

Notas Bibliográficas

La Administración Estratégica de la Mercadotecnia en la Empresa Peruana. MAYORGA, David & ARAUJO, Patricia. Universidad del Pacífico. 2001, Págs. 313

Este libro, elaborado por David Mayorga y Patricia Araujo, señala el camino de la aplicación del planeamiento estratégico en la administración de la mercadotecnia. El libro comprende catorce capítulos, enriquecidos con ejemplos y casos de empresas peruanas. Al decir de los autores el presente libro es utilizado, para los programas de pre y post grado de la Universidad del Pacífico.

En el capítulo N° 1: **Naturaleza de la Mercadotecnia**; se tratan los conceptos y la naturaleza de la mercadotecnia

El capítulo N° II: **La Mercadotecnia y el Medio Ambiente**; resulta interesante, ya que en el mismo se conceptúan el área en la que se desenvuelve la mercadotecnia, relacionando la misma con los aspectos socioculturales, así como con el que hacer económico y la problemática política y legal.

El Capítulo N° III: **Planeamiento estratégico de la empresa y el programa de la mercadotecnia**; muestra el análisis del proceso del

planeamiento estratégico. Por otro lado se definen los niveles de estrategias que existen dentro de una empresa. Finalmente se evalúan las características del programa de mercadotecnia escogido.

Capítulo N° IV: **Tipos de estrategias**; se estudian las estrategias en función a los modelos estratégicos. Entre los principales modelos, se pueden citar las siguientes estrategias: las estrategias genéricas de integración, la matriz producto-mercado, las estrategias genéricas, la matriz del Boston Consulting Group y finalmente las estrategias competitivas.

El capítulo N° V. **La Investigación de Mercados y los Sistemas de Información de Mercadotecnia**; en este capítulo resalta la importancia de la investigación de los mercados, así como los canales de información con los que deben de contar las empresas referidos a la mercadotecnia.

Capítulo N° VI: **El Mercado del Consumidor**; se explica los productos que existen en el mercado, explicándose los mismos por los hábitos de compra que este presenta, en bienes de conveniencia, bienes de comparación y bienes de especialidad. También se explican los principales factores que influyen en el comportamiento del consumidor, en el proceso de toma de decisiones y en los cambios en el comportamiento de compra.

Capítulo N° VII: **El Mercado Industrial**; en este capítulo, se analizan las principales características, los productos que ofrece y los tipos de compra que existen. El lector no deberá de perder de vista la perspectiva de que se está tratando del mercado peruano.

Capítulo N° VIII: **Segmentación del Mercado**; trata de los criterios utilizados a efectos de segmentar tanto el mercado del consumidor como el industrial. Es importante tomar nota a las estrategias de selección

Capítulo N° IX: **Pronóstico de la demanda**; toda empresa a efectos de desarrollar sus estrategias de marketing, deberá conocer las características de su mercado, tales como el tamaño del mismo y las características de la demanda.

Capítulo N° X: **El Producto**; en el presente capítulo, se analizan las estrategias de mercadotecnia en función al tipo del producto. En el también se comprenden un conjunto de variables, como su posición frente a la competencia, su ciclo de vida, el desarrollo de nuevos productos y la importancia del posicionamiento del producto.

Capítulo N° XI: **Los Canales de Distribución**; en dicho capítulo se describen los canales de distribución, señalando los distintos tipos y sus principales características; también se desarrollan los sistemas de mercadotecnia informales.

Capítulo N° XII: **La Promoción**; en el presente capítulo, se analiza el marketing directo y el merchandising.

Capítulo N° XIII: **Precio**; en él se estudia las tácticas para fijar los precios de los productos considerando la importancia del precio total y sus derivados así como las condiciones de venta.

Capítulo N° XIV: **Implementación del Programa de mercadotecnia**; en el se señalan las metodologías de implementación de un programa de mercadotecnia, considerando las estrategias del mismo, sin descuidar los factores vinculados a la organización empresarial.

José Marsano Delgado
Investigador

Periodismo sin información

Editorial Tecnos
Madrid. 2006

Se trata de una recopilación de trabajos realizados por María Luisa Humanes, Chelo Sánchez, Luis García Tojar y Ana María Tamarit y compilados por Félix Ortega.

