

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

120221 - DEFINICIÓ DE PREU I PROPOSTA DE VALOR

Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Segon
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Georgina Dalmau Sanleandro [_gdalmau@tecnocampus.cat](mailto:gdalmau@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Castellà
- Anglès

Castellà 70% i anglès 30% (Articles, Lectures Especialitzats, Casos Pràctics)

Presentació de l'assignatura

Identificar i vincular els conceptes de proposta de valor i preu en la definició de qualsevol model de negoci.

Entendre el concepte de costos i com aquests es relacionen amb la determinació del preu d'un producte.

Comprendre que és el que fa la nostra competència en termes de preus i si això ha de ser un punt de paritat o un punt de diferència.

Entendre els diferents models de demanda i veure quin efecte tenen sobre el preu que podem fixar.

Desenvolupar les habilitats per a realitzar la planificació i execució d'un programa de preus

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- B5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

- E1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- E2. Aplicar els fonaments del màrqueting i investigació de mercats.
- E3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.
- E4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.

General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

Transversal

- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

	El concepte de valor.
Tema 1	<ul style="list-style-type: none">• El concepte de valor en un model de negoci• Valor per necessitat• Valor per resolució• Valor real vs. valor percebut• Increment de valor millora contínua
	Costos i la seva Relació amb el Preu
Tema 2	<ul style="list-style-type: none">• Costos rellevants vs irrellevants per a la fixació de preus• El concepte de marge de beneficis
	La competència i la seva influència en els Preus
Tema 3	<ul style="list-style-type: none">• Anàlisi dels Preus de la Competència• Punts de Paritat• Punts d' Diferència• Segments de Mercat i Voracitat de la Competència• Resposta als canvis de preus dels competidors
	Demanda
Tema 4	<ul style="list-style-type: none">• Models de demanda• Preus fixos• Preus dinàmics
	Preu vs Valor.
Tema 5	<ul style="list-style-type: none">• Vinculació de preu i valor generat• Concepte de sobrevalor• Alineació / Desalineació de l'estratègia de preus amb l'estratègia de valor.
	Estratègies de Preu
Tema 6	<ul style="list-style-type: none">• Integració Costos + Competència + Demanda + Valor• Dissenyant l'estratègia de preu• El preu i les altres P 's del Màrqueting• Productes que no tenen un preu

Objectius de Desenvolupament Sostenible

•

- 12 - Consum i producció responsables
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Sistema d'avaluació i qualificació

L'avaluació trimestral tindrà en compte els següents aspectes amb els pesos que s'indiquen:

- **Avaluació Continuada 60% SE2.** (Exercicis Teòrics, Casos Pràctics, Control de Lectura, Discussió d'Articles) i SE1 (Participació en Classe)
- **Examen Final 40% SE4** (Es requereix aprovar l'examen final per passar el curs)

Hi haurà una recuperació en acabar el trimestre. Només es recuperarà la qualificació de l'Examen Final, de manera que un 60% de la nota és irrecuperable.