

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Mercadotecnia

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

POLITICA Y FIJACION DE PRECIOS

NIVEL

QUINTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
POLITICA Y FIJACION DE PRECIOS
Carrera
Mercadotecnia</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FCA-MT-MP-UP-05-06</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
2
Nivel
QUINTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>DIRECCION DE VENTAS</td><td>UTA-FCA-MT-MP-UP-05-01</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
2</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
32</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
64</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito Dotar al estudiante de una visión complementaria a la cuarta P del mix de marketing, considerando que el Precio es uno de los pilares fundamentales en la comercialización y su gestión suele llegar a tener un nivel de complejidad percepcionalmente grande.

Descripción de la asignatura La asignatura de Política y Fijación de Precios se centra en el estudio estratégico de la segunda “P” del mix de marketing: el Precio, como eje fundamental para la competitividad empresarial. Proporciona al estudiante fundamentos teóricos y herramientas prácticas para analizar, diseñar y aplicar estrategias de fijación de precios en función del costo, el valor percibido, la competencia y la demanda. Está estructurada en cinco unidades curriculares que abarcan: 1) precio en relación al costo, la competencia y el cliente; 2) economía del precio, referencia y comparación; 3) fijación de precios en función de costos y niveles de utilidad; 4) estrategias de precios en mercados competitivos y segmentación; y 5) precio en función del ciclo de vida del producto y la elasticidad de la demanda. El aprendizaje se desarrolla mediante metodologías activas como talleres en equipo, estudio de casos, análisis de situaciones reales y aplicación práctica en el aula, complementadas con recursos tecnológicos y material multimedia que fortalecen la interacción y el trabajo colaborativo. Se promueve el pensamiento estratégico, la capacidad analítica y la toma de decisiones fundamentadas en variables económicas y de mercado. Al finalizar el módulo, el estudiante estará en capacidad de determinar la importancia del precio como herramienta del marketing, en función de la elasticidad de la demanda , contribuyendo a la toma de decisiones comerciales y a la sostenibilidad financiera de las organizaciones.

Objetivo general de la asignatura Dotar de herramientas referentes a la segunda P del mix de marketing para generar competitividad a través de la fijación de Precio

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Conceptualizar los Sistemas y políticas de Fijación de Precios para un manejo óptimo de los mismos en función de los clientes.

2.-Teorizar la economía del Precio para determinar la cantidad de dinero que se debe dar a cambio de un bien o servicio.

3.-Fijar precios en función de costes para determinar la utilidad por producto

4.-Fijar precios en función de la competencia para establecer el valor del producto en función de la competencia.

5.-Fijar precios en función de la Demanda para adaptar el precio de venta en función de la elasticidad.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Conceptualizar los Sistemas y políticas de Fijación de Precios para un manejo óptimo de los mismos en función de los clientes.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Precio en relación al Costo, a la competencia y al cliente	3	0	6	Pruebas de Diagnostico Trabajos escritos Trabajos
1.2.- Precio basado en valor y Proceso estratégico de la fijación de Precios	3	6	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Identifica los sistemas y políticas de fijación de precios para un manejo optimo a través de talleres en equipo
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Teorizar la economía del Precio para determinar la cantidad de dinero que se debe dar a cambio de un bien o servicio.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Referencia y Comparación	1	0	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos escritos Trabajos
2.2.- Cambio, Calidad y Gasto Relativo	2	0	4	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos escritos Trabajos
2.3.- Beneficio Final, Precio Razonable y Prospección	3	6	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos escritos Trabajos
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Comprende la cantidad de dinero que se debe dar a cambio de un bien o servicio utilizando diversos métodos de caso desarrollado en talleres de equipo
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Fijar precios en función de costes para determinar la utilidad por producto			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Tipos de Estrategias	3	0	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones Parciales Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos Trabajos
3.2.- Niveles de Precios y Costos relevantes	3	6	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Control de lectura Trabajos
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Analiza precios en función de los costos para determinar la utilidad del producto a través de talleres y trabajo en equipo
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Fijar precios en función de la competencia para establecer el valor del producto en función de la competencia.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Estrategia Multi segmento	3	0	6	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos Trabajos
4.2.- Tácticas de segmentación de Precios	3	6	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Trabajos escritos Trabajos
SUBTOTAL HORAS	6	6	6	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Aplica precios en función de la competencia a través de talleres y trabajo en equipo
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Fijar precios en función de la Demanda para adaptar el precio de venta en función de la elasticidad.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
5.1.- Introducción y Crecimiento	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Control de lectura Trabajos escritos Trabajos
5.2.- Madurez y Declive	4	8	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones Parciales Trabajos escritos Trabajos
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	**TOTAL HORAS:** 24

Resultados de aprendizaje: Sintetiza el precio de venta en función de la demanda y la elasticidad a través de talleres y trabajo en equipo
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Talleres
Recursos didácticos : Marcadores, Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

Aprendizaje Virtual : Se referenciarÃ¡ contenidos, material multimedia y reactivos en la plataforma virtual con el fin de fortalecer la interacciÃ³n estudiante profesor Actividades en el aula de clase con relaciÃ³n al proceso de enseÃ±anza-aprendizaje. Real:Se desarrolla estudio de casos analizando la informaciÃ³n para poder verificar la estructura del proceso realizado y poder interpretar para la toma de desic

Aprobado

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Conceptualizar los Sistemas y políticas de Fijación de Precios para un manejo óptimo de los mismos en función de los clientes.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Reactivos
2.- Teorizar la economía del Precio para determinar la cantidad de dinero que se debe dar a cambio de un bien o servicio.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Reactivos
3.- Fijar precios en función de costes para determinar la utilidad por producto	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Reactivos
4.- Fijar precios en función de la competencia para establecer el valor del producto en función de la competencia.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Reactivos
5.- Fijar precios en función de la Demanda para adaptar el precio de venta en función de la elasticidad.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Reactivos

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Castillo Soto, MAnuel	2021	Las estrategias en la fijación de precios: modelos y conceptos	1 ed.	Editorial Miguel Ángel Porrúa	México México	1	164	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografía Contemporánea basada en concepto y modelos							
URL:	https://0x102ppcq-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/191630							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
De Velasco, Emilio	2021	Pricing 4.0	1	ESIC	España Madrid	1	245	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA, esta obra tiene una orientación académico - practica, sobre el precio desde un enfoque de marketing, la interacción económica - marketing, y los cambios generados en los mercados y los efectos en el pricing							
URL:	https://0x104ppd6-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/pricing-40?location=24							

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Cadena, Javier	2014	Fijación Técnica de Precios Rentables	1	Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA	Colombia Bogotá	1	178	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	El presente libro sirve de complemento para el entendimiento de las diferentes sub. variables del Precio. BIBLIOGRAFÍA CLÁSICA							
URL:	https://0x102ppcf-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/222445							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Gómez Agundiz, X.	2018	Gestión de costos y precios	1	Grupo Editorial Patria	Mèxico Ciudad de Mèxico	1	265	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografìa Contemporànea, gestión de costos y precios involucra al lector en el conocimiento, comprensión y aplicación de los conceptos y procedimientos necesarios para fijar costos y precios en los productos y servicios.							
URL:	https://0x102ppd3-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/40538							