



**CENTRUM
PUCP**

eada[®]
business school
barcelona

DIPLOMATURA INTERNACIONAL

Dirección de Ventas



**Executive
Education**
SURCO



**CENTRUM
PUCP**

eada[®]
business school
barcelona

DIPLOMATURA INTERNACIONAL

Dirección de Ventas



La Diplomatura de Estudio Internacional Empresarial en Dirección de Ventas es un programa internacional diseñado con EADA Business School orientado a ejecutivos como tú, que buscan 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.



Objetivos

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.



Doble Certificación Internacional Centrum PUCP

Diplomatura de Estudio Internacional Empresarial en Dirección de Ventas

EADA Business School

Programa Avanzado Internacional en Dirección de Ventas

Tercera Certificación (Opcional)

Programa Avanzado Internacional en Innovación y Emprendimiento (viaje de estudios opcional a Barcelona, España)



Perfil del Participante

29 años de edad en promedio

5 años de experiencia promedio



61% mujeres

39% hombres



15% directores

25% jefes

23% especialistas

37% coordinadores/analistas



Ventajas



Recibirás una sólida formación académica y práctica, que permitirá perfeccionar tus conocimientos en dirección de ventas.



Tendrás el respaldo de una escuela top de América Latina y la única en el Perú con Triple Corona académica, así como de EADA Business School ubicada en el top 25 de las mejores Escuelas de Negocios de Europa.



Curso Online con la Escuela de Alta Dirección y Administración de España (EADA).



Serás guiado por docentes nacionales e internacionales de altísimo nivel académico, experiencia comprobada en negocios y magníficas cualidades personales.



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.

Plan de Estudios

Módulo I

- Gerencia de Ventas y Políticas Comerciales
- Herramientas Financieras para Ventas
- Estrategia de Marketing e Inteligencia Comercial

Módulo II

- Coaching y Capacitación de la Fuerza de Ventas
- Canales de Venta y Trade Marketing
- Estrategia Digital & E- Commerce (curso online EADA)

Módulo III

- Negociaciones Profesionales
- Gestión de Cuentas Claves, Fidelización de Clientes y Ventas B2B

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.



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.

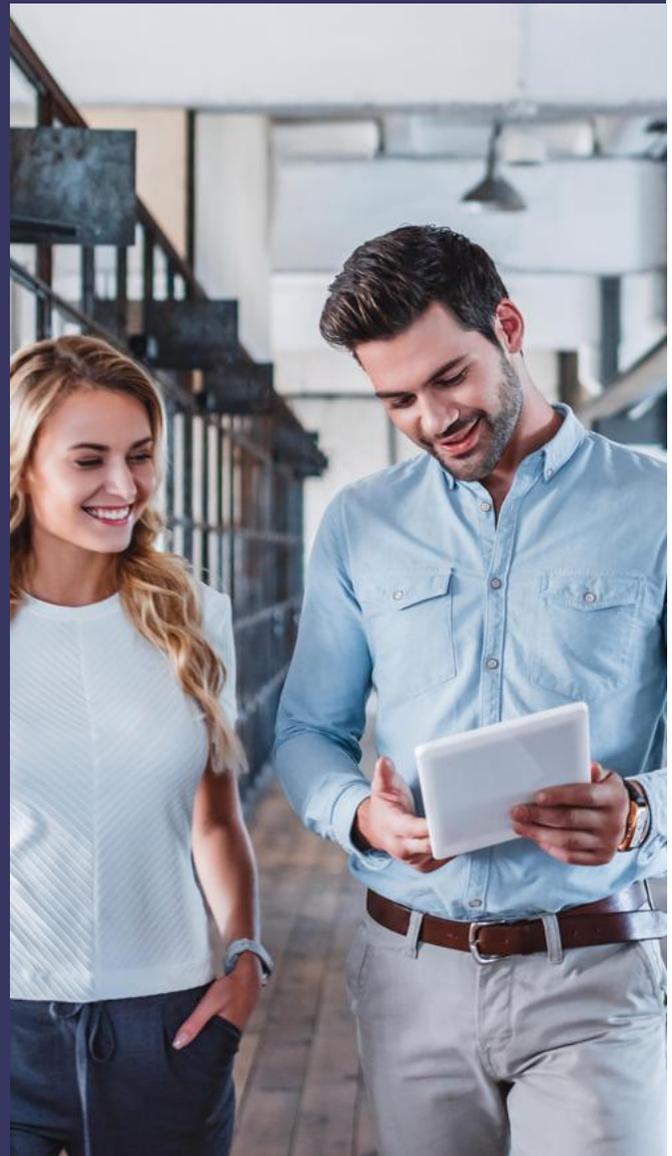
Se revisarán las diferentes decisiones del área comercial y su incidencia en las Finanzas de la empresa, así como en la fijación de incentivos, premios y modos de retribución al personal del área comercial. Se incidirá en las técnicas, herramientas y modelos de gestión que permiten medir la rentabilidad 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.

