centrum PUCP ESCUELA PARA LOS BUENOS NEGOCIOS

Executive Education

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

Key Account Management

Inicio
30 de junio 2026

Duración
3 meses lectivos

Modalidad
Online en tiempo real

Somos una Escuela de Negocios
referente en el mundo y la
primera en el Perú con 4 Acreditaciones a la Excelencia Académica

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES

AACSB ACCREDITE | EFMD EQUIS ACCREDITED | BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION | ASSOCIATION OF MBAS ACCREDITED

DE EXCELENCIA ACADÉMICA

N° 1
EN PERÚ

N° 6
EN LATAM

N° 29
EN EL MUNDO

Según el ultimo Ranking del Financial Times 2025.
(La publicación de negocios más respetada a nivel global)

FT **EXECUTIVE EDUCATION**
2025 RANKING

Fortalece tus competencias estratégicas en la gestión de clientes clave

Este programa está diseñado para potenciar la creación de valor y el crecimiento organizacional. Desarrollarás propuestas de valor alineadas a las necesidades del comprador, planes integrales de grandes cuentas y modelos de indicadores que optimicen el desempeño comercial. Además, incorporarás herramientas digitales y de e-commerce que consolidan una gestión moderna, analítica y de alto impacto.

OBJETIVOS

01. **Diseñar estrategias de gestión** de portafolios de clientes clave centrados en el crecimiento organizacional y el aumento de valor.

02. **Desarrollar indicadores de key account management** midiendo el rendimiento comercial con respecto a la meta organizacional.

03. **Evaluar el impacto de las plataformas digitales** en la comunicación y el e-commerce como canal de ventas.

CERTIFICADO

Programa de Especialización en Key Account Management **por Centrum PUCP**

centrum PUCP

CERTIFICADO

CENTRUM PUCP de la Pontificia Universidad Católica del Perú certifica que

TU NOMBRE

aprobó satisfactoriamente el Programa de Especialización en Key Account Management, desarrollado del xx de xx del 2026 al xx de xx del 2026 con un total de 75 horas.

Lima, 5 de febrero del 2026

MÓDULO 1

CONTENIDO DEL PROGRAMA

01_VISIÓN DEL COMPRADOR Y DISEÑO DE LA PROPUESTA DE VALOR

Comprende cómo compran hoy las organizaciones en un entorno complejo y de múltiples decisores. Interpreta los criterios que realmente valoran los compradores y a diseñar propuestas de valor alineadas a sus necesidades. Desarrollarás la capacidad de crear ofertas diferenciadas que conecten con los clientes y faciliten acuerdos en procesos de compra exigentes.

Sesión 1 - 2:

- Venta B2B y la noción de Valor

Sesión 3 - 4:

- KAM: Rol, Perfil y Funciones Claves
  Se realiza el primer acercamiento hacia el nuevo entorno, las funciones y competencias del KAM, así como su aporte a la creación de valor para la organización.

Sesión 5 - 6:

- Indicadores: Concepto, Desarrollo y Gestión
  Los indicadores de gestión han adquirido un importante protagonismo dentro de la caja de herramientas empresarial. Usarlos bien puede permitir avanzar, mejorar en diferentes frentes, saber en qué grado se están consiguiendo ciertos resultados, e incluso premiar la buena gestión y castigar la deficiente.

Sesión 7 - 8:

- Gestión de compradores en base a sus clientes personales
- Genere confianza con sus clientes desde el 1er momento
- Perfiles de personalidad: ¿Cómo tratarlos?
- Tipo de orientación: ¿Qué decirles?
- Identificación de las necesidades del comprador
- Identificación de necesidades
- ¿Por qué compramos?
- Cómo identificar necesidades
- Modelos secuenciales de identificación de necesidades

Sesión 9 - 10:

- Plan de Cuentas Claves

Sesión 11 - 12:

- Presentación del trabajo integrador final

02_MANAGEMENT DE GRANDES CUENTAS: ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCIÓN

Gestiona clientes clave en entornos altamente competitivos y exigentes. Aprenderás a identificar grandes cuentas, comprender sus necesidades y construir relaciones de alto valor en un contexto de compradores más informados y procesos complejos. Dominarás un modelo estratégico de Plan de Cuentas Claves para asegurar permanencia, fidelización y crecimiento sostenible.

Sesión 1 - 2:

- KAM: Rol, Perfil y Funciones Claves

Sesión 3 - 4:

- Administración del Portafolio de Grandes Cuentas

Sesión 5 - 6:

- Captación y Fidelización de Grandes Cuentas

Sesión 7 - 8:

- Plan de Cuentas Claves

Sesión 9 - 10:

- Implementación del KAM

Sesión 11 - 12:

- Presentación del trabajo integrador final

MÓDULO 1

03_INDICADORES PARA LA GESTIÓN EFICAZ DE LOS CANALES DE VENTAS B2B

Diseña y usa indicadores que realmente impulsen resultados en ventas B2B. Aprenderás a construir un modelo de causa-efecto que permita evaluar el desempeño de cada cliente clave, detectar desviaciones y definir acciones correctivas. Desarrollarás la capacidad de gestionar canales de venta con métricas estratégicas que orienten decisiones y maximicen el logro de objetivos.

