

Política de precios

AF: 40022

OBJETIVO

- 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.

ÍNDICE

TEMA 1. POLÍTICA DE PRECIOS I 1.1. INTRODUCCION 1.2. LINEAS BASICAS PARA LA FIJACION DE PRECIOS 1.3. FASES DE LA FIJACION DE PRECIOS 1.3.1. OBJETIVOS DEL PRECIO 1.3.2. DETERMINACION DE LA DEMANDA 1.3.3. ESTIMACION DE COSTES 1.3.4. ANALISIS DE LOS COMPETIDORES 1.3.5. SELECCION DE LA TÉCNICA DE FIJACION DE PRECIOS 1.3.6. SELECCION DEL PRECIO 1.4. ESTRATEGIAS DE FIJACION DE PRECIOS 1.5. INTERCAMBIO DE PRODUCTOS

TEMA 2. POLÍTICA DE PRECIOS II 2.1. ADAPTACION DEL PRECIO 2.1.1. FIJACION GEOGRAFICA DE PRECIOS 2.1.2. DESCUENTOS EN LOS PRECIOS Y OTRAS REDUCCIONES 2.1.3. PRECIOS PROMOCIONALES 2.1.4. DISCRIMINACION DE PRECIOS 2.1.5. DISCRIMINACION DIGITAL 2.1.6. FIJACION DEL PRECIO DE UN CONJUNTO DE PRODUCTOS 2.2. REDUCCION Y AUMENTO DE PRECIOS 2.2.1. REDUCCION 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. NEGOCIACION DE PRECIOS 2.4.1. TIPOS DE NEGOCIACIONES 2.4.2. FASES DE UNA NEGOCIACION 2.4.3. RELACION PRECIO/VALOR 2.4.4. PRESENTACION ADECUADA DEL PRECIO 2.4.5. TACTICAS DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES

