

Programas Asíncronos

SÍLABO

I. DATOS GENERALES

Curso	:	Inteligencia Analítica para la gestión de precios
Área	:	BI
Docente	:	Diego Rojas Sihuay
Duración	:	8 horas académicas

II. SUMILLA

Una de las principales palancas de acción de un negocio es el Precio. El curso de inteligencia analítica para precios analizará y revisará las estrategias de negocio aplicando Pricing Analytics. Se trabajará los casos aplicados a Retail permitiendo realizar una estrategia de precios en base a competencia y definición de productos relevantes para el negocio. Se analizarán información publicada y actualizada en casos de negocios reales para la toma de decisiones del precio de un grupo de productos.

III. REQUISITOS

- Este curso no tiene pre-requisito alguno; sin embargo, se requiere que los participantes cuenten con apertura growth mindset, ganas de aprender y tener claro el objetivo que quieren lograr luego de terminar el curso.

IV. DIRIGIDO A

- Profesionales de las áreas de negocio, comercial, ventas y marketing que trabajan directa o indirectamente con la definición de precios.
- Personas interesadas en actualizarse en temas de tendencia en gestión empresarial.
- Profesionales de otras áreas como estrategia y finanzas principalmente, que buscan entender cómo se puede generar valor mediante el diseño e implementación de adecuadas estrategias de precios.

V. METODOLOGÍA

Los contenidos se desarrollarán siguiendo la secuencia teoría – práctica con evaluaciones modulares, utilizando videos grabados y lecturas como recursos didácticos.

VI. CONTENIDOS

Total horas	8 horas
<u>Sesión 1</u>	
Introducción a Pricing Analytics	
• Tema 1: Oportunidad de negocios implementado analítica en los precios.	
• Tema 2: Definición de productos relevantes y productos de ganancia.	
• Tema 3: Principales fuentes de obtención de precios.	
• Tema 4: Implementación de estrategia de precios en base a la competencia.	
<u>Sesión 2</u>	
Explotación de Pricing Analytics	
• Tema 5: Web Scrapping para la obtención de precios.	
• Tema 6: Elaboración del modelo de elasticidad.	
• Tema 7: Estrategia de precios: En base a un modelo de elasticidad.	
• Tema 8: Aplicaciones y casos de uso.	
Dashboard y Seguimiento de Pricing Analítico	
• Tema 9: Elaboración de tableros para el seguimiento analítico.	
• Tema 10: Reportes y búsqueda de insights para la toma de decisiones.	
• Tema 11: Aplicación de modelos de recomendación y proyección de precios.	

VII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La nota final del curso se obtendrá a partir de los siguientes rubros de evaluación y pesos asociados:

Rubro	Peso
Evaluación	100%

VIII. | Docente

Diego Rojas Sihuay

Resumen

- Data & Analytics Manager en La Tinka S.A., con previa experiencia en CIRSA, Cencosoud, BCP e Interbank. Maestría en Marketing Science por ESIC - España
- Ingeniero de Software por la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI).