

## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 500221 - DEFINICIÓ DE PREU I PROPOSTA DE VALOR

#### Informació general

- Curs acadèmic 2024/25
- Curs: Segon
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
  - Georgina Dalmau Sanleandro <[gdalmau@tecnocampus.cat](mailto:gdalmau@tecnocampus.cat)>
  - Valeria Bernardo <[vbernardo@tecnocampus.cat](mailto:vbernardo@tecnocampus.cat)>

#### Llengües de docència

- Català

Català tot i que una part dels materials poden estar en castellà i anglès. (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

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homofòbes, transfòbes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

#### Competències/Resultats d'aprenentatge

##### Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguem aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.
- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

##### Específica

- CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
-

CE2. Aplicar els principis de màrqueting i investigació de mercats

- CE4. 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.
- CE3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.

## General

- CG1. 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

- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

## Continguts

---

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

## 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.