

Estrategias de precios

ENMKT743		3 Créditos
Profesor (es)	<i>Skander Essegaier</i>	
Ayudantes	-	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso presenta los conceptos, las técnicas y las ideas más recientes relacionadas con los problemas de precios, con énfasis en las formas en que puede ayudar a una empresa a mejorar sus precios. Examinaremos de cerca cómo las empresas establecen su precio y cómo se pueden mejorar las prácticas actuales de las empresas para aumentar su rentabilidad.

I.- OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Introducir y presentar los conceptos, las técnicas y las ideas más recientes relacionadas con los problemas de precios.

1. Determinar el papel adecuado de los costos, la competencia y los clientes a la hora de fijar el precio "correcto"; evaluar si está subestimando o sobrevalorando su oferta.
2. Comprender los diferentes impulsores del valor para el cliente: económico, funcional y psicológico.
3. Maximizar el valor que puede extraer de su oferta mediante la ingeniería de precios.
4. Comprender los diferentes ingredientes de una estrategia de precios integral y integrar los precios en un plan de acción de marketing general.

II.- CONTENIDOS

Tema	Contenido	Lectura Obligatoria
1	Importancia y desafíos de las decisiones de precio; decisiones de precio rentables	Principles of Pricing Financial Analysis for Profit-Driven Pricing
2	Precios y el Valor para el Cliente	Pricing and the Psychology of Consumption
3	Maximización de la Extracción de Valor: Ingeniería de Precios y Competencia	Caso: Beaugard Textiles Cie
4	Desarrollar Estrategias de Precios	Caso: Curled Metal Inc

III.- METODOLOGÍA, EVALUACIÓN Y NORMATIVA BÁSICA

3.1.- Metodología: Nos basaremos en cátedras, discusiones de casos y trabajos grupales para ilustrar ejemplos de iniciativas de marketing efectivas.

3.2.- Evaluación: Tanto la nota final de tareas grupales como el ensayo final deben ser aprobadas por separado. De ser así, la nota final (NF) será:

$$NF = 0,3 * \text{Tareas Individuales} + 0,2 * \text{Tareas Grupales en Clase} + 0,3 * \text{Examen} + 0,2 * \text{Participación}$$

3.3- Normativa Básica

1. Los/las estudiantes deberán tener al menos un 75% de asistencia en el curso para poder aprobarlo.
2. Las clases serán los días y horas indicados por la dirección del programa.
3. Para cada clase los/las estudiantes deberán haber leído y estudiado anticipadamente la bibliografía correspondiente.
4. La calificación de todas las evaluaciones se hará con nota de 1 a 7.
5. El/la profesor/a se reserva el derecho de agregar, eliminar o reemplazar bibliografía durante el transcurso del programa si así lo estimara conveniente para la buena marcha de la asignatura.
6. La ausencia injustificada de un/a estudiante a una exigencia será calificada con nota 1.
7. Es importante enfatizar que cada estudiante debe asumir su propia responsabilidad en el cumplimiento del programa, especialmente en lo relativo a:
 - a. Estar al día en el desarrollo de la materia y de las diversas indicaciones que entregue tanto el/la profesor/a como la coordinación del curso. Por ejemplo, la ausencia a una sesión de clases no lo exime de las obligaciones académicas señaladas ese día.
 - b. Velar por el fiel cumplimiento de las fechas y plazos establecidos para las distintas actividades de evaluación. Una vez fijadas y conocidas no se procederá a modificarlas.
 - c. Obtener el material de apoyo indicado para la cátedra cuando corresponda.
8. Todos los trabajos que se presenten en el transcurso del programa solo tendrán valor en la medida en que su autor sea capaz de explicar y respaldarlos personalmente. No se aceptan entregas que contradigan lo anterior. Toda justificación médica correspondiente a la inasistencia a una exigencia debe ser presentada a través de los canales regulares establecidos por la Universidad.
9. Toda forma de **copia y/o plagio** está penalizada y en caso de identificarse esta situación, se seguirá el [procedimiento disciplinario respectivo](#).

IV.- BIBLIOGRAFÍA

Lecturas Obligatorias

- **Principles of Pricing**
[Authors: Dolan and Gourville]
- **Financial Analysis for Profit-Driven Pricing**
[Authors: Smith and Nagle]
- **Pricing and the Psychology of Consumption**

[Authors: Gourville and Soman]

Lecturas Recomendadas

- **Linear Thinking in a Non Linear World**
[Authors: de Langhe, Puntoni and Larrick]
- **Price-Quantity Determination**
[Author: Dhebar]
- **Why SG&A Does Not Always Work**
[Author: Dudick]
- **Managing Price, Gaining Profits**
[Authors: Marn and Rosiello]
- **Introduction to Activity Based Costing**
[Author: Kaplan]
- **Designing the Value In**
[Authors: Fedewa, Narayanan and Vardhan]
- **Assessing Monetary Value of Attributes Using Conjoint Analysis**
[Orme]
- **The Right Game**
[Author: Brandenburger and Nalebuff]

*Programa sujeto a cambios