

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

Nombre del curso	Costos, Presupuestos y Fijación de Precios				
Programa al que pertenece	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
Área de formación	Básica Particular Obligatoria				
Clave de la materia	IH695		Créditos	10	
Horas totales del curso	105	Horas Teoría	35	Horas Práctica	70
Fecha de diseño del curso	07/06/2022		Fecha de actualización del curso	07/06/2022	

2. COMPETENCIA

El estudiante desarrolla una visión sistemática sobre las negociaciones con base del análisis financiero de los costos para la fijación de precios y control presupuestal.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Diseña una proyección de fijación de precios con base al costo y seguimiento de control presupuestario desde la postura del mercadólogo digital
--------------------	---

4. RECORTE DE CONTENIDO

	Tema 1	Tema 2	Tema 3	Tema 4
Título	Conceptualización de costos, precios y presupuestos	Costos y precios en la organización	Presupuesto en el Marketing Digital	Fijación de precios



Objetivo	Lograr identificar los conceptos de costos, precios y presupuestos en el negocio del marketing digital.	Identificar en la organización o emprendimiento los costos y precios que se tienen, para su valuación y verificación.	Definir todos los elementos que integran el presupuesto directamente en un plan o proyecto de Marketing Digital.	Estimar precios para la generación de una sostenibilidad, así como proyección de rentabilidad operativa.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es un Costo? • ¿Cuáles son los costos fijos? • ¿Cuáles son los costos variables? • ¿Qué es un gasto? • Diferencia entre costo y gasto • ¿Qué es un precio de mercado? • ¿Qué son los presupuestos? • El costeo y su relación con el Marketing Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los costos del proyecto, campaña o emprendimiento • Define los costos del proyecto • Costea desde la perspectiva del mercadólogo digital • Valora y evalúa los costos del proyecto • Verifica la viabilidad de los costos del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los principales presupuestos? • Análisis de los presupuestos enfocados al Marketing Digital • Visión del mercadólogo para la creación de presupuestos • Análisis de la creación del presupuesto en un plan o proyecto de Marketing Digital • Justificación del análisis del presupuesto 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de estrategias de fijación de precios • Análisis de la fijación de precios con base a la estrategia del canal de venta • Justificación de la elección para la fijación de precios



5. PRERREQUISITOS

Obligatorios	Fundamentos de Contabilidad
Recomendados	Estadística I, Estadística II, Proyecto IV, Proyecto V, Proyecto VI

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, preferentemente contaduría pública, finanzas u otra afín, que cuente con conocimientos para la evaluación de costos y gastos en que incurren con la oferta de un producto o servicio, así como el diseño de estrategias de fijación de precios y diseño de presupuestos.