

Asignatura

Nombre Asignatura	Estrategia de Fijación de Precios
Código	101422029
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Marketing (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	3

Datos Generales

➤ PROFESORADO

de Enrique Arnau, Luis Manuel

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

La asignatura de Estrategia de Fijación de Precios es una asignatura obligatoria de Tercer Curso con 6 Créditos ECTS.

Esta asignatura del Grado de Marketing, profundiza en los contenidos y competencias adquiridas en las asignaturas de Fundamentos de Marketing, Comportamiento del Consumidor y Gestión de Marca, teniendo como objetivo fundamental, entender cómo se fijan los precios y de acuerdo con qué criterios. Ello implicará analizar las variables que inciden en los precios, los costes de producción y distribución, así como los tipos de beneficio.

La asignatura busca adiestrar a los alumnos del Grado en Marketing en los conceptos, funciones, implicaciones, herramientas y estrategias más relevantes y actuales de las políticas de precios en distintos canales, y el análisis de costes que permitan la fijación de precios competitivos y aceptados por los consumidores, tendentes a optimizar los beneficios y ventas de la cartera de productos/servicios comercializados por las empresas.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Desde el punto de vista teórico, la asignatura busca capacitar al alumnado en el conocimiento de:

las diferentes teorías utilizadas para la formulación de los precios
el papel que juegan los precios en el conjunto del marketing-mix
las estrategias comerciales basadas en precios a disposición de las empresas

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Desde el punto de vista práctico, la asignatura busca desarrollar las habilidades del alumnado relacionadas con:

Identificar y discriminar información relevante, así como su búsqueda y obtención de entre fuentes diversas.

Analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información.

Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la resolución de problemas de naturaleza comercial.

Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Competencias Básicas:

CB1 Que los alumnos hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 Que los alumnos sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 Que los alumnos tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 Que los alumnos puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los alumnos hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias Generales:

CG1 Comprender el papel que juegan las variables y tendencias sociales, económicas y culturales en la innovación de productos y servicios.

CG2 Encuadrar la función de marketing dentro de los diferentes roles, funciones y disciplinas que concurren dentro de la empresa, de modo que se faciliten las sinergias y el trabajo en equipo.

CG3 Comprender la estructura de los medios y canales de comunicación, distribución y venta para mejorar la comercialización de los productos y servicios.

CG4 Gestionar los elementos y herramientas del nuevo ecosistema digital para adaptarse a la transformación de los modelos de relación y de negocio.

CG5 Hacerse cargo de la cultura de una organización para identificar sus fortalezas y debilidades, mejorando la capacidad de organización y planificación.

CG6 Analizar la información y los datos provenientes de fuentes diversas para llevar a cabo un correcto diagnóstico de la realidad del mercado y tomar las decisiones idóneas.

CG7 Comprender e integrar los diferentes elementos (tangibles e intangibles) que contribuyen al posicionamiento y propuesta de valor de una marca.

CG8 Desarrollar habilidades interpersonales que refuercen el trabajo autónomo y las capacidades de persuasión y negociación.

CG9 Reflexionar sobre los componentes de la personalidad humana y sus relaciones con el entorno en diferentes dimensiones para comprender mejor las motivaciones del comportamiento de los consumidores.

CG10 Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos propios de la profesión, respetando los principios de libertad e igualdad y defendiendo una cultura de paz y respeto de los derechos fundamentales y digitales.

Competencias Específicas:

CE1 Comprender las características del mercado, y del entorno económico y empresarial para saber gestionar y administrar una organización.

CE2 Comprender los fundamentos de la dirección estratégica y del diseño y gestión de proyectos para aplicarlos a la realidad de una organización.

CE3 Aplicar los procesos de marketing y la relación de sus técnicas específicas (posicionamiento, segmentación) con respecto a la variable precio.

CE4 Analizar y segmentar el mercado y los productos para definir políticas de precio que se adecúen a las necesidades y expectativas de los consumidores.

CE5. Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales, y en especial a la variable precio

CE6. Ser capaz de identificar y analizar correctamente los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de la fijación de los precios.

CE7. Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.

Competencias Transversales:

CT1 Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto

a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

Resultados de aprendizaje:

Analizar el entorno, los costes y beneficios deseados para fijar los precios de los productos y servicios adecuadamente.