En el libro, los autores abordan el tema de un periodismo carente de información confiable donde se privilegia una serie de malas prácticas al servicio de fines ajenos al quehacer periodístico. De esta manera se examina hasta qué punto los medios de comunicación pierden solvencia y credibilidad.

El texto se divide en dos grandes campos temáticos: el primero aborda las características del modelo de la no información, sus antecedentes históricos y sociales. El segundo está orientado al estudio de las principales manifestaciones del modelo, que son esencialmente la espectacularización y banalización de la información, el predominio de la opinión y el revisionismo histórico.

Periodismo cultural

Editorial Síntesis.
Madrid. 2006

Texto escrito por el profesor de la Universidad Complutense de Madrid y periodista del área de cultura de Televisión Española, Francisco Rodríguez Pastoriza, en el que hace un recorrido histórico y conceptual de las delimitaciones del periodismo cultural.

El autor considera que el periodismo cultural ha pasado de contar con profesionales dedicados a la transmisión de agendas a un conjunto de expertos en cada uno de los géneros, es decir, que la especialización

se ha vuelto una exigencia de los medios y esta es cada vez más amplia y especializada.

Se trata de un libro de consulta obligatoria para todos aquellos que quieran conocer más del periodismo cultural, ya que ilustra ampliamente las diferentes maneras de abordar este tipo de temas.

Historia del periodismo universal

Editorial Ariel

Barcelona 2004

Un grupo de investigadores y profesores de diversas universidades españolas y latinoamericanas se unió, bajo la coordinación del catedrático Carlos Barrera, para enfrentar el reto de exponer de una manera clara y ordenada la evolución histórica del periodismo.

La obra se divide en dos grandes partes claramente diferenciadas: Una primera que desde las formas originarias del periodismo abarca todo el siglo XIX, y una segunda que se centra en el siglo XX.

Dedica un capítulo al nacimiento y desarrollo de la prensa periódica nacional en América Latina y analiza la fuerte irrupción de Internet y los nuevos modelos de negocio en el panorama comunicativo mundial. La lectura de este libro facilitará la comprensión de la historia de los medios informativos.

Silvia Quinteros - Carlos Batalla

VV. AA., *Archaeological Investigation of Late Archaic Sites (3000-1800 B.C.) in the Pativilca Valley, Peru*, FIELDIANA Anthropology N° 40, 2007.

Los Andes peruanos han sido reconocidos largamente como una de las seis áreas del mundo en donde la civilización se desarrolló bajo condiciones "prístinas" o endógenas. En el último cuarto del siglo XX las investigaciones estuvieron enfocadas en conocer el cómo y porqué el desarrollo de la civilización en los Andes. La profundización de las investigaciones va remontando el principio mismo de lo que puede ser identificado como la emergencia de la Civilización Andina.

Por muchos años, la cultura compleja Chavín con su estilo artístico distintivo y su capital ceremonial Chavín de Huantar en los Andes centrales, fue considerada la cultura madre de la Civilización Andina. Sin embargo, recientes investigaciones han virado el foco de atención de la cultura Chavín hacia la costa central. En esta área, localizada entre el valle de Lurín y el valle de Casma, la investigación arqueológica está revelando un patrón de grandes centros ceremoniales con arquitectura monumental

y arte elaborado. El fechado de esos sitios durante este temprano desarrollo costero aun está siendo trabajado, pero el rango de fechados radiocarbónicos va de 4900 a 3200 años, antes de la fundación de Chavín de Huantar y la expansión de Chavín en el Horizonte Temprano.

La notable presencia de la mayoría de los sitios del Arcaico Tardío en la región del Norte Chico, todos con arquitectura ceremonial y monumental, presenta una oportunidad sin paralelos para la investigación arqueológica. El área ofrece la posibilidad de abrir una ventana hacia los inicios prehistóricos de la temprana sociedad compleja que emergió en Sudamérica.

Este volumen, presenta los resultados de la investigación arqueológica en nueve sitios en el valle de Pativilca en la costa central del Perú. Están incluidos los primeros fechados radiocarbónicos recolectados sistemáticamente de este valle, que forma parte de la zona denominada Norte Chico. Las descripciones y los mapas de los sitios muestreados proveen las bases para la discusión sobre el periodo Arcaico Tardío (3000-1800 A.C.) en el valle y sus alrededores, es donde la arquitectura monumental aparentemente se ha registrado antes que en ningún otro lugar en el Nuevo Mundo.

