

## FUNDACIÓN DE ALTOS ESTUDIOS EN CIENCIAS COMERCIALES



- Carrera: COMERCIALIZACIÓN
- Asignatura: POLÍTICA DE PRECIOS
- Cátedra: PROFESOR ARTURO FERNÁNDEZ

**PROGRAMA DE ESTUDIOS 2017**

## PROGRAMA DE ESTUDIOS



ASIGNATURA:      **POLÍTICA DE PRECIOS**

- TITULAR:      **PROFESOR ARTURO FERNÁNDEZ**

- OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Capacitar al estudiante en la toma de decisiones, desde el análisis de situaciones (contexto), evaluando las diferentes estrategias de precios e implementando el sistema óptimo para la fijación y evaluación de los precios; utilizando con destreza los instrumentos de marketing y el conocimiento de los mercados.

- UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A UNA POLÍTICA DE PRECIOS

Objetivo: Destacar la importancia de formular una política de precios compatible con la política de empresa en un contexto social.

Contenidos:

1.1 Precios y política	Teórico
1.2 El control de precios en la sociedad	Teórico
1.3 Importancia del precio en el mercado y la economía general	Teórico
1.4 Enfoque de Marketing sobre estructuras de competencia en el mercado	Teórico
1.5 Mecanismos concretos de formación de precios	Teórico
1.6 Estrategias de Precio	Teórico

- UNIDAD II: PROPUESTA DE VALOR

Objetivo: Estimular la búsqueda de valor para una efectiva fijación de precios.

Contenidos:

2.1 Mercado de precios basado en el valor	Teórico
2.2 Valor de aprecio, valor de uso y valor de cambio	Teórico
2.3 El valor percibido y su medición – mapa de valor	Práctico
2.4 Tipología de precios	Teórico
2.5 Duplicación teórica del beneficio	Teórico
2.6 Las 9 posiciones estratégicas de precios	Práctico
2.7 El origen del valor y los precios	Teórico

- **UNIDAD III: FIJACIÓN DE PRECIOS**

Objetivo: Que el estudiante adquiera destreza en los diferentes tipos de fijación de precios.

Contenidos:

3.1 El poder del precio - Power pricing	Práctico
3.2 Basic pricing - Esquema conceptual	Teórico
3.3 Mark up sobre costos, ventas y ponderado - Aplicaciones	Práctico
3.4 Margen compensado I - Función precios subsidiados	Práctico
3.5 Margen compensado II - Función volúmenes físicos	Práctico
3.6 Pricing de nuevos productos	Teórico
3.7 Discriminación de precios	Teórico
3.8 PRECIO óptimo con mayor aceptación	Práctico

- **UNIDAD IV: PRESENTACIÓN DE PRECIOS**

Objetivo: Capacitar al estudiante en la importancia de una óptima y estética presentación de los precios.

Contenidos:

4.1 Precios en gama - Ley Weber Fechner	Práctico
4.2 Método de Dayan - Troadec - Comparaciones	Práctico
4.3 Comunicación de precios	Teórico
4.4 Métodos EDLP - Hi/Lo Promotion	Teórico
4.5 Bundle - Individual - Puro - Mixto	Práctico
4.6 El Precio como sinónimo de calidad	Teórico

- **UNIDAD V: EVALUACIÓN DE PRECIOS**

Objetivo: Desarrollar el criterio de una evaluación permanente de los efectos de una política de precios.

Contenidos:

5.1 Precio y beneficio óptimos en función de la elasticidad	Práctico
5.2 Baja y suba de precios y la contribución total	Práctico
5.3 La guerra de precios	Teórico
5.4 Índice de Dupont	Práctico

- **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

- **Precio y Valor** - Fernández y Loiacono - Ugerman Editor. Edición 2001.
- **Guía de desarrollo práctico** - A. Fernández - Edición 2017.
- **Ensayos, estudios y tesis en Pricing** - A. Fernández - Edición 2017.
- [www.nelsonpricing.com.ar](http://www.nelsonpricing.com.ar)  
Sección Cursantes a) Programa 2017 b) Planificación c) Notas d) Guía de desarrollo

práctico 2017 e) Ensayos, estudios y tesis en Pricing. Contraseña: pricing.  
Icono aciertos y errores a) La importancia del precio b) Bundle, menores precios, mayores beneficios c) Precio óptimo de mayor aceptación.  
Icono pricing en el periodismo a) Elección de un artículo a voluntad para desarrollar.  
 Icono LinkedIn” grupo  “Gestión de precios” participación.

• **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

- **Política de Precios** - Monroe, Kent - Edit. Mc Graw Hill.
- **El Precio** - De Velasco, Emilio - Edit. Mc Graw Hill.
- **Estrategias y tácticas para la fijación de precios** - Nagle y Holden - Edit. Gránica.
- **Power pricing** - R. Dolan y H. Simon - Edit. The Free Press.
- **Gestión de precios** - H. Simon - Edit. Iese.
- **Gestión de precios** - Castro, Enrique - Edit. Esic.
- **Teoría de los precios y aplicaciones** - Pashigian, Peter - Edit. Mc Graw Hill.
- **Cómo poner precios** - Winkler, John - Edit. Deusto.
- **El arte del precio** - Mohamed, Rafi - Edit. Empresa Activa.
- **4.000 años de controles de precios y salarios** - Edit. Atlántida - Schuettinger y Buttler.

**METODOLOGÍA**

**Información sobre el desarrollo de la asignatura**

A- Extensión **cuatrimestral**.

B- Dos (2) **parciales escritos** + un (1) **final oral**.

C- Dos (2) llamados a final. Cada llamado por riguroso y estricto orden alfabético.

D- Parcial I comprende unidades I a II.

E- Parcial II comprende unidades III a IV.

F- Final comprende unidades I a V.

**Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Marzo 2017**