

TEORÍA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Curso: 4	Tipo: Optativa	Período de docencia: C1
Créditos: 4,5		
Estudios: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS		
Especialidad: Dirección Comercial		

OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura es profundizar en la política de precios, proporcionando al alumno el conocimiento de técnicas e instrumentos relativos a la determinación del precio de venta, así como su puesta en práctica, desde una perspectiva general válida para todo tipo de producto o servicio o adecuándola a temas específicos como la fijación de precios para productos industriales, precios internacionales, precios y canales de distribución, etc.

CONTENIDOS

- 1.- INTRODUCCIÓN: EL PRECIO EN EL MARKETING.
- 2.- EL COSTE.
- 3.- LA DEMANDA.
- 4.- MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS BASADOS EN LA DEMANDA.
- 5.- LA COMPETENCIA.
- 6.- OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE PRECIOS.
- 7.- ESTRATEGIA DE PRECIOS.
- 8.- TEMAS ESPECIALES: ASPECTOS LEGALES, FIJACIÓN DE PRECIOS EN EL COMERCIO MINORISTA, FIJACIÓN DE PRECIOS INTERNACIONALES...

ORIENTACIÓN METODOLÓGICA

- 4Clase teóricas basadas en exposición de los temas por parte del profesor y su posterior discusión.
- 4Clases prácticas basadas en la aplicación de los conceptos a través de supuestos y ejemplos.
- 4Lectura de artículos de revistas especializadas para su posterior comentario en grupo.

EVALUACIÓN

Se basará en los siguientes parámetros:

- 4 Examen final.
- 4 Trabajo en grupo.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Gros, Víctor: *Cómo fijar el precio óptimo*. Editorial Deusto, 1996.

Fletcher, T. y Russel-Jones, N.: *Política de precios*. Editorial Gestión 2000, 1997.

De Velasco, Emilio: *El precio, variable estratégica de marketing*. Editorial Mc Graw-Hill Instituto de Empresa, 1998.

Carlos Díez De Castro, Enrique: *Gestión de precios*. Editorial ESIC, 1999.

Zorita Lloreda, Enrique: *Marketing promocional*. Editorial ESIC, 2000.

Agustín, Antonio: *La distribución comercial en el siglo XXI*. Editorial Gestión 2000, 2002.

Iniesta, Lorenzo: *Promoción de ventas. ¡Resultados ya!*. Editorial Gestión 2000, 2003.

Raúl Sánchez Sánchez, Carlos: *Administración del precio en mercadería*. Editorial Thomson, 2003.