



Sílabo de Taller de Consultoría en Marketing

I. Datos generales

Código	AAUC 00687			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	3			
Periodo académico	2019			
Prerrequisito	Iniciativa Empresarial			
Horas	Teóricas:	2	Prácticas:	2

II. Sumilla de la asignatura

La consultoría de empresas en perspectiva: naturaleza y objeto de la consultoría de empresas, amplitud y alcance de los servicios de consultoría, la relación consultor – cliente, la consultoría y el cambio, la consultoría y la cultura, el profesionalismo y la ética en la consultoría; el proceso de consultoría: preparativos, diagnóstico, planificación de la acción, aplicación y terminación; la consultoría en diversas áreas de la gestión del marketing: la consultoría en la gestión general y estratégica de mercadeo, la consultoría en la gestión de comercialización y la distribución, la consultoría en la dirección de la pequeña empresa; dirección de una organización de consultoría en marketing: planteamiento conceptual de la gestión de la consultoría, la estrategia de la organización de consultoría, comercialización de los servicios de consultoría, administración del cometido asignado, gestión y garantía de la calidad, control operacional y financiero, estructura de las empresas consultivas, la tecnología de la información en las empresas de consultoría, las carreras y la remuneración en la consultoría, capacitación y perfeccionamiento de los consultores, preparación para el futuro.

III. Competencia

El alumno estará calificado para desempeñarse como consultor empresarial con especial atención en el impacto y la contribución de la consultoría en la gestión del marketing y los resultados del negocio.



IV. Organización de los aprendizajes

Unidad	Conocimientos	Procedimientos	Actitudes
I	MARCO GENERAL DEL NEGOCIO DE CONSULTORÍA EMPRESARIAL Entorno empresarial. Interpretación de escenarios.	Se analizan los sectores económicos que dinamizan la economía regional y nacional, vinculándolos con oportunidades del negocio de consultoría.	Define el negocio de consultoría empresarial interpretando el entorno predominante y las realidades de la empresa cliente, construyendo un perfil de competencias consultoras base dirigido al manejo de la complejidad de la empresa cliente y ejecuta un determinado proceso integral de consultoría empresarial resolviendo realidades de la empresa cliente con criterio de creación de valor.
	Conceptualización de la consultoría. Identificación de competencias relacionadas. El negocio de consultoría empresarial.	Analiza los conceptos fundamentales de la consultoría y los internaliza en el campo de los negocios.	
II	LA RELACIÓN CONSULTOR - CLIENTE. Determinación de las expectativas y los papeles. Definición conjunta del problema. Funciones del consultor y el cliente. Papeles del consultor. Taller de negociación.	Coordina y programa transferencia de experiencias empresariales. Integra y consolida un perfil de consultor empresarial.	
	PROCESO DE LA CONSULTORÍA. Fases del proceso de la consultoría. TALLER. CONSULTORÍA EMPRESARIAL EN ACCIÓN. Los términos de referencia (TDR) en las áreas de la gestión del marketing. Elaboración de la propuesta de consultoría. La propuesta técnica, la propuesta de gestión y la propuesta económica.	Identifica, analiza y desarrolla metodologías para el proceso de la consultoría de mercadeo.	
III	INICIACIÓN DE LA CONSULTORÍA.	Identifica, planifica y desarrolla el proceso preliminar de una consultoría en marketing.	
IV	TALLER. EL DIAGNÓSTICO CORPORATIVO. Fuentes y formas de obtener datos. Diagnóstico AMOFITH, El mapa de competitividad. Evaluación y diagnóstico de competitividad. Informe del diagnóstico.	Desarrolla herramientas de diagnóstico situacional corporativo y de marketing.	
	EL DIAGNÓSTICO ESPECÍFICO DE MARKETING. Determinación del diagnóstico de marketing en base a factores claves de éxito.		
Evaluación parcial			
V	TALLER. LA PLANIFICACIÓN DE LA ACCIÓN. La búsqueda de ideas sobre posibles soluciones según los proyectos de consultoría en marketing. Establecimiento y evaluación de diversas ideas. Presentación de propuestas de medidas al cliente sobre la base de los proyectos de consultoría en marketing.	Diseña simulación base de consultoría, propuesta de soluciones relacionadas (construcción de los planes de mejora para la gestión empresarial del área de marketing de la empresa).	
VI	TALLER. LA CONSULTORÍA EN LA GESTIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS.	Analiza y aplica lo conocimientos aprendidos en cuanto a técnicas, herramientas y metodología de consultoría a empresas.	
	TALLER. LA CONSULTORÍA EN LA GESTIÓN DEL MARKETING.		
VII	TALLER LA CONSULTORÍA EN LA GESTIÓN DE PERSONAS.	Analiza y aplica los conocimientos aprendidos en cuanto a técnicas, herramientas y metodología de consultoría a empresas.	
VIII	TALLER. INFORME DE LA CONSULTORÍA EN LA GESTIÓN DE MERCADEO.	Analiza y aplica las técnicas, herramientas y metodología para el informe de los proyectos de consultoría en marketing.	
Evaluación final			



V. Estrategias metodológicas

En el curso los contenidos se desarrollarán siguiendo la secuencia de los contenidos con dinámicas, clases magistrales con diapositivas, análisis investigación de los temas, casos prácticos, desarrollo metodológico de la consultoría, exposiciones por parte de los alumnos, los debates, los controles de lectura y las evaluaciones correspondientes. Se dará énfasis a la investigación bibliográfica, especialistas, experiencias, lecturas y otros.

VI. Sistema de evaluación

Rubros	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prueba objetiva	Requisito
Consolidado 1	Ficha de observación	20%
	Rúbrica de debate	
Evaluación Parcial	Prueba de desarrollo	20%
Consolidado 2	Ficha de observación	20%
	Rúbrica de debate	
Evaluación Final	Prueba de desarrollo	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Prueba de desarrollo	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$

VII. Bibliografía

7.1 Básica

- OIT. *La consultoría de empresas: Guía para una profesión*. 3ª ed. México: LIMUS, editor Milam Kubr, 2005.
- COHEN, William. *Cómo ser un consultor exitoso*. 3ª ed. Bogotá: Norma, 2003.
- TOPPIN, Gilbert y CZERNIAWSKA, Fiona. *Consultoría de negocios*. Colección Finanzas y Negocios, The Economist, 2008.
- LAMBERT, Tom. *Manual de consultoría*. 2ª ed. Barcelona: Gestión 2000, 2001.
- BLOCK, Peter. *Consultoría sin fisuras*. 1ª ed. Buenos Aires: Gránica, 1999.
- KHURANA, Rakesh y NOHRIA, Nitin. *Llegó la hora de convertir la gestión en una verdadera profesión*. *Harvard Business Review* 86 (10), Octubre 18-27, 2008.
- AMBROSIO, Vicente. *El plan de marketing paso a paso*, Editorial Prentice Hall, 2000.
- SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, José María. *El plan de marketing en la práctica*. Editorial ESIC, 2012.

7.2 Recursos digitales

- LÓPEZ ZAPATA, Esteban; SEPÚLVEDA RIVILLAS, Claudia Inés & Henry Antonio, A. C. (2010). La Consultoría de gestión humana en empresas medianas 1. *Estudios gerenciales*, 26(114), 149-168. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/722130578?accountid=146219>
- ANDRADE, H. (2012, Sep 11). Perfiles y rasgos. *Reforma*. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1038923073?accountid=146219>

2019.