

DIPLOMATURA

# Gestión Comercial, Técnicas y Estrategias de Ventas



Centrum PUCP  
Executive Education  
**ahora en regiones**



**28** Agosto 2025



**06** Meses lectivos

**Lifelong Learning**



# Acerca del Programa



## DIPLOMATURA

# Gestión Comercial, Técnicas y Estrategias de Ventas

 **Modalidad Online:** Clases en tiempo real

La Diplomatura de Estudio en Gestión Comercial, Técnicas y Estrategias de Ventas, está diseñada para formar a los profesionales comerciales del futuro, poniendo el acento en aspectos como la calidad, la eficiencia de la organización y sus actividades. Te ofrece los conocimientos técnicos, la visión analítica y estratégica y el desarrollo de las competencias directivas para desarrollar políticas de marketing exitosas. Al finalizar la diplomatura, habrás adquirido los últimos conocimientos y las competencias necesarias para incrementar los niveles de competitividad de tu organización, y podrás planificar estrategias de venta más duraderas y eficaces, contribuyendo con el desarrollo de los buenos negocios y con ello el país.

# Certificación



Centrum PUCP 

Diplomatura de Estudio en Gestión Comercial,  
Técnicas y Estrategias de Ventas



## Objetivos

### 01

Identificar la naturaleza de la venta personal como herramienta única de comunicación de marketing para entender su importancia dentro de la organización moderna.

### 02

Identificar las diferentes necesidades del consumidor de tal forma que logren una comprensión de las motivaciones y el proceso de toma de decisiones del comprador.

### 03

Analizar las técnicas modernas de ventas que desarrollen habilidades de comunicación e influencia personal incrementando su eficiencia en ventas.

# Contenido del Programa

1

## Gestión Comercial y Marketing

El curso teórico/práctico tiene como propósito brindar herramientas para elaborar un plan comercial y de marketing a partir de una segmentación del mercado, así como conocer y gestionar las fases del marketing-mix implementando un plan de marketing en cualquier sector.

**Sesión 1-2** • Creación de Valor a través del Marketing Estratégico

**Sesión 3-4** • Identificación de las Necesidades del Consumidor y Desarrollo del Proceso de Segmentación, Targeting, y Posicionamiento

**Sesión 5-6** • Estrategias y Tácticas de Productos/Marcas y Precios

**Sesión 7-8** • Gestión de Canales de Distribución y Estrategias de Comunica

**Sesión 9-10** • Ventas por mayor y menor. Venta Personal y Promoción de Ventas

**Sesión 11-12** • Inteligencia Comercial

**Sesión 13** • Entrega y sustentación del trabajo aplicativo final del curso.

2

## Comunicaciones para el Desarrollo de Negocios

El curso teórico/práctico tiene como objetivo lograr que los participantes desarrollen una base de conocimientos que les permita articular estrategias de comunicación, incorporen las distintas herramientas con miras a optimizar la gestión de marcas y su presentación eficaz a los distintos públicos a los que se dirige la empresa.

**Sesión 1-2** • Introducción a la Comunicación para el Desarrollo de Negocios

**Sesión 3-4** • Planificación de la Comunicación Estratégica

**Sesión 5-6** • Medios propios

**Sesión 7-8** • Medios ganados.

**Sesión 9-10** • Innovación y contenido multimedia

**Sesión 11-12** • Métricas: Midiendo nuestros avances

**Sesión 13** • Trabajo Aplicativo Final

## 3

## E-Commerce y Marketing Digital

El contenido está centrado en conceptos y aplicaciones que facilitan la comprensión de la evolución de las oportunidades que ofrece el comercio electrónico, que está alterando radicalmente la forma en que se desarrollan actualmente las actividades empresariales y que está produciendo cambios importantes en la economía global.

**Sesión 1-2** • Introducción al Comercio Electrónico

**Sesión 3-4** • Modelos B2C

**Sesión 5-6** • Elementos de una tienda On-Line

**Sesión 7-8** • El Journey del cliente y el embudo de ventas  
• Buyer Persona  
• Mapa de Empatía  
• CJM - Customer Journey Map

**Sesión 9-10** • Promoción del Comercio Electrónico y Analítica Web

**Sesión 11-12** • Cómo adoptar un modelo de comercio electrónico  
• Trabajo Aplicativo Final

**Sesión 13** • Examen final / Trabajo Aplicativo Final

## 4

## Gestión de Indicadores (KPI), Objetivos y Resultados Claves (OKr)

El curso teórico-práctico estudia los indicadores de gestión han probado ser una excelente herramienta para lograr el alineamiento de todas las unidades y personas de una organización en torno a su estrategia y prioridades operacionales.

