

## 27627 - Decisiones sobre gestión comercial de precios

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2024/25

**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.

## 6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4 - Educación de Calidad