



centrum
PUCP ESCUELA PARA
LOS BUENOS
NEGOCIOS

eada[®]
business school
barcelona

DIPLOMATURA INTERNACIONAL

DIRECCIÓN DE VENTAS



**Executive
Education**
SAN MIGUEL



centrum
PUCP ESCUELA PARA
LOS BUENOS
NEGOCIOS

eada[®]
business school
barcelona

DIPLOMATURA INTERNACIONAL

Dirección de Ventas



Presentación

Este programa te permitirá obtener un conocimiento avanzado de las herramientas de ventas globales para sus equipos. Gracias a estos conocimientos, administrarás grupos exitosos y manejarás técnicas modernas con solvencia.

Componente Internacional - Eada Business School

La Escuela de Alta Dirección y Administración (EADA) es uno de los más prestigiosos centros de estudios de posgrado de España. Fundada en 1957, en Barcelona, ha formado a más de 120,000 participantes, procedentes de más de 50 países, lo que evidencia su nivel de innovación y prestigio. EADA ha sido considerada por Financial Times como el número 24 entre las mejores 80 Escuelas de Negocios de Europa, Financial Times 2015.



Certificación

- Diplomatura de Estudio Internacional Empresarial en Dirección de Ventas, otorgada por CENTRUM PUCP Graduate Business School.
- Programa Avanzado Internacional en Gestión de Dirección de Ventas, otorgado por EADA Business School.
- Tercera Certificación Internacional OPCIONAL: Programa Avanzado Internacional en Innovación y Emprendimiento, otorgado por EADA Business School (viaje de estudios a Barcelona, España).

Objetivos

- Conocer y emplear diferentes herramientas y criterios para la formulación de estrategias de ventas que le permitan consolidar una relación de largo plazo con sus clientes.
- Analizar situaciones complejas y diseñar adecuadamente estrategias de venta.
- Aplicar herramientas para capacitar, motivar y dirigir un equipo de ventas con enfoque al logro de resultados.
- Construir habilidades de liderazgo en la dirección de ventas.

Metodología

Los cursos serán desarrollados sobre la base de una metodología participativa que promueve el trabajo colaborativo, basada en presentaciones del profesor y de los alumnos, además de lectura de bibliografía apropiada para cada sesión y discusión de casos en clase.



Ventajas del programa



Recibirás una sólida formación académica y práctica que permitirá perfeccionar tus conocimientos. Las clases se llevarán a cabo en un aula virtual especializada para la enseñanza y contarás con la asistencia de un tutor durante la clase.



Uso de CANVAS, plataforma de aprendizaje con mayor crecimiento a nivel mundial, es un LMS (sistema de gestión de aprendizaje) que permite el desarrollo y dinamismo en los procesos de aprendizaje, cuya característica principal es el e-learning. Es altamente flexible y personalizada, adaptada para todos los dispositivos, intuitiva y fácil de usar. Facilitará la gestión de tu proceso de aprendizaje; estarán disponibles los materiales, tareas, ejercicios, evaluaciones y otras actividades.



Serás guiado por docentes nacionales e internacionales de alto nivel académico y experiencia comprobada en negocios. Las clases son impartidas en tiempo real en la plataforma ZOOM, lo que te permitirá intervenir y absolver dudas. Además, podrás descargar las grabaciones de clases pasadas, hasta máximo 10 días después de impartida la clase, y revisarlas en el momento que desees.



Tendrás el respaldo de una escuela top de América Latina y la única en el Perú con Triple Corona académica.



La estructura curricular más moderna y completa asegura el nivel de profundidad que requieres.



Podrás mejorar tus redes de contactos al pertenecer a una comunidad que agrupa a los mejores profesionales.



Contarás con una cuenta de correo, acceso al Campus Virtual y material complementario del curso.

Contenido

Gerencia de Ventas y Políticas Comerciales

El curso presenta desde una perspectiva estratégica, los conocimientos y herramientas prácticas clave para formular un Plan de Ventas sobre la base de políticas de ventas establecidas por la Gerencia, mediante estrategias específicas, indicadores de ventas y actividades de prospección, presentación, negociación, cierre y post venta para la fidelización de clientes. Los objetivos de aprendizaje son alcanzados a través de la elaboración, sesión a sesión, de un plan de ventas. De esta manera, el estudiante se va familiarizando con los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollar dicha tarea en el ámbito organizacional de su propia empresa. El participante expondrá los avances de su trabajo en sesiones taller, recibiendo la retroalimentación del profesor y de los otros estudiantes.

