

Política de precios

Modalidad:

e-learning con una duración 40 horas

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. LINEAS 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. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES?