

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. Fundamentos sobre el precio en marketing</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Importancia del precio como variable de marketing</p> <p>1.3. Determinantes y decisiones del precio: estrategia y táctica</p> <p>1.4. Precios: estrategia de creación y comunicación de valor</p> <p>1.5. Resumen</p>	<p>Test Tema 1(0,1 puntos)</p> <p>Actividad Huella Unir(0,8 puntos)</p>	<p><b>Sesión de Presentación de la asignatura</b></p> <p>Clase del Tema 1</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Estrategias de precios en distintos entornos y mercados</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Estructura y proceso de fijación de precio</p> <p>2.3. Estrategias de precios diferenciales y a lo largo del ciclo de vida</p> <p>2.4. Precios para entornos competitivos y no competitivos, digitales y globales</p> <p>2.5. Resumen</p>	<p>Test Tema 2(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 2</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Diseño de una estrategia integrada de precios</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Estrategias de precios dinámicos, por canales, segmentos y líneas de productos</p> <p>3.3. Estrategias de negociación de precios, de promoción y para nuevos productos</p> <p>3.4. Estrategias de precios minoristas, mayoristas y en comercio electrónico</p> <p>3.5. Resumen</p>	<p>Actividad 1(1,1 puntos)</p> <p>Test Tema 3(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 3 (se incluye presentación de actividad 1)</p>
Semana 4	<p>Tema 4. Fijación de precios en función de los costes</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Importancia de los costes en la fijación de precios</p> <p>4.3. Ventajas competitivas internas y análisis micro-económico de costes y precios</p> <p>4.4. Métodos de fijación de precios según costes: margen, punto muerto o umbral</p> <p>4.5. Resumen</p>	<p>Test Tema 4(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 4</p>
Semana 5	<p>Tema 5. Fijación de precios en función de la demanda</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Demanda, segmentación, sensibilidad al precio y percepción de valor</p> <p>5.3. Estrategias de precios psicológicos, óptimos, de referencia y umbrales</p> <p>5.4. Método de valor percibido en la fijación de precios</p> <p>5.5. Resumen</p>	<p>Test Tema 5(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 5</p>
Semana 6	<p>Tema 6. Fijación de precios en función de la competencia</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Diseño de un sistema de información de precios sobre la competencia</p> <p>6.3. Estrategias y tácticas de reacción a los precios de la competencia</p> <p>6.4. Dinámica competitiva en precios: especial referencia a concursos y licitaciones</p> <p>6.5. Resumen</p>	<p>Actividad Grupal(2 puntos)</p> <p>Test Tema 6(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 6 (se incluye presentación de actividad 2 (grupal))</p> <p><b>Clase de Resolución de la Actividad 1</b></p>

<b>Semana 7</b>	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 del Tema 7 <b>Sesión de Recomendación de Examen</b>
<b>Semana 8</b>	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
<b>Semana 9</b>	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		Clase del Tema 8
<b>Semana 10</b>	Tema 8. Análisis económico-financiero del precio en marketing (continuación) 8.4. Panel, análisis multivariante y de series temporales aplicados al precio 8.5. Resumen	Actividad 3(1,1 puntos) Test Tema 8(0,1 puntos)	Clase del Tema 8 (se incluye presentación de actividad 3) <b>Clase de Resolución de la Actividad 2 (grupal)</b>
<b>Semana 11</b>	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 <i>controller</i> 9.3. Instrumentos y técnicas de control de gestión en otras áreas de la empresa		Clase del Tema 9
<b>Semana 12</b>	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
<b>Semana 13</b>	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		Clase del Tema 10 <b>Clase de Resolución de la Actividad 3</b>
<b>Semana 14</b>	Tema 10. Ética, legalidad y justicia en las decisiones sobre precios (continuación) 10.4. Justicia y responsabilidad social en la dirección de precios 10.5. Resumen Casos y ejemplos prácticos reales. (Ética en la estrategia de precios, y Decisiones estratégicas en la fijación de precios)	Test Tema 10(0,1 puntos)	Clase del Tema 10
<b>Semana 15</b>	Clase de Repaso		
<b>Semana 16</b>	<b>Semana de exámenes</b>		

Esta Programación semanal **puede ser modificada** si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.