Herramientas Financieras para Ventas

En este curso, se desarrollarán los conceptos y herramientas financieras de corto plazo necesarias para el área comercial de una empresa, de manera de poder contribuir a la toma de decisiones y contribuir a la obtención de los objetivos empresariales. Se proporcionarán los principales conceptos y herramientas para el adecuado análisis, planeamiento y control de las principales variables relacionadas con su función. Se revisarán las diferentes decisiones del área comercial y su incidencia en las Finanzas de la empresa, así como en la fijación de incentivos, premios y modos de retribución al personal del área comercial. Se incidirá en las técnicas, herramientas y modelos de gestión que permiten medir la rentabilidad obtenida sobre los recursos invertidos y el valor creado en la empresa.

Estrategia de Marketing e Inteligencia Comercial

El Marketing es un proceso por el cual la empresa crea valor y satisfacción en el consumidor de una manera rentable para todos. Esta orientación es válida en cualquier situación de mercado, y sobre todo en un contexto de cambios cada vez más rápidos, con mayor competencia y con clientes cada vez más informados y exigentes de innovación, como es el caso del mundo moderno globalizado. Este es un curso sobre el análisis y formulación de estrategias de marketing, sobre la base de inteligencia comercial que debe ejecutarse de manera cotidiana en la empresa para estar bien informados de lo que pasa en el mercado y está focalizado en el desarrollo de habilidades para la identificación de problemas, un adecuado análisis cualitativo y cuantitativo, para la elaboración de estrategias de marketing como base para un plan de ventas efectivo, asegurando una oportuna toma de decisiones, en un marco de responsabilidad social y ética empresarial.

Coaching y Capacitación de la Fuerza de Ventas

En estos tiempos en que la preocupación de las empresas es incrementar sus ventas en un mercado altamente competitivo, el contar con una fuerza de ventas debidamente capacitada y motivada es un requisito fundamental para lograr los objetivos empresariales tanto de corto como de largo plazo. El curso brinda al estudiante los lineamientos para desarrollar procesos de mejora en la fuerza de ventas, a partir de la identificación de las fortalezas de las personas, sobre la base de procesos de diálogo y soporte para la reflexión y el autodescubrimiento de cursos de acción para la mejora profesional. El curso permite al estudiante identificar el rol de la capacitación en la creación de un equipo eficaz, las necesidades de capacitación en su personal, identificar las características que hacen exitosos los programas de formación en adultos, para luego plantear las estrategias para cerrar las brechas mediante los distintos métodos de entrenamiento. Con este curso, el estudiante tendrá una visión muy humana, no metalizada, de la motivación podrá diseñar y desarrollar presentaciones profesionales a clientes con clara orientación a beneficios, logrando impacto, credibilidad y resaltando las ventajas de sus propuestas.



Contenido

Canales de Venta y Trade Marketing

En mercados tan exigentes y globales como los actuales, la eficiencia comercial puede representar una clara ventaja competitiva, y la Gerencia de Ventas adquiere una dimensión estratégica de largo alcance, en definitiva, un factor crítico de éxito. Por lo tanto, la Gerencia de Ventas deberá diseñar una estrategia comercial de alta dirección, alineada al Plan de Marketing de la empresa y que por supuesto, mantenga la coherencia con las cuatro fases que componen el Ciclo de Valor: Identificar, Crear, Entregar, Sostener. Se analizarán todos los canales de ventas disponibles y la importancia del Trade Marketing como estrategia de manejo de distribuidores y puntos de venta.

