



UAdeC

UNIDAD 3

ESTRATEGIA DE PRECIO EN EL MERCADO INTERNACIONAL



UNIDAD 3. ESTRATEGIA DE PRECIO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

La estrategia de precios en el mercado internacional es un elemento clave dentro del comercio global ya que determina la competitividad y rentabilidad de las empresas en escenarios internacionales. Fijar precios adecuados no solo implica considerar los costos internos de producción, sino también aspectos externos como los gastos de exportación, las condiciones de venta y pago, los riesgos cambiarios y las particularidades de cada mercado.

Además, factores como la oferta y la demanda, la competencia, el ciclo de vida del producto, así como fenómenos económicos como la inflación o la recesión, influyen de manera directa en la decisión final de precios. Por ello, comprender estas variables permite a las organizaciones diseñar estrategias de precios sostenibles y adaptadas a la dinámica global, asegurando su permanencia y crecimiento en el comercio internacional.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

El estudiante desarrollará la segunda etapa del modelo a partir de la estrategia de precio dentro de la mezcla mercadológica a una escala global. Este paso consiste en que las organizaciones determinan el mejor precio para el producto diseñado en la etapa anterior considerando distintos factores del mercado local, nacional y global.

CONTENIDO TEMÁTICO

UNIDAD III: Estrategia de Precio en el Mercado Internacional

- Estrategias de Determinación de Precios Internacionales.
- Costos Relacionados a la Exportación.
- Condiciones de Venta/Incoterms.
- Condiciones de Pago.

UNIDAD 3. ESTRATEGIA DE PRECIO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

- Riesgo Cambiarlo.
- Factores que Intervienen en la Fijación de Precios.
 - Costo.
 - Demanda y Oferta.
 - Competencia.
 - Ciclo de la vida del Producto.
 - Inflación.
 - Recesión.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

| EVALUACIÓN | PUNTOS |
|---|------------------|
| ACTIVIDAD: INCOTERMS | 4 |
| ACTIVIDAD: ESTRATEGIA DE PRECIOS Y CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO | 4 |
| CONTROL DE LECTURA: MERCADO | 2 |
| FORO: CONDICIONES DE PAGO | 3 |
| EVALUACIÓN DE LA UNIDAD | 2 |
| TOTAL | 15 PUNTOS |

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

| TEMA | SUBTEMA | ACTIVIDAD |
|---|---|--|
| Condiciones de Venta/ Incoterms | Condiciones de Venta/ Incoterms | Incoterms |
| Factores que Intervienen en la Fijación de Precios | Competencia y Ciclo de Vida del Producto | Estrategias de Precios y Ciclo de Vida del Producto |
| Condiciones de Pago | Condiciones de Pago | Foro: Condiciones de Pago |
| Factores Presentes en la Fijación de Precios | Demanda y Oferta | Control de Lectura: Mercado |