**Sesión 1-2** • Introducción a la gestión de excelencia y a la orientación a resultados / Conceptos claves: objetivos, indicadores y metas / Taller práctico de definición de objetivos, indicadores y metas

**Sesión 3-4** • Taller práctico de definición de objetivos, indicadores y metas

**Sesión 5-6** • Balanced Scorecard / Taller práctico Balanced Scorecard: tablero de control

**Sesión 7-8** • Taller práctico Balanced Scorecard: tablero de control Taller práctico  
• Perspectivas del Balanced Scorecard y la implantación del Balanced Scorecard  
• Taller práctico Balanced Scorecard: Perspectiva clientes y mercado y planes de acción

- Sesión 9-10**
- Taller práctico Balanced Scorecard: Perspectiva clientes y mercado y planes de acción
  - El Enfoque Cliente Proveedor
  - Taller práctico Modelo Cliente – Proveedor

- Sesión 11-12**
- Taller práctico Modelo Cliente – Proveedor
  - Objetivos clave de resultados (OKr)
  - Taller práctico Objetivos clave de resultados (OKr)

- Sesión 13**
- Examen final / Trabajo Aplicativo Final

## 4

## Habilidades Comerciales y de Ventas

El curso teórico/práctico está destinado a desarrollar las competencias personales de sus colaboradores, empleando técnicas de naturaleza activa. En esta materia, se analizan los factores de éxito para las personas en una sociedad permanentemente forzada a adaptarse, en donde la empresa y el individuo forman una dupla estratégica que conlleva al éxito colectivo y particular.

- Sesión 1-2**
- Apertura al Cambio - Paradigmas

- Sesión 3-4**
- Persuasión – Conocer al Cliente

- Sesión 5-6**
- Lenguaje Corporal – Habilidades en la Comunicación

- Sesión 7-8**
- Atención eficaz al Cliente - Emociones

- Sesión 9-10**
- Toma de Decisiones del Cliente – Oportunidades y Necesidades

- Sesión 11-12**
- Entrevista Comercial – Argumentación Comercial

- Sesión 13-14**
- Objeciones - Negociación

- Sesión 15-16**
- Cierre de Ventas – Técnicas de Ventas

## 4

**Ventas Ágiles (Agile Sales)**

El curso teórico/práctico analiza los enfoques modernos de ventas y marketing se basan en la idea de resolución de problemas. La clave es identificar grupos específicos de consumidores y llegar a conocerlos de manera intuitiva, de modo que pueda identificar los problemas que tienen y las soluciones que buscan.

**Sesión 1-2** • Metodologías ágiles para las ventas: Scrum

**Sesión 3-4** • Metodologías ágiles para las ventas: Kanban y Constraint Management

**Sesión 5-6** • Gestión de la creatividad e innovación: Design Thinking

**Sesión 7-8** • Generación de modelos de negocio y diseño de la propuesta de valor

**Sesión 9-10** • Habilidades Blandas y la Gestión de la Fuerza de Ventas con Scrum

**Sesión 11-12** • Habilidades Blandas y la Gestión de la Fuerza de Ventas con Scrum

**Sesión 13** • Entrega y sustentación del trabajo aplicativo final del curso.



## Inicio

28 de agosto 2025

## Duración y Horario

6 meses lectivos / 120 horas

Lunes y Jueves de 07:00 a 10:30 p.m.

## Modalidad

Online (clases en tiempo real)

## Inversión Regular

S/. 8,500

La inversión **incluye:**

- Emisión del certificado por Centrum PUCP
- Materiales académicos

La inversión **no incluye:**

- Emisión de otros certificados (participación, constancia de notas, mallas académicas, etc.)

## Informes:

✉ [executive.centrum@pucp.edu.pe](mailto:executive.centrum@pucp.edu.pe)

🌐 [www.centrum.pucp.edu.pe](http://www.centrum.pucp.edu.pe)

# Executive Education

DIPLOMATURA

# Gestión Comercial, Técnicas y Estrategias de Ventas



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA