

CURSOS DE VERANO

ELIGE ÉXITO

**E**

**+50 años** formando  
profesionales globales  
para **la empresa y el marketing**  
Fomentando el **emprendimiento**  
y **la economía digital**

# Pricing

## Cómo establecer una estrategia de precios



BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Impulsamos tus desafíos

#### INTRODUCCIÓN

Durante este curso de verano se desarrollarán y analizarán las técnicas y metodologías a aplicar en el área de Pricing.

El actual entorno está obligando a muchas empresas a replantearse la forma en la que hasta este momento han venido fijando sus precios de venta. Algunos estudios señalan que una mejora en los precios del 1% produce avances entorno al 11% en el resultado operativo, mientras que una reducción de los costes (fijos o variables), inciden en el mismo en menor medida.

El proceso estratégico de fijación de precios hace de la política de precios una cuestión de gran relevancia en las empresas, de manera que, cada vez más, nos encontramos perfiles profesionales o áreas especializados en esta materia.

Este curso de verano busca poner en práctica la fijación estratégica de precios dinámicos, segmentados y rentables en las empresas, así como dar a conocer las técnicas y metodologías a aplicar en el área de Pricing.

#### OBJETIVOS

- Poner en práctica la fijación estratégica de precios dinámicos, segmentados y rentables en su empresa.
- Conocer las técnicas y metodologías a aplicar en el área de Pricing.
- Contraste de experiencias con casos reales de implantación de Pricing en diferentes sectores.

#### PÚBLICO OBJETIVO

Dirección general, directores de marketing, comerciales, de compras, responsables de pricing, de ventas y de productos.

#### METODOLOGÍA

Metodología dinámica y práctica, con sesiones en las que se combinarán la presentación de conceptos y herramientas con la realización de casos prácticos, fomentando la participación de los asistentes.

PROGRAMA

1. **Introducción al *Pricing*: gestión efectiva de precios en empresas inteligentes.**
2. **Evolución y nuevas tendencias del *Pricing* en las empresas. Métodos de cálculo.**
3. **Construcción del sistema de precios en un determinado entorno:**
  - Cálculo de variables que afectan al precio.
  - Medición del impacto de estas variables en la demanda y en la rentabilidad.
4. **Objetivos en la fijación de precios.**
5. **Estrategias en la fijación de precios:**
  - Desnatado del mercado.
  - Segundas marcas.
  - Precios de prestigio.
  - Segundos mercados.
  - Segmentación de los clientes.
  - Precios dinámicos.
  - Penetración en el mercado.
  - Por cartera de productos.
  - Por áreas geográficas.
  - Según los canales de distribución.
  - Según la competencia.
  - En función del ciclo de vida del producto o servicio.
6. **Análisis de la información de precios:**
  - *Marketing Intelligence* aplicado al *Pricing*.
  - Impacto en las campañas de marketing y ventas.
  - Impacto del precio de la competencia en mi demanda.
  - Impacto del entorno económico en los precios.
  - *Customer Lifetime Value*.
  - *Prospect Lifetime Value*.
  - *Economic Value Analysis*.
  - Cálculo del valor de los atributos de un producto. Análisis *Conjoint*.
  - Matriz nivel de precios/innovación.
7. **Fijación de precios:**
  - Análisis del valor de los productos o servicios.
  - Comunicación del valor del precio y del producto.
  - Fijación de descuentos.
  - Simulación del impacto en la cuenta de resultados.
8. **Gestión y control de precios:**
  - Diseño de experimentos.
  - Monitorización de precios o KPI.
9. **Fijación de precios a nivel internacional en distintos mercados.**
10. **Aplicación del *Neuromarketing* en la fijación de precios.**

PONENTES

**D<sup>a</sup>. Araceli Maseda.**

Doctora en Economía de Empresa por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciada en Gestión Comercial y Marketing, ESIC, Business&Marketing School. Honour Degree in Business Administration Business, Lincolnshire & Humberside. Licenciada en Psicopedagogía y Ciencias Sociales, Universidad Complutense de Madrid. Máster Oficial en Dirección de Marketing, ESIC - Universidad Rey Juan Carlos. Course on Management Research RCC, Harvard University.

Consultora-formadora. Profesora en la Universidad Complutense de Madrid, Universidad Internacional de la Rioja y en ESIC, Business&Marketing School.

Anteriormente: Brand Manager del Grupo Leche Pascual. Product Manager de Yoplait España. Ejecutiva de Cuentas del Grupo Young & Rubican. Responsable de Comunicación con Clientes de Airtel.

### INFORMACIÓN

**FECHAS:**

3, 4 y 5 de julio de 2017.

**HORARIO:**

De 16.30 a 21.30 h.

**DURACIÓN:**

15 horas - 3 días.

**LUGAR DE IMPARTICIÓN:**

Executive Education ESIC.  
C/ Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid.

**IMPORTE\*:**

750€

Descuento de 100€ por inscripción anticipada hasta el 19/06/2017.

Alumni asociados: 487€ | Alumni no asociados: 637€

Gestión gratuita de la bonificación de Fundae, solicite más información.

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

*\* Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía.*

**OBSERVACIONES:**

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está siempre supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes para poder desarrollarlo.

Para obtener el diploma y certificado de realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas. Superado este porcentaje, ESIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

ESIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

**MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:**

(00 34) 91 744 40 40

executive@esic.edu

www.esic.edu/executive