

INTELIGENCIA ANALÍTICA PARA LA GESTIÓN DE PRECIOS



I. INFORMACIÓN GENERAL

Sector	: Retail
Duración	: 6 horas
Sesiones	: Jueves 28/04 y Jueves 05/05
Horario	: 7:00PM a 10:00PM

II. PRESENTACIÓN

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. 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.

IV. PRE 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.

INTELIGENCIA ANALÍTICA PARA LA GESTIÓN DE PRECIOS



V. PROGRAMA

Bloque	Contenidos	Estrategia Metodológica	Duración horas
1	<p>Introducción a Pricing Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de negocios implementado analítica en los precios. • Definición de productos relevantes y productos de ganancia. • Principales fuentes de obtención de precios. • Implementación de estrategia de precios en base a la competencia. 	<p>Sesiones Virtuales y casos prácticos</p>	3
2	<p>Explotación de Pricing Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web Scrapping para la obtención de precios. • Elaboración del modelo de elasticidad. • Estrategia de precios: En base a un modelo de elasticidad. • Aplicaciones y casos de uso. <p>Dashboard y Seguimiento de Pricing Analítico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de tableros para el seguimiento analítico. • Reportes y búsqueda de insights para la toma de decisiones. • Aplicación de modelos de recomendación y proyección de precios. 	<p>Sesiones Virtuales y casos prácticos</p>	3

INTELIGENCIA ANALÍTICA PARA LA GESTIÓN DE PRECIOS



VI. CERTIFICACIÓN

Todos los alumnos recibirán una constancia digital de participación, la cual se entregará siempre que el estudiante asista a las 2 sesiones programadas en el curso correspondiente y finalice las 6 horas de contenido programado del mismo.

VII. DOCENTE

Diego Rojas

Experiencia:

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

