POLÍTICA DE PRECIOS EN UN PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

SKU: CT2720
Horas: 15

CONTENIDO

1. Definición de la política de precios
1.1. El concepto de precio
1.2. El precio como instrumento de marketing
2. Características y variables de decisión
3. Concepto de elasticidad de precio
3.1. Elasticidad cruzada
4. Normativa vigente en materia de precios
4.1. Relaciones con los distribuidores
5. Métodos para la determinación de los precios
5.1. Métodos basados en el coste
5.2. Métodos basados en la competencia
6. Cálculo del punto muerto
7. Estrategias comerciales en la política de precios
7.1. Estrategias diferenciales
7.2. Estrategias competitivas
7.3. Estrategias para líneas de productos
7.4. Estrategias para productos nuevos
8. Elaboración de informes sobre precios