

Programas Asíncronos

SÍLABO

I. DATOS GENERALES

Curso	:	Introducción al Pricing
Área	:	Analytics
Docente	:	Antonio Ruiz Olorte
Duración	:	3 horas académicas

II. SUMILLA

El curso se desarrollará mediante la metodología asíncrona, que comprende la revisión de los videos grabados, las lecturas y la resolución de la evaluación planteada. Le permitirá al participante conocer los fundamentos del Pricing, la forma como se crea valor a partir de los precios y los conceptos de elasticidad a partir de la demanda. El curso comprende los siguientes temas generales: a) Introducción al Pricing y la creación del valor y b) Sensibilidad del consumidor a los precios.

III. REQUISITOS

- MS Excel Básico (deseable).

IV. DIRIGIDO A

- Profesionales, egresados, estudiantes e interesados en conocer los fundamentos de Pricing Analytics.
- Profesionales que laboren o estén vinculados en áreas de manera directa o indirecta con funciones de Pricing.

V. OBJETIVOS – LOGROS

El curso le permitirá al participante:

- Conocer los fundamentos de las variables involucradas en la determinación del precio.
- Determinar y comparar los factores que intervienen en la creación del valor en base al precio.

- Analizar la sensibilidad del consumidor a los precios

VI. METODOLOGÍA

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

VII. CONTENIDOS

Total horas	3 horas
Sesión 1	
• Tema 1: Definición del precio	20 min
• Tema 2: Proceso de fijación del precio	25 min
• Tema 3: Valor percibido y valor económico	20 min
• Tema 4: Factores que afectan la disponibilidad a pagar	25 min
Lectura complementaria 1: Nagle, T., & Holden, R. (2002). Estrategia y tácticas de precios. https://d1wgtxts1xzle7.cloudfront.net/64870530/Estrategia_y_Tacticas_de_Precios_s._Una_guia_para_tomar_decisiones_rentables-libre.pdf?1604713761=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEstrategia_y_Tacticas_de_Precios_Una_gui.pdf&Expires=1673395027&Signature=dUPIsXZPT06n8YRz3CnX4vDaDDzq6zgqJfSHIAfbE89XI9-tRAgeh3Hpzw7n9MnsmLGH96DgZpN~xRGNZaCmHy02As1ht-VFwKjcFaYkAcbwM1T-ktanLKGCE6m0SbYbi3Hjda3EDYECgHeoAX5MRPWVFDADAOYP55xUB1QPibuTuZChaQIOg-6wVb6-DpFwFvDEyOysYlWts1Tp0v0JgkFQ8Jmwmu29DNGnSRLkURVnGL8BxyahE36mYdWW-PzjVmsapn-uQhVpYhU~~3CQhXX2iEbQ1hOQ1avRshjEXannhX0bbxY6aRfad-W3ViPC8L0xouABzwh7dx-XcgESNzeA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA	
Sesión 2	
• Tema 5: Definición de la demanda	20 min
• Tema 6: Elasticidad demanda / precio	40 min
• Tema 7: Aplicaciones de elasticidad demanda/precio	30 min
Lectura complementaria 2: Arzadun, P. (2019). Presentación: La elasticidad.. https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/11342/elasticidad_micro_cap6.pdf?sequence=1	

VIII. 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%

IX. Docente**Antonio Ruiz Olorte****Resumen**

- Maestría en Educación con mención en docencia e investigación (Universidad Peruana Cayetano Heredia) y maestría en Ingeniería Industrial (Universidad Ricardo Palma).
- Ingeniero en Estadística en Informática (Universidad Nacional Agraria la Molina)
- Coordinador del Área de Diseño de Producto en DMC, Docente en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC) y Docente en la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI)
- Más de 15 años de experiencia en áreas como: Investigación de Mercados y Estudios Cuantitativos.