

Política de precios



Área: COMERCIO Y MARKETING

Modalidad: Teleformación

Duración: 40 h

Precio: 15.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

- Conocer el concepto y clasificación del producto y las políticas y estrategias a seguir, a distinguir entre creación, modificación y eliminación de producto.

####

- Analizar la importancia de la fijación del precio de un producto, en la consecución de objetivos de la empresa y a identificar los elementos claves en la determinación de la política de precios.

CONTENIDOS

TEMA 1. POLÍTICA DE PRECIOS I

- 1.1. INTRODUCCIÓN
- 1.2. LÍNEAS BÁSICAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS
- 1.3. FASES DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS
 - 1.3.1. OBJETIVOS DEL PRECIO
 - 1.3.2. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA
 - 1.3.3. ESTIMACIÓN DE COSTES
 - 1.3.4. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES
 - 1.3.5. SELECCIÓN DE LA TÉCNICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS
 - 1.3.6. SELECCIÓN DEL PRECIO
- 1.4. ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS
- 1.5. INTERCAMBIO DE PRODUCTOS

TEMA 2. POLÍTICA DE PRECIOS II

- 2.1. ADAPTACIÓN DEL PRECIO
 - 2.1.1. FIJACIÓN GEOGRÁFICA DE PRECIOS
 - 2.1.2. DESCUENTOS EN LOS PRECIOS Y OTRAS REDUCCIONES
 - 2.1.3. PRECIOS PROMOCIONALES
 - 2.1.4. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS
 - 2.1.5. DISCRIMINACIÓN DIGITAL
 - 2.1.6. FIJACIÓN DEL PRECIO DE UN CONJUNTO DE PRODUCTOS
- 2.2. REDUCCIÓN Y AUMENTO DE PRECIOS
 - 2.2.1. REDUCCIÓN DE PRECIOS
 - 2.2.2. AUMENTO DE PRECIOS
- 2.3. REACCIONES ANTE LOS CAMBIOS DE PRECIO
 - 2.3.1. CONSUMIDORES
 - 2.3.2. COMPETIDORES
 - 2.3.3. RESPUESTA DE LA EMPRESA ANTE LOS CAMBIOS DE SUS COMPETIDORES

2.4. NEGOCIACIÓN DE PRECIOS

2.4.1. TIPOS DE NEGOCIACIONES

2.4.2. FASES DE UNA NEGOCIACIÓN

2.4.3. RELACIÓN PRECIO/VALOR

2.4.4. PRESENTACIÓN ADECUADA DEL PRECIO

2.4.5. TÁCTICAS DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.