Entender los niveles de integración de los precios para establecer estrategias comerciales de fijación de precios eficaces.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

Estrategias de Marketing y Estrategias de Precios
Teorías sobre el precio
Fijación de Precios basada en Costes
Impacto en Ventas de decisiones sobre Precios
Fijación de Precios basada en Clientes
Fijación de Precios basada en la Competencia
El papel del valor en la fijación de Precios
La percepción y el precio
Otros Temas de Actualidad en torno a los Precios

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Denominación	Nº de Horas	% Presencialidad
Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	14	100
Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones de redacción periodística, herramientas informáticas, etc.).	12	100

Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	8	60
Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los alumnos, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	2	60
Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	22	0
Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los alumnos.	2	100

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Criterios de Evaluación en Convocatoria Ordinaria

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación:

Denominación	% Ponderación	Fecha	Contenido
--------------	------------------	-------	-----------

<p>SE1 Evaluación de la asistencia y participación del estudiante / participación y proactividad en el aula: valorar el desempeño y aprovechamiento de la materia, así como de las competencias pertinentes, a través de la asistencia, la observación pautada de comportamientos y la participación.</p>	<p>10%</p>	<p>A lo largo del Cuatrimestre</p>	
<p>SE2 Evaluación de trabajos, prácticas, informes: valorar el aprendizaje y la adquisición de competencias de los alumnos a través de la realización de trabajos, individuales o grupales, que pueden incluir una presentación oral.</p>	<p>40% Nota Acumulable No Reevaluable</p>	<p>A lo largo del cuatrimestre, en fechas establecidas por el profesor de la asignatura</p>	<p>Todo el temario, según establezca el profesor de la asignatura</p>
<p>SE4 Pruebas de evaluación escrita: valoración mediante prueba objetiva escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia.</p>	<p>50% Nota Mínima: 5</p>	<p>Al final del cuatrimestre en la fecha oficial de la Convocatoria Ordinaria. Esta parte de la asignatura será objetivo de reevaluación, mediante examen escrito a realizar de forma presencial en la fecha oficial de la Convocatoria Extraordinaria</p>	<p>Todo el temario</p>

El examen escrito tiene un carácter obligatorio y reflejará los conocimientos mínimos exigidos que permitirá evaluar la asimilación y comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la asignatura. Es preciso que al menos se obtenga un 5 sobre 10 por este concepto, para superar la

asignatura.

En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria, aunque la valoración de la misma en el proceso de evaluación será establecido por cada profesor de la asignatura de forma individual. En el caso de que el docente decida establecer un porcentaje de asistencia de cara a poder evaluarse de la asignatura, este deberá de ser de al menos el 80%. Si se faltara a clase por fuerza mayor, será obligatorio presentar un justificante oficial que acredite el hecho acontecido. En su caso, el docente explicará el primer día de clase el procedimiento de control de la asistencia verificable que se utilizará en el aula. Para no admitir a un estudiante a una prueba por no cumplir con el mínimo de asistencia establecido, el profesor deberá poder justificar dicha circunstancia utilizando un sistema probatorio, como por ejemplo, una hoja de firmas o un sistema de control de asistencia verificable como los puestos a disposición por la propia Universidad.

Es importante tener en cuenta que TODO lo que se dice y trabaja en las clases, puede ser materia de evaluación. Por lo tanto, la asistencia activa (atender, tomar apuntes, participar, etc.) es pieza clave para tener éxito en esta asignatura.

Criterios de Evaluación en Convocatoria Extraordinaria

Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía, únicamente de las actividades de evaluación reevaluables.

A los alumnos que superen las actividades prácticas (SE2) durante la Convocatoria Ordinaria, pero no superen el examen escrito de conocimientos (SE3) en dicha Convocatoria, se les guardarán las calificaciones de dichas actividades prácticas hasta el examen escrito de conocimientos de la reevaluación de la Convocatoria Extraordinaria. En cualquier caso, se deberá tener en cuenta que la reevaluación de Convocatoria Extraordinaria solamente podrá realizarse de aquellas pruebas que en la Convocatoria Ordinaria se hayan suspendido, por lo que en ningún caso se podrá solicitar dicha reevaluación con el objetivo de subir calificaciones de pruebas que en la Convocatoria Ordinaria hayan sido iguales o superiores a 5.

