



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Pricing
<b>CÓDIGO</b>	:	AM227
<b>CICLO</b>	:	202202
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>Garcia Huby, Santiago</b> <b>Moretti Castillo, Monica Patricia</b> <b>Muente Reyes, Carlos Alberto</b> <b>Santillán Barcellos, Jorge Rafael</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	3
<b>SEMANAS</b>	:	16
<b>HORAS</b>	:	3 H (Teoría) Semanal
<b>ÁREA O CARRERA</b>	:	Administracion y Marketing

## II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

## III. INTRODUCCIÓN

Una de las variables de críticas en Marketing es el precio y su manejo dentro de la Estrategia Comercial de una organización. El presente curso resuelve problemas específicos del área de marketing en base a una buena solución y aplicación de las principales estrategias y tácticas basadas en la asignación de precios; además brinda al alumno los conocimientos y conceptos claves detrás de las estrategias de optimización de ingresos y utilidades. En este contexto, esta asignatura busca proporcionar una visión y/o metodología clara de cómo formular, ejecutar y controlar la estrategia de precio en toda organización y contexto.

El curso, es una asignatura de especialidad de carácter teórico-práctico dirigido a los estudiantes de octavo ciclo de la carrera de Administración y Marketing.

Es un curso basado en la aplicación práctica de los conceptos a casos específicos por tema y al desarrollo de dos trabajos aplicativos, orientados a conocer la estrategia de fijación de precios dentro de una mediana o pequeña empresa, lo cual permite al estudiante conocer el impacto de la variable precio dentro de las decisiones que pueda tomar una organización.

Trabajando lo anteriormente mencionado el curso permite desarrollar las competencias de Razonamiento Cuantitativo en el nivel 3.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso el estudiante estructura estrategias comerciales tomando en cuenta el rol fundamental de la variable precio; desde la creación del mismo hasta su fijación de acuerdo al contexto y variables que se presenten.

Competencias:

Razonamiento Cuantitativo (nivel 3)

Resuelve situaciones problemáticas en contexto real utilizando datos numéricos a través de la interpretación, representación, cálculo, análisis y argumentación.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN AL MANEJO DE PRECIOS

#### LOGRO

El alumno examina el rol de los precios en la empresa.

#### TEMARIO

##### SEMANA 1

Introducción al Revenue Management

- Precio: Concepto e Importancia.
- Proceso de Fijación de Precios.

Actividades de Aprendizaje

- Presentación del docente y el curso (sílabo, aula virtual, intranet, evaluaciones), presentación de los estudiantes y formación de grupos de trabajo
- Desarrollo de trabajo grupal:
  - . ¿Qué tipo de colusión de precios conocen en el Perú?
  - . Asignación de 3 de los 9 efectos a desarrollar en la segunda clase.

Evidencias de Aprendizaje

- Debate en clase respecto de la importancia para la fijación de precios, y presentación de ejemplos de manera grupal sobre prácticas comunes en el manejo de precios. (EC1)

Bibliografía

- Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap. 1. Madrid: Pearson Education

#### HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 01

### UNIDAD N°: 2 CREACION Y GENERACIÓN DE VALOR

#### LOGRO

El alumno establece los factores que intervienen en la creación del valor en base al precio

#### TEMARIO

##### SEMANA 2

El Precio en la creación de valor.

- Proceso de creación y generación de valor.
- Análisis de valor económico (VET)

Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual
- Presentación de trabajo grupal asignado en clase 1.
- Desarrollo de ejercicio VET.

- Presentación de Rúbrica TA1.
- Establecimiento de conclusiones.

Evidencias de Aprendizaje:

- Participación en clase de manera activa resolviendo ejercicios propuestos por el profesor. (EC1)
- Entrega y presentación del trabajo grupal asignado clase 1. (EC1)

Bibliografía

Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap. 4. Madrid: Pearson Education

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 02

### **UNIDAD Nº: 3 SENSIBILIDAD ANTE LOS PRECIOS. ANÁLISIS DE DEMANDA**

#### **LOGRO**

El alumno evalúa el impacto los factores que alteran el comportamiento de los precios y su reflejo a través de la demanda.

#### **TEMARIO**

SEMANA 3

Comportamiento del Consumidor

- Demanda: Tipos y Elasticidad.

Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual
- Presentación de trabajo grupal asignado en clase 1.
- Desarrollo de ejercicios de demanda.
- Presentación de empresas para ser evaluadas en TA1.
- Establecimiento de conclusiones.

Evidencias de Aprendizaje:

- Participación en clase de manera activa resolviendo ejercicios propuestos por el profesor. (EC1)
- Presentación de casos, de manera grupal de casos en los que se ¿rompe¿ la relación demanda vs precio
- Asignación de primer Trabajo de Evaluación continua. (EC1)

Bibliografía

- Diez de Castro, E.C.; Rosa, I.M. (2008) Gestión de Precios. Quinta Edición. Cap. 4. La Demanda: La Elasticidad Demanda/Precio. Madrid: ESIC Editorial.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 03

### **UNIDAD Nº: 4 CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO: EFECTO EN EL PRECIO**

#### **LOGRO**

El alumno investiga de acuerdo a la naturaleza del producto cómo se pueden fijar los precios.

