

DIPLOMATURA

Gestión Comercial, Técnicas y Estrategias de Ventas



27

Noviembre 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 Comunicación
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

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 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

- 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

27 de noviembre 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

🌐 centrum.pucp.edu.pe

DIPLOMATURA

Gestión Comercial, Técnicas y Estrategias de Ventas



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA