

Programa de estudios de la asignatura

Estrategias de Producto y PrecioÁrea de especialización: Mercadotecnia y
Comunicación

Clave: ME473

Objetivo general de la asignatura

Al finalizar el curso, el alumno:

Contará con los conocimientos y herramientas suficientes que le permitan administrar un producto o líneas de productos a través de su ciclo de vida, así como elaborar las estrategias de precios requeridas en casos específicos.

Temas y subtemas

1. Administración de productos o líneas de productos.
 - 1.1 Concepto de producto desde el punto de vista de la mercadotecnia.
 - 1.2 Niveles de producto.
 - 1.3 Líneas de productos.
 - 1.4 Clasificación de productos.
 - 1.5 Administración y decisiones sobre líneas de productos.
 - 1.6 Administración del producto a través de su ciclo de vida (estrategias en cada una de las etapas).
 - 1.7 Diseño de estrategias para líderes en el mercado.
 - 1.8 Diseño de estrategias de ataque.
 - 1.9 Diseño de estrategias de seguidores.
2. Envase, empaque, embalaje y etiqueta de un producto.
 - 2.1 Tipos de envases y su importancia.
 - 2.2 El empaque y el embalaje para la venta de un producto.
 - 2.3 Decisiones de empaque y embalaje para productos de exportación.
 - 2.4 El código de barras y sus sustitutos.
 - 2.5 La etiqueta
3. La marca de un producto y su importancia.
 - 3.1 Definición de marca.
 - 3.2 La marca registrada.
 - 3.3 Importancia del registro de marcas.
 - 3.4 Posicionamiento de la marca.
4. Diseño de las estrategias y programas para fijar precios.
 - 4.1 Objetivos de la fijación de precios.
 - 4.2 Estimación de la demanda.
 - 4.3 Estimación de los costos.
 - 4.4 Evaluación de los precios de la competencia.
 - 4.5 El método para la fijación de precio.
 - 4.6 Fijación de un precio específico.
 - 4.7 Consecuencias del cambio de precios.

5. Políticas para el manejo de precios.
 - 5.1 Dimensiones estratégicas del precio.
 - 5.2 El precio, punto de vista de los consumidores y de los distribuidores.
 - 5.3 Políticas de nivel de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.
 - 5.4 Políticas de descuentos y bonificaciones.
 - 5.5 Políticas para la obtención de beneficios adicionales.
 - 5.6 Casos prácticos: recomendados en la bibliografía.