**INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO DE SALTA Nro. 6005**

**PLAN PEDAGOGICO: TECNICATURA EN ADMINISTRACION CON ORIENTACION EN COMERCIALIZACION**

**(DESDE EL 11 DE MAYO AL 26 DE MAYO de 2020)**

**ASIGNATURA: MARKETING OPERATIVO**

**APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: PEREZ SAEZ, ADRIANA**

**DIA: 1 al 16 de Junio HORARIO: 19:00 HASTA 20:30**

|  |
| --- |
| **CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR** |
|  UNIDAD 2Precio |
| **GUIA O ACTIVIDADES** |
| 1-Indique cuales son los factores determinantes para colocar el precio a un producto2-Explique en qué se diferencia los tres métodos para colocar un precio a un producto3-Realice un cuadro sinóptico sobre las estrategias de precios4-Marque la diferencia entre METODO DE FIJACION DE PRECIOS Y ESTRATEGIAS DE PRECIO  |
| **BIBLIOGRAFIA** |
| **KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY****Marketing**Decimocuarta ediciónPEARSON EDUCACIÓN |

Se adjunta a la presente material de estudio para el estudiante.