

27627 - Decisiones sobre gestión comercial de precios

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 27627 - Decisiones sobre gestión comercial de precios

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Créditos: 6.0

Curso: 3

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Obligatoria

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura tiene como objetivo principal ofrecer a los estudiantes una formación especializada sobre los objetivos, estrategias, métodos y herramientas que les capaciten para llevar a cabo una dirección efectiva de la política de precios de una organización.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas en la asignatura contribuirán al logro de los objetivos:

Objetivo 4: Educación de calidad

2. Resultados de aprendizaje

- Explicar la naturaleza e importancia del precio como variable de marketing.
- Definir qué es el precio y cuál es su función e importancia en las organizaciones.
- Identificar los factores que influyen en la fijación de precios y evaluar sus implicaciones sobre las decisiones sobre precios.
- Identificar, analizar y evaluar los objetivos que condicionan y determinan la gestión comercial de los precios.
- Describir el proceso de cálculo del coste de los productos y fijar el precio de los mismos atendiendo a los diferentes métodos de fijación de precios basados en los costes.
- Analizar el comportamiento de la demanda y fijar el precio de los productos atendiendo a los diferentes métodos de fijación de precios basados en la demanda.
- Evaluar el comportamiento de la competencia y fijar el precio de los productos atendiendo a los diferentes métodos de fijación de precios basados en la competencia.
- Identificar, diferenciar y evaluar las distintas estrategias comerciales de fijación de precios.
- Desarrollar, de manera individual y/o en equipo, actividades y trabajos relacionados con los contenidos de la asignatura y planificar los mismos para la mejor consecución de los objetivos fijados y la optimización del tiempo.
- Comunicar, de forma oral y escrita, conocimientos, ideas y resultados de las actividades y trabajos realizados.

Todo lo anterior se realizará de acuerdo a los valores propios de la ética y las buenas prácticas profesionales, así como los valores democráticos y de respeto.

3. Programa de la asignatura

PARTE I: EL PRECIO COMO VARIABLE DE MARKETING

TEMA 1. - La Naturaleza e Importancia del Precio en Marketing

TEMA 2. - Diseño y Planificación de la Política de Precios

PARTE II: MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

TEMA 3. - Fijación de Precios Basada en los Costes

TEMA 4. - Fijación de Precios Basada en la Demanda

TEMA 5. - Fijación de Precios Basada en la Competencia

PARTE III: DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

TEMA 6. - Gestión Estratégica de Precios

4. Actividades académicas

Se combinarán diferentes métodos pedagógicos e instrumentos docentes tales como lecciones magistrales participativas, la resolución de problemas y casos prácticos, así como la búsqueda, discusión y reflexión de textos, noticias y lecturas

Clases magistrales: 30 horas

Clases prácticas: 30 horas

Estudio Personal: 84-86 horas

Pruebas Evaluación: 2h o 4h (las que están fuera de horario de clase)

6 ECTS = 150 horas

En principio la metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

5. Sistema de evaluación

La asignatura se evaluará en primera convocatoria y segunda convocatoria mediante sistema global.

Dicho sistema consta en una prueba escrita, a realizar en las fechas oficiales establecidas por el Centro, que versará sobre todos los contenidos teóricos, prácticos y teórico-prácticos desarrollados a lo largo del semestre y recogidos en el programa de la asignatura.

Esta prueba contendrá preguntas cortas (de contenido teórico, práctico, o teórico-práctico), ejercicios de aplicación, problemas, y/o preguntas de elección múltiple.

En la evaluación de esta actividad se utilizarán los siguientes criterios:

- Adecuación de las repuestas a los contenidos teóricos y prácticos desarrollados durante el curso académico según el programa de la asignatura.
- Precisión y claridad expositiva en las respuestas.
- Precisión en el uso de la terminología.
- Expresión escrita correcta, presentación adecuada y corrección ortográfica.
- Precisión en la resolución de los ejercicios y problemas, y razonamiento crítico del proceso para llegar a la solución.
- Resolución correcta de las preguntas de elección múltiple (indicar la respuesta correcta) y justificación razonada de la opción seleccionada

La prueba escrita se calificará de 0 a 10 puntos y supondrá el 100% de la calificación final del estudiante en la asignatura. Para superar la asignatura el alumno deberá obtener una nota final no inferior a 5 puntos.