Cuarenta y cuatro muestras de radiocarbono fueron analizadas provenientes de ocho sitios, demostrando que siete de ocho fueron ocupados entre el 2740 y el 1870 A.C. durante el período Arcaico Tardío. Una muestra radiocarbónica del sitio de Potao arrojó un fechado de 1480 A.C. demostrando que este fue ocupado en el subsecuente período Inicial. Estos hallazgos son tratados en el marco de la discusión sobre el desarrollo de la sociedad compleja en la región.

Angélica Arriola

OMT (2003) Turismo rural: Una solución para el empleo, desarrollo local y medio ambiente. OMT. Madrid.

La Organización Mundial del Turismo - OMT en el libro **Turismo rural: Una solución para el empleo, desarrollo local y medio ambiente**, dirige sus inquietudes a estudiar el turismo en el ámbito rural en Europa. Sostiene que el turismo rural esta basado en el aprovechamiento de espacios abiertos con participación activa de las poblaciones locales para brindar servicios a los turistas, y cubrir las expectativas del visitante en tres aspectos: alojamiento, actividades deportivas en espacio abierto (como viajar en bicicleta) y actividades culturales locales (economuseos, itinerarios culturales).

Una propuesta interesante que presenta, es que los productos se pueden comercializar asociándolos a la geografía de una región o también identificándolos con una actividad de interés especial, y de esta manera se les singulariza.

Brinda sugerencias de cómo se puede realizar la actividad turística en el espacio rural, detallando las características de esta actividad con ejemplos desarrollados en otros países.

Las recomendaciones acerca de la operación de un destino rural son variadas, incidiendo en los casos presentados, para tomar en cuenta las características de la actividad turística en el lugar propuesto, y desarrollando una serie de propuestas que van dirigidas a lograr que el turismo rural se convierta en una herramienta que ayude al desarrollo local de las comunidades.

OMT (1999) *Turismo Sostenible y Gestión Municipal: Agenda para planificadores locales*. OMT. Madrid.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en su libro "**Turismo Sostenible y Gestión Municipal: Agenda para planificadores locales**" (1999), realiza una propuesta acerca del papel del turismo sostenible, como alternativa de desarrollo para los gobiernos locales, que puede ser aplicado por sus autoridades, como por planificadores que estén orientados a presentar propuestas para mejorar las condiciones de vida de las comunidades urbanas y rurales.

El objetivo de la propuesta de la OMT, es convertir al turismo sostenible en una herramienta de desarrollo para las comunidades de América Latina, contando con el apoyo de todos sus pobladores.

Para que el turismo se convierta en una herramienta de desarrollo, se redacta un plan de desarrollo turístico sostenible, que considera varias etapas como: Organización del Plan; Identificación de temas claves para considerar, como la oferta de alojamiento, mejora de infraestructura, etc.; Análisis FODA: destacando sus amenazas y debilidades; Establecimiento de objetivos, estrategias; desarrollo del plan, y su posterior implementación.

Este esquema parte de una concepción horizontal, donde cada etapa es desarrollada con el apoyo de los pobladores, discutida, mejorada y puesta en funcionamiento por ellos. Esta propuesta es importante, porque hace frente a una serie de proyectos de turismo sostenible que fueron realizados en América Latina, donde sus propuestas no fueron consideradas por parte de empresas privadas.

Una tarea que expone este libro, es que se deben realizar todos los esfuerzos para evitar la desaparición de las tradiciones y costumbres de las comunidades, que son, las razones por que los visitantes llegan a estas poblaciones.

Mg. Sandro Castro Mio

Publicaciones

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

PROYECTOS, ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

NOMBRE	AUTOR
La exoneración de responsabilidad del deudor por falta de cumplimiento de obligaciones en la compra venta internacional de mercancías reguladas en la Convención de Viena de 1980	Dr. Enrique Miguel Chávez Bardales
Actitudes hacia la investigación, las Asignaturas de Seminario de Tesis I y II y los docentes asignados en la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos.	Mg. Aristides Vark Homa
Publicación del Boletín Informativo y visor y apertura del Blog de opinión consulta de la Facultad.	Mg. Rodolfo Chávez Gallo, Lic. Gerardo Hurtado, Lic. Carlos Siguan Montoya y Lic. Ronal Marav