Los alumnos que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria deberán reevaluarse sin excepción (también los alumnos ERASMUS y asimilados) en las fechas oficiales de la convocatoria extraordinaria y de forma presencial, al igual que el resto de sus compañeros, siguiendo las indicaciones facilitadas por el profesor para realizar las pruebas de examen convocadas oficialmente.

Criterios sobre el NO PRESENTADO

Los alumnos que no se presenten al examen escrito (SE3) en convocatoria ordinaria, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía, únicamente de las actividades de evaluación reevaluables. En el caso de que hubieran superado la evaluación práctica (SE2), se les guardará la calificación de dicha evaluación práctica hasta el examen escrito de conocimientos de la reevaluación de la Convocatoria Extraordinaria. Los alumnos que no habiéndose presentado en convocatoria ordinaria al examen escrito (SE3) tampoco lo hicieran en convocatoria extraordinaria, será evaluado como

NO PRESENTADO y perderá la calificación que hubiera obtenido en la evaluación práctica (SE2) de cara a posteriores matrículas.

Criterios de evaluación de asistencia y participación para los alumnos matriculados en 2ª o sucesivas matrículas

A los alumnos que no se les exija presencialidad y/o participación activa en clase (por ejemplo, por 2ª o sucesivas matrículas), el sistema de evaluación será el mismo que el establecido para el resto de alumnos con los siguientes coeficientes de ponderación:

Denominación	% Ponderación	Fecha	Contenido
SE2 Evaluación de trabajos, prácticas, informes: valorar el aprendizaje y la adquisición de competencias de los alumnos a través de la realización de trabajos, individuales o grupales, que pueden incluir una presentación oral.	50% Nota Acumulable No Reevaluable	A lo largo del cuatrimestre, en fechas establecidas por el profesor de la asignatura	Todo el temario, según establezca el profesor de la asignatura
SE4 Pruebas de evaluación escrita: valoración mediante prueba objetiva escrita de los contenidos teórico-prácticos de la materia.	50% Nota Mínima: 5	Al final del cuatrimestre en la fecha oficial de la Convocatoria Ordinaria. Esta parte de la asignatura será objetivo de reevaluación, mediante examen escrito a realizar de forma presencial en la fecha oficial de la Convocatoria Extraordinaria	Todo el temario

Aquel alumno que copie alguna parte de los ejercicios exigidos para la evaluación de la asignatura (prueba final, trabajos, prácticas, o cualquier otro ejercicio) quedará suspendido en las

convocatorias ordinarias y extraordinarias. Todo ello con independencia del procedimiento disciplinario que, según la normativa de exámenes vigente, se pueda emprender por parte de la propia Universidad.

Los alumnos que obtengan la *dispensa académica de asistencia a clase* quedarán eximidos de la asistencia a clase, sin que ello pueda afectar al resto del proceso de evaluación. Por ello, dicha dispensa en ningún caso exime de la evaluación continua ni de la participación en actividades obligatorias presenciales determinadas por el docente responsable de la asignatura, tales como exámenes, actividades académicas dirigidas, prácticas y trabajos obligatorios. A los alumnos que obtengan dispensa académica de asistencia a clase, se les aplicarán los coeficientes de evaluación señalados anteriormente para los alumnos a los que no se les exija presencialidad.

Es obligatorio que todos los alumnos comprendan perfectamente el sistema de evaluación y la mecánica de la asignatura. Ver a estos efectos las normas académicas de la Universidad y las propias normas de la asignatura que el profesor establezca.

Revisión de Pruebas de Evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Internacional Villanueva, y según el procedimiento establecido por el profesor de la asignatura.

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Estrategias y Tácticas de Precios. Thomas T. NAGLE y Reed K. HOLDEN. Prentice Hall Editorial.

Gestión de Precios (6ª edición). Enrique Carlos DIEZ DE CASTRO. ESIC Editorial.

Pricing: nuevas estrategias de precios (4ª edición). José DE JAIME ESLAVA. ESIC Editorial.

Dirección de Marketing, LAMBIN, J.; GALLUCI, C.; SICURELLO, C. Editorial McGraw-Hill.

Recursos bibliográficos de la Universidad Villanueva: <https://biblioteca.villanueva.edu/>

➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en: [Horarios](#)

El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso 2024-25. [Calendario Académico](#)

Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.