° de Horas:** 08 horas.

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
Introducción a la Gerencia de ventas	Exposición del tema.	6
La Organización de ventas – Funciones y Políticas	Exposición del tema. Presentación de Trabajo	7
EXAMEN PARCIAL		8

#### UNIDAD TEMÁTICA IV: PLANEAMIENTO DE VENTAS

**Logro:** El alumno comprende la importancia de la planificación para las ventas.

**N° de Horas:** 08 horas.

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
Planeamiento de Ventas.	Exposición del tema.	9
Pronósticos y estimaciones.	Exposición del tema.	10

#### UNIDAD TEMÁTICA V: EL PERSONAL - SELECCIÓN Y ENTRENAMIENTO

**Logro:** Reconoce diferentes formas de organizar, seleccionar y dirigir el personal del área. Abarca también temas referidos a la motivación y evaluación de la fuerza de ventas.

**N° de Horas:** 12 horas

TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
Selección y entrenamiento del personal.	Exposición del tema.	11
Guiando la fuerza de ventas	Exposición del tema.	12
Desarrollo y evaluación del equipo	Exposición del tema.	13

#### UNIDAD TEMÁTICA VI. PROYECTO DE COMPRAS INTERNACIONALES

**Logro:** Estudia la importancia y diferentes modalidades para establecer y aplicar estrategias de precio.

**N° de Horas:** 12 horas.



TEMA	ACTIVIDADES	SEMANA
Commodities – Mercados Internacionales	Exposición del tema.	14
Precio – Definiciones - Estrategias	Exposición del tema.	15
Precio – Definiciones - Estrategias	Exposición del tema. Presentación de trabajo en grupos	16
EXAMEN FINAL		17

#### VII. METODOLOGÍA

- Se empleará una metodología participativa para favorecer el aprendizaje del estudiante.
- Se desarrollará por grupos un proyecto de aplicación a una situación en particular del modelo y los conceptos aprendidos a lo largo del curso.
- Los estudiantes sustentarán en clase los temas propuestos en las diferentes unidades de aprendizaje.
- Práctica con retroalimentación, con apoyo de equipos: Retroproyector y Multimedia.

#### VIII. EVALUACIÓN. Procedimiento

Peso

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| • Examen parcial (E1)      | 1 |
| • Examen final (E2)        | 1 |
| • Trabajo Práctico 1 (PR1) | 1 |
| • Trabajo Práctico 2 (PR2) | 1 |
| • Trabajo Práctico 3 (PR3) | 1 |
| • Trabajo Práctico 4 (PR4) | 1 |

Promedio de Prácticas = (T. Práctico 1 + T. Práctico 2 + T. Práctico 3 + T. Práctico 4) / 4

(E1+E2 + Promedio de Practicas ) /3 = Nota Final

#### IX. BIBLIOGRAFIA:

1. Martínez Moya, Emilio Gestión de compras: Negociación y estrategias de aprovisionamiento. Fundación CONFEMETAL. Tercera edición. México.
2. Michael, Leenders y Fearon, Harold. England, Wilbu Administración de compras y materiales.. Compañía Editorial Continental. Segunda edición. 2001. México.
3. Logística internacional. Long, Douglas. Limusa. 2007. México.
4. Bowerson, Donald Administración y logística. Mc Graw Hill Interamericana. 2007. México.
5. Poirier, Charles Administración de cadenas de aprovisionamiento.. Oxford University Press. 1999.
6. Malca, Oscar Comercio internacional. Centro de Investigación. Universidad del Pacífico. 2004.
7. Bodemer, Klaus. (1998). La Globalización. Un Concepto y sus Problemas. Revista Nueva Sociedad N° 156. Disponible en internet.