Estrategia Digital & E-Commerce

 Internet y las nuevas tecnologías han cambiado nuestras vidas y la forma como las empresas hacen negocios. Los consumidores están cada vez mejor informados. Conocer los retos y oportunidades que ofrece este nuevo medio digital se ha convertido para las empresas en una necesidad para lograr ser competitivo, logrando captar y fidelizar clientes que son mucho más exigentes que antes. Las nuevas herramientas que Internet provee a los profesionales de Ventas, facilitan el dialogo con el cliente, permitiéndole conocer mejor sus necesidades y con ello abrir nuevas oportunidades para personalizar la oferta y posterior venta, logrando cumplir y superar sus expectativas. Se estudiará el impacto de la telefonía móvil, las redes sociales, web, blogs y otras herramientas disponibles para la comunicación con los clientes y se conocerá la viabilidad de una herramienta potente como es el E-Commerce como canal de venta y forma de acercarse al consumidor. Este curso lo dicta EADA.

Negociaciones Profesionales

Las ventas se cierran exitosamente si previamente hay una buena negociación con los clientes. El curso comprende la teoría y práctica necesarias para el manejo profesional de las negociaciones, y en particular su aplicación en las ventas. De esta manera se desarrollan las técnicas básicas de negociación, y los participantes son entrenados en el desarrollo de las habilidades necesarias para apoyar procesos de negociación mediante casos aplicativos y constantes práctica.

Gestión de Cuentas Claves, Fidelización de Clientes y Ventas B2B

Las nuevas oportunidades de negocio se generan en la medida que logremos un conocimiento profundo de las necesidades y estrategias de nuestros clientes clave y como alinear las mismas con los objetivos de nuestra empresa. Es de vital importancia enfocarse en la captación, retención y fidelización de los clientes, toda vez que asegura la continuidad del negocio. En este contexto es que se hace necesario entender dos temas fundamentales como son: El enfoque estratégico de la gestión de cuentas clave y la fidelización de clientes tanto en ventas a consumidores finales (B2C) como en ventas empresa a empresa (B2B), brindando calidad y servicio de excelencia que diferencie a nuestra empresa de sus competidores en el mercado. Se estudiarán los conceptos y fundamentos de estos dos temas y cómo aplicarlos para conseguir que las empresas comercialicen productos (bienes y servicios) exitosos que mantengan satisfechos y leales a sus clientes.



Profesores

 **Carlos Merino Aspauza** - [in](#) Ver LinkedIn

Magíster en Administración de Empresas con concentración en Marketing de la Universidad del Pacífico, Perú. Además, ha realizado estudios de Marketing en el Frito-Lay Marketing University, Marketing: Wheat-Flour Processed Products en el Northern Crops Institute, Programa de Desarrollo Gerencial de la Escuela de Dirección en la Universidad de Piura. Ha sido Gerente de Producto de D´Onofrio, Gerente de Marketing de Pepsico Food, Frito-Lay, Gerente Comercial de ChinaWok, Gerente de Marketing y Trade de Panificadora Bimbo Perú, Gerente de Marketing de Manufacturas Metálicas Record, Gerente de Ventas de Canales Alternativos de Oncosalud y Director de la Sociedad Peruana de Marketing. Actualmente es Jefe y Profesor del Área Académica de Marketing, Ventas y Emprendimiento en CENTRUM PUCP Business School. Asimismo, es Director y Gerente General de Venti Grupo Inmobiliario.

 **Pablo José Arana Barbier** - [in](#) Ver LinkedIn

Magíster en Administración Estratégica de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú; Máster en Liderazgo de EADA Business School, Barcelona, España; Licenciado en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. Miembro de The International Honor Society Beta Gamma Sigma. Especialista en temas relacionados a la gestión financiera, la optimización de costos, las finanzas corporativas, la evaluación de proyectos y el área logística. Ha sido Director de Proyección Académica y Sub Director de Maestrías en CENTRUM PUCP Business School. Jefe de Servicios Financieros y Jefe de Logística en Cibertec, además de Cost & Savings Focal Point en IBM. Cuenta con casi diez años de experiencia docente, siendo especialista en cursos relacionados a las finanzas corporativas, riesgo y rendimiento financiero, matemáticas financieras, construcción y proyección de estados financieros, evaluación de proyectos, manejo de capital de trabajo, contabilidad financiera y gerencial, entre otros.

