

## GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

### 820 - Decisiones sobre Precios

#### Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología v Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE MARKETING				
Código y denominación	820 - Decisiones sobre Precios				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	JOSE MANUEL FERNANDEZ POLANCO				
E-mail	jm.fernandez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E250)				
Otros profesores					

### 3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Los alumnos deberán ser capaces de planificar y definir la política de precios de una empresa, considerando las diversas adaptaciones a las condiciones del entorno y del mercado.

### 4. OBJETIVOS

1. Conocer los factores que influyen en la fijación de precios.
2. Adquirir los conocimientos para diseñar una estrategia de precios según las circunstancias del mercado y de la empresa.
3. Aplicar diferentes métodos para fijar el precio de un producto.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE	
CONTENIDOS	
1	Tema 1. Introducción
2	Tema 2. Precios, costes y rentabilidad
3	Tema 3. Demanda y precios
4	Tema 4. Precios y competencia
5	Tema 5. Estrategias de precios

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN				
Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen individual	Trabajo	Sí	Sí	50,00
Trabajo práctico en grupo	Trabajo	Sí	No	40,00
Participación individual	Otros	No	No	10,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
Los alumnos a tiempo parcial computarán el 100% de la nota del examen				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS
BÁSICA
NAGLE, T.T. (2005): Estrategia y tácticas de precios: una guía para tomar decisiones rentables. Pearson Educación, Madrid.
Apuntes aportados por el profesor a través del aula virtual. enlaces y artículos aportados por el profesor a través del aula virtual.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.