



Política de precios en un plan de marketing empresarial

Sku: CT2720

Horas: 13

Formato: HTML

CONTENIDOS

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