



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Marketing Digital

MODALIDAD EN LÍNEA

SÍLABO

FIJACIÓN DE PRECIOS Y COSTEO

NIVEL

TERCERO

AMBATO - ECUADOR
2026

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 (Precio), explicando cómo la percepción del precio influye en las decisiones de compra en un entorno digital, y cómo las empresas pueden gestionar esta percepción a través de diversas estrategias de marketing digital.

Descripción de la asignatura La asignatura de Fijación de Precios y Costeo proporciona al estudiante los fundamentos teóricos, económicos y financieros necesarios para analizar, diseñar y aplicar estrategias de pricing que permitan determinar precios óptimos en productos o servicios dentro de entornos competitivos y digitales. Está estructurada en cuatro unidades curriculares que abarcan: 1) sistemas y políticas de fijación de precios en relación con el costo, la competencia y el cliente; 2) teoría económica del precio, referencia y comparación; 3) estrategias de fijación de precios en función de los costos y niveles de rentabilidad; y 4) estrategias basadas en la competencia, la demanda y el ciclo de vida del producto. El aprendizaje se desarrolla mediante el método de casos, talleres prácticos, análisis de situaciones empresariales reales y actividades colaborativas en entornos virtuales, promoviendo el pensamiento crítico, la responsabilidad y la toma de decisiones estratégicas. Se fomenta el uso de herramientas tecnológicas, recursos digitales e inteligencia artificial para el análisis de costos, evaluación de escenarios y simulación de estrategias de precios en mercados dinámicos. Al finalizar el módulo, el estudiante estará en capacidad de plantear los precios adecuados con las estrategias de marketing para un producto o servicio, determinando precios óptimos mediante la aplicación de estrategias de marketing digital que garanticen su competitividad y posicionamiento en el mercado.

Objetivo general de la asignatura Determinar los precios óptimos para un producto o servicio mediante la aplicación de estrategias de marketing digital, garantizando su competitividad y posicionamiento en el mercado.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Analizar los sistemas y políticas de fijación de precios para establecer estrategias que optimicen la competitividad de un producto o servicio.
- 2.-Explicar la teoría económica del precio y su influencia en el mercado.
- 3.-Determinar estrategias de fijación de precios en función de los costos para garantizar la rentabilidad
- 4.-Analizar estrategias de fijación de precios en función de la competencia para mejorar la competitividad en el mercado, y aplicar técnicas de fijación de precios basadas en la demanda

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	Analizar los sistemas y políticas de fijación de precios para establecer estrategias que optimicen la competitividad de un producto 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
1.1.- Precio en relación al Costo, a la competencia y al cliente	6	0	12	Mapas Conceptuales
1.2.- Precio basado en valor y Proceso estratégico de la fijación de Precios	2	4	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Otros: Pruebas en línea
SUBTOTAL HORAS	8	4	12	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Evalúa los sistemas y políticas de fijación de precios para desarrollar estrategias que mejoren la competitividad de un producto o servicio, a través de métodos de caso.

Metodología de enseñanza : Métodos de caso

Estrategias educativas : Foros, Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres

Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Explicar la teoría económica del precio y su influencia en el mercado.			
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 - Cambio, Calidad y gastos Relativo	6	0	12	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases
2.2.- Beneficio Final, Precio Razonable y Prospección	2	4	0	Otros: Pruebas en línea
SUBTOTAL HORAS	8	4	12	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Comprende la teoría económica del precio y su influencia en el mercado, a través de un caso.

Metodología de enseñanza : Métodos de caso

Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres

Recursos didácticos : Internet, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Determinar estrategias de fijación de precios en función de los costos para garantizar la rentabilidad			
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	6	0	12	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases
3.2.- Niveles de Precios y Costos relevantes	2	4	0	Otros: Pruebas en línea
SUBTOTAL HORAS	8	4	12	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Determina estrategias de fijación de precios en función de los costos para garantizar la rentabilidad, a través de un análisis práctico.
Metodología de enseñanza : Métodos de caso
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres
Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Pensamiento crítico

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Analizar estrategias de fijación de precios en función de la competencia para mejorar la competitividad en el mercado, y aplicar técnicas de fijación de precios basadas en la demanda			
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 - Tácticas	6	0	12	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases
4.2.- Introducción, crecimiento, madurez y declive.	2	4	0	Cuestionarios Trabajos
SUBTOTAL HORAS	8	4	12	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Evalúa estrategias de fijación de precios basadas en la competencia para fortalecer la competitividad en el mercado, a través de un caso práctico.

Metodología de enseñanza : Métodos de caso

Estrategias educativas : Foros, Talleres

Recursos didácticos : Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

Aprendizaje Virtual : Se proporcionarán contenidos, material multimedia y actividades interactivas en la plataforma virtual para fortalecer la interacción entre estudiantes y profesores.

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.- Analizar los sistemas y políticas de fijación de precios para establecer estrategias que optimicen la competitividad de un producto o servicio.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos para la evaluación de la unidad.
2.- Explicar la teoría económica del precio y su influencia en el mercado.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos de la unidad
3.- Determinar estrategias de fijación de precios en función de los costos para garantizar la rentabilidad	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos de la unidad
4.- Analizar estrategias de fijación de precios en función de la competencia para mejorar la competitividad en el mercado, y aplicar técnicas de fijación de precios basadas en la demanda	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Aplicación de reactivos de la unidad

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	1ra	Editorial Miguel Ángel Porrúa	México México D.F.	1	164	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografía Contemporánea basada en concepto y modelos							
URL:	https://0x102ppdj-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	CESA	Colombia Bogotá	1	178	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: BIBLIOGRAFÍA CLÁSICA. El presente libro sirve de complemento para el entendimiento de las diferentes sub. variables del Precio.								
URL: https://0x102ppdm-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	M Ciudad de México	1	265	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: BIBLOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA. 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://0x102ppdp-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/40538								