 **Carlos Domínguez Scholz** - [in](#) Ver LinkedIn

MBA de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Socio de OPTIMIZA, consultora empresarial cuyo objetivo principal es apoyar a organizaciones locales y extranjeras en el incremento de su competitividad a través de la implementación de metodologías de vanguardia enfocadas a la gestión estratégica y comercial, emprendimiento, investigación de mercados y optimización de valor. Se desempeña también como docente universitario en instituciones como CENTRUM, Universidad de Lima y ESAN en cursos relacionados a la gestión estratégica, gestión de marketing y creación de negocios.

 CENTRUM PUCP podrá efectuar cambios en la malla, secuencia de los cursos o profesores, de acuerdo a su política de mejora continua. De no cumplir con el quorum requerido CENTRUM PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas.

Profesores



Juan O´Brien Cáceres - [Ver LinkedIn](#)

DBA(c) Doctor of Business Administration, Maastricht School of Management, Países Bajos, Ph.D. (c) en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Perú, Master of Philosophy y Master of Business Administration in General and Strategic Management de la Maastricht School of Management, Países Bajos, Magíster en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Perú, Economista, Universidad de Lima, Perú, Strategie Financiere en la Université Laval, Québec-Canadá. Colloquium on Participant Centered Learning (Programa CPCL), Harvard Business School, Estados Unidos. Director de empresas del sector construcción, servicios, energía y comercio. En relación con su labor docente amplia experiencia en los cursos de finanzas corporativas, ingeniería financiera y mercado de capitales, gestión de valor, herramientas cuantitativas de marketing y planeamiento estratégico. Actualmente es Director de Programas de Alta Dirección In Company y Consultoría y Profesor del Área Académica de Finanzas, Economía Empresarial y Contabilidad de CENTRUM PUCP Business School.



Manuel Gómez Buroz - [Ver LinkedIn](#)

El profesor Gómez es Magíster en Administración, Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), Venezuela. Licenciado en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad de Oriente, Venezuela. En relación a su experiencia profesional, se ha desempeñado como VP de HR en Hangertips para LATAM. Director de la Universidad Corporativa del Grupo BECO & Co. Profesor de Educación Ejecutiva del IESA en Caracas y Panamá. Consultor académico para Learnisity, educación en línea. Columnista de opinión para Caraota Digital y autor de diversos artículos para la revista Debates IESA. Actualmente es Profesor en el Área Académica de Marketing en CENTRUM PUCP Business School (Formación Continua).



Oscar Alberto Uribe Laines - [Ver LinkedIn](#)

Master of Business Administration, Maastricht School of Management, The Netherlands; MBA en Administración Estratégica, Pontificia Universidad Católica del Perú. Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú. Ha sido Director Adjunto de la Oficina de Relaciones Laborales de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Docente de pregrado en temas de Gestión y Dirección de Empresas y Recursos Humanos. Docente de posgrado en Gestión de Recursos Humanos, Administración Salarial y Evaluación de Desempeño. Actualmente es Gerente de Administración y Recursos Humanos del Centro Corporativo del Grupo Wiese.



CENTRUM PUCP podrá efectuar cambios en la malla, secuencia de los cursos o profesores, de acuerdo a su política de mejora continua. De no cumplir con el quorum requerido CENTRUM PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas.

Requisitos

- Ficha de Inscripción debidamente llenada.
- Copia simple del DNI (ambas caras), o Carné de extranjería o Pasaporte, en caso de postulantes extranjeros.
- Currículum Vitae no documentado y foto escaneada (tamaño pasaporte, resolución no menor a 300 dpi, con saco y corbata, fondo blanco).

Condiciones:

- Los precios y condiciones están sujetos a variación.
- El costo del programa incluye emisión de Diploma EADA Business School y Centrum PUCP en formato digital.
- El costo del programa no incluye: emisión de certificados, constancias de notas, malla académica y participación u otros.

 **Inicio**
2022

 **Frecuencia**
De 19:00 a 22:30

 **Duración**
8 meses lectivos

 **Modalidad**
Aula virtual sincrónica
Clases en tiempo real

 **Inversión**
S/. 16,500
*Consulta por los descuentos por pago al contado y financiamiento sin intereses.

Informes:

 **Anneth Quijandría**
 aquijandriap@pucp.edu.pe
 940 099 150

 **Carina Mena**
 cmenay@pucp.edu.pe
 987 308 332