Sesión 1 - 2:
- Introducción a la Gestión de Cuentas Claves

Sesión 3 - 4:
- Indicadores: Concepto, Desarrollo y Gestión

Sesión 5 - 6:
- Plan Estratégico de Desarrollo de la Cuenta Clave

Sesión 7 - 8:
- Medición de la Rentabilidad de la Cuenta Clave

Sesión 9 - 10:
- Gestión de Ventas B2B

Sesión 11 - 12:
- Presentación y exposición de los TAF grupales

04_ESTRATEGIA DIGITAL & E-COMMERCE

Comprende los retos y oportunidades del entorno digital actual. Aprenderás cómo las nuevas tecnologías, la telefonía móvil, las redes sociales y el e-commerce transforman la relación con clientes más informados y exigentes. Desarrollarás estrategias para personalizar la oferta, potenciar las ventas y fidelizar a tus consumidores en canales digitales.

Sesión 1 - 2:
- Tendencias actuales y futuras en el comercio electrónico

Sesión 3 - 4:
- Introducción al Comercio Electrónico

Sesión 5 - 6:
- Modelos B2C

Sesión 7 - 8:
- Cambios en la estructura de negocio para adoptar un modelo de comercio electrónico

Sesión 9 - 10:
- Promoción del Comercio Electrónico y Analítica Web

Sesión 11 - 12:
- Trabajo aplicativo final y examen final

- Centrum PUCP podrá efectuar cambios en la malla, de acuerdo a su política de mejora continua. La inauguración del programa se realizará siempre y cuando se alcance el quórum establecido por la Escuela. Centrum PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas. Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.

FORMACIÓN GUIADA POR EXPERTOS

Melissa Aponte Trujillo

Jefe de Marketing y Comunicaciones en Unimaq

Magíster en Administración Estratégica y Máster en Liderazgo por EADA. Ejecutiva con sólida trayectoria en marketing y comunicaciones, asesorando a marcas como La Positiva, BanBif, Caterpillar y Ferreyros. Actualmente es Jefe de Marketing y Comunicaciones en Unimaq y docente de posgrado en la PUCP, con experiencia en estrategia comercial y gestión de marca.

Jackeline Fiorela Montoya Colque

Business Development Manager en Atlas Copco para la región Andina.

Magíster en Administración Estratégica de Empresas y Máster en Liderazgo, ingeniera electrónica colegiada con certificación PMP. Actualmente se desempeña como Business Development Manager en Atlas Copco para la región Andina. Previamente, ocupó el cargo de Commercial Manager en Sigelec, liderando equipos y gestionando líneas de producto.

Alex Henry Llaque Sanchez

Docente de Posgrado en Negocios de la PUCP

Doctor en Ciencias Administrativas y Maestro en Finanzas, con una amplia formación en marketing, recursos humanos y dirección ejecutiva que fortalece su enfoque integral de gestión comercial. Ha liderado áreas de soporte comercial, producto, capacitación y desarrollo en compañías como CrediScotia, AC Farma y Farmakonsuma, gestionando equipos y relacionamiento estratégico.

Rocío Carolina Rubio Godines

Coordinadora de Comunicaciones en Arca Continental, docente en CENTRUM PUCP y Directora de Maestría en la UTPL.

MBA por CENTRUM PUCP y Máster en Innovación y Sostenibilidad por EADA Business School de Barcelona, con más de 10 años de experiencia liderando estrategias de comunicación, reputación e innovación corporativa. Ha liderado proyectos de alto impacto como campañas de comunicación 360°, transformación digital y fortalecimiento del posicionamiento institucional a nivel nacional.

La plana docente indicada es referencial y podrá estar sujeta a modificaciones por razones académicas, de disponibilidad u otras causas que la institución considere pertinentes, sin que ello afecte la calidad ni los objetivos del programa.

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN

Key Account Management

centrum PUCP ESCUELA PARA LOS BUENOS NEGOCIOS

Executive Education

Inicio
30 de junio 2026

Duración y Horario
3 meses lectivos / 72 horas
Martes y jueves de 07:00 a 10:30 p.m.

Modalidad
Online en tiempo real

Inversión
S/. 4,200

*Para el financiamiento directo otorgado por Centrum PUCP, los participantes y sus respectivos avales deberán suscribir letras de cambio electrónicas como requisito indispensable para estar matriculado en el programa o curso académico escogido.

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

unicon CONSORTIUM FOR UNIVERSITY-BASED EXECUTIVE EDUCATION

5 PALMES OF EXCELLENCE eduniversal Best Business Schools Ranking

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES

AACSB ACCREDITED | EQUIS ACCREDITED | BUSINESS GRADUATES ASSOCIATION MEMBER | ASSOCIATION OF MBAS BE IN BRILLIANT COMPANY

DE EXCELENCIA ACADÉMICA