## **TEMARIO**

### **SEMANA 4**

#### Conociendo la Demanda

- Métodos para estimar sensibilidad ante los precios.
- Percepción.

#### Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Retroalimentación respecto de avance TA1.
- Establecimiento de conclusiones.

#### Evidencias de Aprendizaje:

- Participación en clase de manera grupal aplicando los métodos para estimar la sensibilidad de precios de acuerdo al producto asignado. (EC1)
- Asignación grupal del caso: Nestlé ¿ Maggi (EC1)

#### Bibliografía

Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap. 13. Madrid: Pearson Education.

### **SEMANA 5**

#### Estrategia del Canal

- Fijación de Precios: Máximos y Mínimos.
- Estrategia de Comunicación al canal: Push & Pull

#### Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Ejercicio en clase: Asignación de producto e impacto en los canales de comercialización del mismo.
- Establecimiento de conclusiones.

#### Evidencias de Aprendizaje:

- Participación en clase a través de desarrollos de ejercicios en clase. (EC1)
- Primera Práctica Calificada (PC1)

#### Bibliografía

Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap. 11. Madrid: Pearson Education.

### **SEMANA 6**

#### Fijación de precios en función del ciclo de vida.

- Ciclo de Vida:
  - Introducción.
  - Crecimiento.
  - Madurez.
  - Declive

#### Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Entrega de primer trabajo de evaluación continua.
- Entrega de notas y solucionario de primera práctica.
- Desarrollo de ejercicios para el examen parcial.
- Establecimiento de conclusiones.

Evidencias de Aprendizaje:

Debate en clase respecto de los ciclos de vida de los productos / servicios y propuestas de los alumnos sobre el manejo de precios en cada etapa. (EC1)

Entrega y presentación de primer trabajo de evaluación continua. (EC1)

Bibliografía:

Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap.7. Madrid: Pearson Education.

**SEMANA 7:**

Presentación y Entrega de Primera Tarea Académica (TA1)

Actividades de Aprendizaje:

- Exposición en clase y resolución de preguntas del docente por parte de los alumnos.

Evidencias de Aprendizaje:

- Entrega y Presentación de la Tarea Académica (TA1)

**SEMANA 8**

Examen final

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 04 a 08

## **UNIDAD N°: 5 COSTOS EN LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS.**

### **LOGRO**

El alumno examina el rol de los costos y su importancia al momento de fijar un precio

### **TEMARIO**

**SEMANA 9**

Los Costos en la Determinación del Precio.

- Conceptos e Importancia.
- Tipos de Costos: Completo, Parcial, Relevante, Cost Plus.

Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Entrega de notas y solucionario de examen parcial.
- Presentación de Rúbrica TA2.
- Establecimiento de conclusiones.

Evidencias de Aprendizaje:

- Participación en clase y debate con los grupos respecto de ejemplos de naturaleza de costos y las medidas que se utilizan para su imputación.
- Desarrollo del examen parcial. (EA)

Bibliografía:

Diez de Castro, E.C.; Rosa, I.M. (2008) Gestión de Precios. Quinta Edición. Cap. 3. La Demanda: La Elasticidad Demanda/Precio. Madrid: ESIC Editorial.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 09

**UNIDAD N°: 6 DINÁMICA COMPETITIVA****LOGRO**

El alumno compara las diferentes posturas competitivas y su importancia a fin de recomendar la más idónea al momento de determinar los precios.

**TEMARIO****SEMANA 10****Dinámica Competitiva 1**

- Juegos de Suma Positiva y Negativa
- Ventaja Competitiva.

**Actividades de Aprendizaje:**

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Desarrollo de ejercicios de costos
- Establecimiento de conclusiones.

**Evidencias de Aprendizaje:**

- Análisis de video relativo al tema y participación de manera grupal de acuerdo a preguntas sugeridas. (EC2)
- Asignación de segundo trabajo de Evaluación Continua. (EC2)

**Bibliografía:**

Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap.5. Madrid: Pearson Education.

**SEMANA 11****Dinámica Competitiva 2**

- Reacción meditada ante la competencia de precios.
- Competir con precios (4 posturas)

**Actividades de Aprendizaje:**

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Retroalimentación respecto de avance TA2.
- Establecimiento de conclusiones.

**Evidencias de Aprendizaje:**

- Participación en clase a partir del desarrollo de ejercicio en clase (EC2).

**Bibliografía:**

Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap.6. Madrid: Pearson Education.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 10 y 11

**UNIDAD N°: 7 SEGMENTACIÓN**

**LOGRO**

El alumno compara diferentes formas de fijación de precios de acuerdo a los criterios de segmentación del producto o servicio.

**TEMARIO**

SEMANA 12

Segmentación

- Importancia.
- Tipos de Segmentación (6).
- Fijación activa de precios.
- Estrategia Competitiva.

Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Establecimiento de conclusiones.

Evidencias de Aprendizaje:

- Dinámica grupal y debate respecto de casos de segmentación correctos y fallidos en el mercado nacional e internacional. (EC2)
- Segunda Práctica Calificada. (PC2)

Bibliografía:

Diez de Castro, E.C.; Rosa, I.M. (2008) Gestión de Precios. Quinta Edición. Cap.6. La Demanda: La Elasticidad Demanda/Precio. Madrid: ESIC Editorial.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana12

**UNIDAD N°: 8 ANÁLISIS FINANCIERO****LOGRO**

El alumno estima el punto de equilibrio, a través de la metodología correspondiente.

**TEMARIO**

SEMANA 13

- Punto de Equilibrio (Break Even):

- \* Cambio en el Costo Variable.
- \* C/ Costos fijos adicionales.
- \* Fijaciones reactivas en los precios.

Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual.
- Ejercicio en clase: Efecto volumen vs Efecto precio.
- Establecimiento de conclusiones.

Evidencias de Aprendizaje:

- Participación en clase a través de presentación de caso Epipen (EC2)

Bibliografía:

Nagle, T.T.; Holden, R.K. (2002) Estrategia y Tácticas de Precios. Una guía para tomar decisiones rentables. Tercera Edición. Cap.3. Madrid: Pearson Education.

#### SEMANA 14

Evaluación continua

Actividades de Aprendizaje:

- Estudio de material audiovisual y bibliográfico en el aula virtual (Repaso para examen final)
- Retroalimentación respecto de avance TA2.
- Establecimiento de conclusiones

Evidencias de Aprendizaje:

- Participación en clase a través de los ejercicios de repaso para el examen final. (EC2)
- Presentación de segundo trabajo de evaluación continua. 8EC2)
- Práctica calificada #3 (previo final). (EC2)

#### SEMANA 15

Presentación y Entrega de TF

#### SEMANA 16

Examen final

Actividades de Aprendizaje:

- Entrega de notas y solucionario de tercera práctica.
- Exposición en clase y resolución de preguntas del docente por parte de los alumnos.

Evidencias de Aprendizaje:

- Entrega y presentación de la Trabajo Final (TF1)

#### **HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 13, 14, 15 y 16

## **VI. METODOLOGÍA**

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

El curso se desarrollará utilizando una metodología activa y aplicada. Se analizarán lecturas, casos y se llevarán a cabo trabajos grupales de campo. Se dará importancia a la constante participación del alumno. Además, se evaluará mediante prácticas, controles de lectura, evaluación parcial y final, el logro de aprendizaje y el desarrollo de la competencia. En el presente curso se utilizarán recursos tecnológicos como el Aula Virtual, entorno web, el Blog de la Carrera y Redes Sociales entre otros.

Asimismo, el curso requiere que dedique tres horas fuera de las horas impartidas en clase para mayor comprensión y aplicación de los temas tocados en cada unidad.



## VII. EVALUACIÓN

### FÓRMULA

12.5% (PC1) + 10% (TA1) + 20% (EA1) + 12.5% (PC2) + 10% (TA2) + 20% (EB1) + 7.5% (EC1) + 7.5% (EC2)

TIPO DE NOTA	PESO %
PC - PRÁCTICAS PC	12.50
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	7.50
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	20
PC - PRÁCTICAS PC	12.50
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
EC - PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	7.50
EB - EVALUACIÓN FINAL	20

## VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PC	PRÁCTICAS PC	1	SEM 5	Según rúbrica entregada por el profesor	SÍ
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	SEM 7	Según rúbrica entregada por el profesor	NO
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	1	SEM 7	Según rúbrica entregada por el profesor	NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	SEM 8	Evalúa lo visto de Sem 1 a Sem 7	SÍ
PC	PRÁCTICAS PC	2	SEM 12	Según rúbrica entregada por el profesor	SÍ
TA	TAREAS ACADÉMICAS	2	SEM 15	Según rúbrica entregada por el profesor	NO
EC	PROMEDIO EVALUACIÓN CONTINUA	2	SEM 15	Según rúbrica entregada por el profesor	NO
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	SEM 16	Evalúa lo visto de la sem 1 hasta la sem 15	SÍ

## IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

[https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/8857356880003391?institute=51UPC\\_INST&auth=LOCAL](https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/8857356880003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL)

## ANEXO

En este anexo, se encuentran los reglamentos que todo alumno está obligado a leer y a cumplir en su rol de estudiante universitario en la UPC.

REGLAMENTO DE DISCIPLINA DE ALUMNOS :

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/reglamentos-upc/sica-reg-26-reglamento-de-disciplina-de-alumnos>

REGLAMENTO PARA LA PREVENCIÓN E INTERVENCIÓN EN CASOS DE HOSTIGAMIENTO SEXUAL- UPC:

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/normalizacion/sica-reg-31-reglamento-para-la-prevencion-e-intervencion-en-casos-de-hostiga>