



> Especialización en

PRICING ANALYTICS

52 horas académicas

100% Online **en vivo**



Certificación:

- **Por DMC:** Por haber aprobado la Especialización en Pricing Analytics

Presentación

El crecimiento económico ha incrementado la competencia, exigiendo estrategias más precisas para lograr la diferenciación, donde el precio cumple un rol clave. Por ello, establecer un proceso formal de Pricing es vital para mejorar los márgenes del negocio.

La Especialización en Pricing Analytics brinda metodologías y herramientas para gestionar precios con un enfoque estratégico y analítico, orientado a definir precios óptimos y rentables.



Sobre esta Especialización

13

sesiones

52

horas
académicas

¿Cómo impulsamos tu carrera?

- Sesiones 80% **enfocadas en la práctica.**
- Enfoque en **Casos Aplicados a Negocio**, enfrentando los retos del mercado.
- Énfasis en **habilidades técnicas.**
- **Mentoría especializada** con docentes expertos.
- Acompañamiento **constante.**



Objetivos de la Especialización

OBJETIVO GENERAL:

- Conoce las metodologías y herramientas para la gestión de precios en la organización con un enfoque estratégico y táctico basado en el conocimiento de técnicas analíticas. A su vez se contruiran indicadores que nos permite medir el impacto de las estrategias desarrolladas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Domina los fundamentos del pricing, incluyendo discriminación de precios, políticas de descuento y estrategias basadas en elasticidades.
- Aplica modelos estadísticos y analíticos para estimar precios, hacer proyecciones y evaluar beneficios esperados.
- Integra información del mercado y la competencia para comparar precios y desarrollar modelos de pricing aplicables a distintos sectores.

Requisitos

- Conocimientos de programación básica en Python, Excel a nivel intermedio y estadística descriptiva básica.
- Contar con una laptop o computadora de escritorio con disponibilidad de micrófono y cámara web.
- Tener instalado los softwares y herramientas señalados en la sección Contenidos.

Dirigido a

- Profesionales que laboren o estén vinculados a áreas de manera directa o indirecta a las funciones de pricing de diferentes sectores (banca, retail, telecomunicaciones, consumo masivo, etc).
- Profesionales interesados y con conocimiento en el establecimiento de precios.
- Profesionales de diversas disciplinas como estadísticos, economistas, ingenieros económicos, ingenieros de sistemas, tecnologías de información, u otros afines.



Malla Curricular

1. Fundamentos de Pricing

- Qué es pricing.
- Métricas básicas de pricing.
- Relación entre precio y cantidad.
- Mecanismo de precio básicos.
- Subastas.
- Introducción a discriminación de precios.

2. Discriminación de Precios

- Discriminación de precios mediante versionado de productos.
- Discriminación de precios mediante la venta por paquetes.
- Discriminación de precios por cantidad de compra.
- Discriminación de precios basada en las características del cliente.

3. Disposición a Pagar y Políticas de Descuento

- Disposición a pagar.
- Market data.
- Encuestas.
- Descuentos o excepciones.

4. Strategy & Tactical Pricing

- Tactical pricing.
- Pricing táctico a Precio Estratégico.
- Psychological Pricing Tactics.

5. Price Optimization

- Precio portafolio de productos.
- Canales y efectividad.
- Segmentación y clusters.
- Pricing para una cartera de productos.

6. Elasticidades y Métodos de Pricing

- Regresiones y pricing.
- Elasticidad Precio e impacto en pricing.
- Doble Marginación, Valor del Dinero en el Tiempo y CLV.
- Métodos de Pricing.

7. Elasticidades y Métodos de Pricing

- Tipos de mercados y características.
- Información de la competencia.
- Estructura de la competencia.
- Teoría de juegos.

8. Métodos Estadísticos para Pricing

- Cálculo de elasticidad por regresión.
- Estadística descriptiva para pricing.
- Regresión lineal aplicado a pricing.
- Regresión logística a pricing.
- Probabilidad de adquisición.
- Frontera Eficiente.

9. KPI & Forecasting

- Creación de KPIs para pricing.
- Forecast in the sample.
- Forecast out the sample.

Malla Curricular

10. Competitive pricing

- Tipos de mercados y características.
- Información de la competencia.
- Estructura de la competencia.
- Teoría de juegos.

11. Estimación de Ganancias y Pérdidas

- Creación de pilotos.
- Medición de beneficio por esperado y por piloto.

12. Taller de Pricing

- Se revisará la aplicación de modelos de pricing para la gestión en la banca y retail.

Nuestra Propuesta de Capacitación

Las metodologías que aplicamos



Desarrollo de competencias clave en el mundo de los datos

Analiza · Innova · Transforma



Aprendizaje Secuencial

- Descubre conocimiento de vanguardia
- Explora con la guía del experto
- Aplica lo aprendido



Aprendizaje basado en práctica (Learning by Doing)

- Resuelve retos
- Aprende en base a proyectos
- Analiza casos



¿Qué certificado obtendrás?

- Certificado por aprobación de la Especialización en Pricing Analytics, por un total de 52 horas académicas.



¿Por qué elegirnos?



Somos los primeros en Perú en apostar por el desarrollo de profesionales y empresas en data & analytics con más de 15 años de experiencia.



Las empresas worldclass de Latam confían en nosotros para acompañarlas en su transformación hacia el enfoque data driven.



Nuestros docentes son destacados expertos en data & analytics que lideran equipos de alto rendimiento en las empresas más grandes de Latam.



Nuestra metodología "Aprende haciendo" ha logrado que nuestra comunidad de +25K profesionales en todo Latam mejoren su situación laboral.



Tenemos el portafolio más completo con +150 capacitaciones sincrónicas y asincrónicas que se ajustan a diferentes perfiles y niveles de conocimiento.



DMC | INSTITUTE
Analiza, aplica, transforma

Visita nuestra web

www.dmc.pe

Síguenos en:

