

Política de precios en un plan de marketing empresarial



Área: General
Modalidad: Teleformación
Duración: 15 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Calcular los precios de los productos y servicios, así como las variables que componen e influyen en la política de precios de un producto o servicio utilizando herramientas de cálculo. Diferenciar los métodos de fijación de precios y el efecto de la elasticidad de los precios señalando las limitaciones y ámbitos en que suelen aplicarse.

CONTENIDOS

1. Definición de la política de precios
2. Características y variables de decisión
3. Concepto de elasticidad de precio
4. Normativa vigente en materia de precios
5. Métodos para la determinación de los precios
6. Cálculo del punto muerto
7. Estrategias comerciales en la política de precios
8. Elaboración de informes sobre precios