Instituto Universitario de Ciencias Empresariales

Centro adscrito a Universidad Camilo José Cela

AÑO ACADEMICO 2025/26

Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

RUCT 4315986

Guía docente

Matería

3. Estrategias de Marketing y Operativas de Productos y Precios

Datos de la materia

TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
OB	6.00	1º	0%	Español

Contenidos de la Materia

1. Dimensiones del producto individual.
2. El producto en su ciclo de vida.
3. Decisiones sobre el mix de producto.
4. Políticas de precios en función de los objetivos de marketing.
5. Métodos de fijación de precios.
6. El precio en los servicios.

Bibliografía de la Materia

1. Kotler, P., & Keller, K. L. & Chernev, A. (2023). Dirección de marketing (16ª ed.). Pearson educación.
2. Rodríguez-Ardura, I., Ammetller, G. (2018). Principios y estrategias de marketing . Vol. I. UOC.
3. Rodríguez-Ardura, I., Ammetller, G. (2018). Principios y estrategias de marketing . Vol. II. UOC.
4. Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Fundamentos de Marketing. Pearson.
5. De Velasco, E. (2021). Pricing 4.0 . ESIC Editorial.

Resultados de Aprendizaje de la Materia

A. Identificación de las dimensiones del producto individual.
B. Conocimiento del ciclo de vida del producto.
C. Dominio de las principales técnicas de decisión sobre el mix de producto.
D. Dominio de las políticas de precios en función de los objetivos de marketing.
E. Conocimiento de los métodos de fijación de precios.
F. Identificación de los principales modelos de fijación de precios en los servicios

Resultados de aprendizaje

Conocimientos o contenidos	Habilidades o destrezas	Competencias
CN03, CN04, CN05	HB01, HB02, HB03	CM02, CM03

Actividades Formativas de la Materia	1.	2.	3.	4.
	MU DCM - Clases teóricas Metodologías docentes: Videoconferencias, Conferencias y Tutorías. Cada unidad contiene: Texto Claves de presentación y de planteamiento de los contenidos, Texto referencial de profundización o actualización de los contenidos técnicos, Audiovisual descriptivo de los contenidos teóricos, Test de auto evaluación de 40 preguntas. Horas actividad: entre 5h y 20h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Clases prácticas** Metodologías docentes: Workshops, Casos y Tutorías. Cada unidad contiene: Audiovisual descriptivo de los casos prácticos, Caso práctico 1 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Caso práctico 2 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Horas actividad: entre 5h y 10h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Foros** Metodologías docentes: Debates y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de discusión sobre un tema de la materia, articulada a partir de tres ítems y a realizar a través del Foro de debate on-line. Horas actividad: 5h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Trabajos Individuales** Metodologías docentes: Simulación, Ejercicios, Trabajos y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de trabajo individual, a realizar a través de un aplicativo especifico. Horas actividad: entre 120h y 130h. Presencialidad: 0%.

Sistemas de Evaluación de la Materia	1.	2.	3.	4.
	Evaluación virtual de contenidos teóricos: resolución de 40 preguntas test. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación virtual de contenidos prácticos. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación de Foros y Tutorías. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 10% del total.	Evaluación de los trabajos. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 30% del total.

Profesor/a	Sr. José Manuel Yagüe González