

COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES

**Nombre de alumno: Marleny Jacqueline
Roblero Ramírez**

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

Nombre del trabajo: Ensayo

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9°

Grupo: B

MÉTODOS PARA LA DETERMINACION DE PRECIOS

El precio

Es la cantidad de dinero que se requiere para adquirir un producto y por tanto es el único elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos.

Determinar el precio real de un producto

Es una combinación de

-El bien o servicio en sí mismo

-Los servicios complementarios

-Los satisfactores de deseos que ofrece el producto

Factores que influyen en la determinación de los precios

Son

La demanda estimada

Las reacciones de la competencia

Otros elementos de la mezcla de marketing

Metodología para establecer los precios

Seis pasos

Seleccionar el objetivo de la fijación de precios.

Determinar la demanda.

Estimación de los costos.

Analizar los costos, precios y oferta de los competidores.

Escoger un método de fijación de precios.

Seleccionar el precio final

Métodos

Fijación de precios mediante márgenes

Fijación de precios por rendimiento objetivo.

Fijación de precios por el precio vigente en el mercado.

Fijación de precio por contribución de costos variables o marginales.

Fijación de precios por basado en las condiciones del mercado.

Fijación de precios sobre bases psicológicos.

Precios negociados.

Existen dos estrategias

Las estrategias de descremar el mercado.

Las estrategias de penetración.