



Nombre de alumno:.....Lenin Alexander Rivera Morales

Nombre del profesor:.....Mtra. Ángela Zavaleta Villatoro

Nombre del trabajo:.....Cuadro Sinóptico

Materia:.....Costos para la Toma de Decisiones

Grado:.....Noveno Cuatrimestre

Grupo:..... “B”

Frontera Comalapa, Chiapas a 05 de Julio de 2020.

MÉTODOS PARA LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS

METODOLOGÍAS PARA ESTABLECER LOS PRECIOS

SELECCIONAR EL OBJETIVO DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS

Supervivencia, maximización de utilidades, crecimiento en las utilidades

DETERMINAR LA DEMANDA

Toma en cuenta las reacciones de muchos individuos que tienen sensibilidad a los precios

ESTIMACIONES DE LOS COSTOS

Los costos establecen el límite inferior

ANALIZAR LOS COSTOS, PRECIOS Y OFERTAS DE LOS COMPETIDORES

La empresa debe tener presente la reacción de los competidores a través de un cambio de precios

ESCOGER UN MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Fijación de precios mediante márgenes

Fijación de precios por rendimiento objetivo

Fijación de precios por el precio vigente en el mercado

Fijación de precios por contribución de costos variables o marginales

Fijación de precios basada en las condiciones del mercado

Fijación de precios sobre bases psicológicas

Precios negociados

SELECCIONAR EL PRECIO FINAL

Considerar en lo posible varios de los métodos anteriores y otros factores tales como las reacciones psicológicas del cliente

PRECIO

Definición

Cantidad de dinero, para adquirir un producto

FACTORES QUE INFLUYEN

Demanda estimada

Reacciones de la competencia

Otros elementos de la mezcla de marketing

Estrategias de descremar el mercado

Estrategias de penetración