

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Actividades** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 1	Tema 1. Fundamentos sobre el precio en marketing 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Importancia del precio como variable de marketing 1.3. Determinantes y decisiones del precio: estrategia y táctica 1.4. Precios: estrategia de creación y comunicación de valor 1.5. Resumen	Test Tema 1 (0.1 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Tema 2: Estrategias de precios en distintos entornos y mercados 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Estructura y proceso de fijación de precio 2.3. Estrategias de precios diferenciales y a lo largo del ciclo de vida 2.4. Precios para entornos competitivos y no competitivos, digitales y globales 2.5. Resumen	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. Diseño de una estrategia integrada de precios 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Estrategias de precios dinámicos, por canales, segmentos y líneas de productos 3.3. Estrategias de negociación de precios, de promoción y para nuevos productos 3.4. Estrategias de precios minoristas, mayoristas y en comercio electrónico 3.5. Resumen	Actividad 1 (4.0 puntos) Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3
Semana 4	Tema 4. Fijación de precios en función de los costes 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Importancia de los costes en la fijación de precios 4.3. Ventajas competitivas internas y análisis micro-económico de costes y precios 4.4. Métodos de fijación de precios según costes: margen, punto muerto o umbral 4.5. Resumen	Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del Tema 4
Semana 5	Tema 5. Fijación de precios en función de la demanda 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Demanda, segmentación, sensibilidad al precio y percepción de valor 5.3. Estrategias de precios psicológicos, óptimos, de referencia y umbrales 5.4. Método de valor percibido en la fijación de precios 5.5. Resumen	Actividad 2 (4.0 puntos) Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del Tema 5

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 6	Tema 6. Fijación de precios en función de la competencia 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Diseño de un sistema de información de precios sobre la competencia 6.3. Estrategias y tácticas de reacción a los precios de la competencia 6.4. Dinámica competitiva en precios: especial referencia a concursos y licitaciones 6.5. Resumen	Test Tema 6 (0.1 puntos)	Clase del Tema 6
Semana 7	Tema 7. Medición e implementación de la estrategia de precios 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Procedimientos y técnicas de medición para la fijación de precios 7.3. Precios en función de una propuesta de valor y siempre bajos (EDLP)		Clase de Resolución de la Actividad 1 Clase del Tema 7
Semana 8	Tema 7. Medición e implementación de la estrategia de precios (continuación) 7.4. Medición e implementación de precios de transferencia e internacionales 7.5. Resumen	Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase del Tema 7 (continuación)
Semana 9	Tema 8. Análisis económico-financiero del precio en marketing 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Análisis contable, financiero y presupuestario en marketing 8.3. Análisis y predicción de datos para la toma de decisiones en marketing 8.4. Panel, análisis multivariante y de series temporales aplicados al precio 8.5. Resumen	Actividad grupal (6.0 puntos) Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase de Resolución de la Actividad 2 Clase del Tema 8
Semana 10			Presentación de la Actividad Grupal
Semana 11	Tema 9. Control de gestión comercial y de marketing 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. El sistema de control de gestión comercial y la función del controller 9.3. Instrumentos y técnicas de control de gestión en otras áreas de la empresa		Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 9
Semana 12			Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 13	Tema 9: Control de gestión comercial y de marketing (continuación) 9.4. Métricas en marketing, control integrado y cuadro de mando integral 9.5. Resumen	Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del Tema 9
Semana 14	Tema 10: Ética, legalidad y justicia en las decisiones sobre precios 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Ética en las decisiones sobre la dirección de precios 10.3. Legalidad en las decisiones sobre la dirección de precios 10.4. Justicia y responsabilidad social en la dirección de precios 10.5. Resumen	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del Tema 10

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

Nota: Los siguientes días se consideran periodos no lectivos

- 26/12/2022 a 08/01/2023 : Repaso