

Pricing Strategy Program

Alinhando preço, produto e estratégia



Quando

12/01/2026 até 28/01/2026 (3 semanas)

Horários

Seg/Qua: 19:00 até 22:30

Carga horária

18 horas

Onde

Virtual Live - Zoom

Investimento

R\$ 5.000,00*

*Consulte formas de pagamento e descontos especiais

O curso

Estruturado para trazer aos participantes os principais conceitos e ferramentas para desenvolver estratégias de configuração e precificação de produtos e serviços, alcançando vantagem competitiva.

Para todos os temas abordados serão respondidas as três principais perguntas necessárias para consolidação do conhecimento de negócios:

- O que é? (base teórica)
- Para que serve? (utilização)
- Como aplicar? (aplicação)

Todas as aulas apresentam a teoria com profundidade, consistência, linguagem simples (fácil entendimento mesmo para quem nunca teve contato com os temas) e fazendo a ponte com casos atuais de mercado, além de simular situações onde os alunos deverão tomar decisões estratégicas com base no que foi apresentado.

A quem se destina

- **Profissionais de *middle e top management*** que atuam em qualquer área da companhia e que necessitam de base técnica para tomada de decisão de precificação e configuração de produtos/serviços.
- **Empreendedores (*founders*)** que necessitam de base sólida de negócios para definir e executar estratégia corporativa em suas empresas.
- Profissionais atuando em **áreas estratégicas (*business intelligence, analytics, strategic planning, commercial planning, product, etc.*)** que suportam as tomadas de decisão da empresa.

O programa

O programa é estruturado em 3 partes:

Completo	Módulos	Principais temas
Pricing Strategy Program (18 horas)	Elementos técnicos	• Margem e markup • Preço e volume • Preços e custos (<i>experience curve</i> e precificação pelo custo marginal) • Discriminação de preço (segmentação) • Elementos de precificação B2B (dupla imposição de margem) • <i>Willingness to pay</i> – Questionário • <i>Willingness to pay</i> – <i>Conjoint Analysis</i> • Psicologia do Consumidor
	Preço e a gestão de valor (cliente, empresa e competição)	• Gestão de valor econômico financeiro – <i>ROIC</i> • <i>Customer Lifetime Value</i> - <i>CLV</i> • Mapa de valor para o consumidor • Vantagem competitiva e precificação
	Alinhamento da estratégia baseado no preço	• Produtos / Serviços existentes – <i>Edge Strategy</i> ◦ Inovação <i>edge-based</i> ◦ Solução <i>edge-based</i> ◦ <i>Edge-based bundling</i> • Novos produtos / serviços – <i>Monetizing Innovation</i>

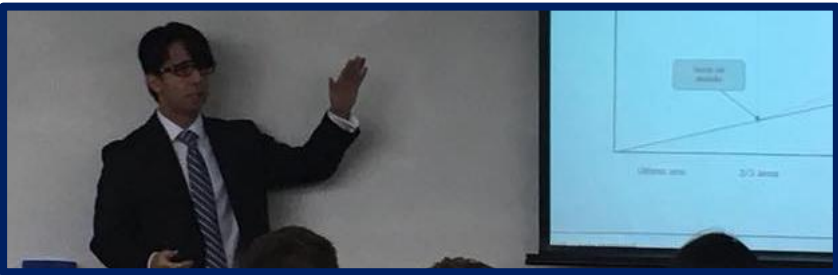
Calendário

As aulas serão *virtuais live* (Zoom) por 3 semanas seguidas, segundas e quartas-feiras.

Pricing Strategy Program	• Carga horária total: 18 horas • Dias de aula: Segundas e Quartas • Horário: 19h00 às 22h30 • Datas: 12/01 14/01 19/01 21/01 26/01 28/01
--------------------------	---

Instrutor

Corpo docente com formação técnica profunda nos temas abordados pelo curso, assim como experiência profissional relevante, trazendo casos reais e aplicabilidade prática para o ambiente das aulas.



Renato Arakaki (engenheiro)



<https://www.linkedin.com/in/renatoarakaki/>



VP – Private Equity



Chief Operating Officer



Chief Executive Officer



Diretor de RH

Inscrição

As vagas serão preenchidas por ordem de inscrição / aprovação. O processo seletivo se encerrará quando todas as vagas forem preenchidas, mesmo que ocorra antes dos prazos anteriormente descritos.

Acesse nosso website para realizar a inscrição: www.btcompany.com.br/pricing