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 será dictado por EADA Business School.

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: (TAF Integrador)

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.



Carlos Merino Aspauza

El profesor Merino es Magíster en Administración de Empresas con concentración en Marketing de la Universidad del Pacífico, Perú. Bachiller en Ingeniería Industrial por la Universidad de Lima, 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, Diploma de Especialización en Análisis de Sistemas en la Pontificia Universidad Católica del Perú, además de múltiples programas corporativos de PepsiCo y Grupo Bimbo de capacitación y entrenamiento en España, EE.UU., México, Centroamérica y Sudamérica.

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 Católica Graduate Business School. Asimismo, es Director y Gerente General de Venti Grupo Inmobiliario.



Carlos Domínguez Scholz

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.



Manuel Gómez Buroz

MBA (IESA), Coach Certificado (IESA), Licenciado en Gerencia de Recursos Humanos (UDO). Consultor especializado en el desarrollo de propuestas y soluciones creativas a problemas complejos en las áreas de aprendizaje organizacional, fashion retail, liderazgo y endomarketing. Profesor Invitado de Educación Ejecutiva en IESA. Ha ocupado posiciones de alta gerencia y dirección en el área de gestión de talentos dentro de empresas y conglomerados del sector retail, con énfasis en aprendizaje, desarrollo y universidades corporativas.



Oscar Alberto Uribe Laines

Master of Business Administration, Maastrich 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.



Pablo José Arana Barbier

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.



Jorge Armando Rubiños Montero

Magister en Administración Estratégica de Empresas, Universidad Católica del Perú (CENTRUM), Perú. Master Internacional en Liderazgo, Fundación Privada Universitaria EADA, España. Ingeniero Industrial, Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), Perú. Mater en Operaciones de CENTRUM y EADA, Especialización en Gerencia de Ventas en ESAN para la gestión estratégica del equipo comercial. En relación a su experiencia profesional, se desempeñó como Director de Cuentas en Arellano Marketing. Se ha desempeñado como Gestor de Proyectos Comerciales en Telefónica del Perú, también se desempeñó en el área comercial en la Embajada de México para buscar inversiones de México a Perú, y en Forza para la atención de cuentas claves. Actualmente es vocero de la empresa Arellano Marketing y escritor de artículos en el diario Gestión, Semana Económica y El Comercio, de diferentes categorías.

Actualmente es Gerente de Cuentas en Arellano Marketing, gestionando las diferentes categorías del sector empresarial, y con especial enfoque en la categoría Inmobiliaria y Automotriz. Consultor en gestión de marca, desarrollo de nuevos productos y planes de expansión, así como, planes de marketing y comerciales.



Alex Llaque

El profesor Llaque es Doctor en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Maestro en Finanzas de la Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Ingeniero Químico de la Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Bachiller en Ingeniería Química de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Pade Marketing ESAN, Diploma en Recursos Humanos, Coaching y Consultoría de la Universidad Ricardo Palma, Edex Ejecutivo en Dirección de CENTRUM. Diploma en docencia universitaria en la UAP.



En relación a su experiencia profesional, se ha desempeñado como Gerente de Soporte Comercial en CrediScotia Financiera S.A., Gerente de Producto – Capacitación y Desarrollo en AC Farma S.A., Gerente de Promoción y Entrenamiento, Gerente de Producto y Gerente de Distrito en Farmakonsuma S.A. Representante comercial en 3M del Perú S.A. y ABBOTT Laboratorios S.A. Cuenta con experiencia docente en universidades del Perú, como son la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, la Universidad de Ciencias Aplicadas, Universidad Tecnológica del Perú, Universidad ESAN, Universidad UCV, Universidad UCSUR, Universidad Nacional de Trujillo. Se desempeña como Profesor Investigador en CENTRUM PUCP Business School.



Atilio Añez Muñoz

El profesor Añez es Coach Ontológico certificado por la escuela Asersentido y acreditado por la FICOP. Conferencista, entrenador y coach certificado por John Maxwell. Consultor certificado en DISC, Motivadores e inteligencia emocional por TTI Success Insights USA. Entrenador Certificado en Points of You. Especialista en Mercadeo del Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA) y Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Rafael Urdaneta en Venezuela.

Líder comercial con 24 años de experiencia en cargos gerenciales en áreas de Ventas, Marketing y Gerencia General, en empresas multinacionales en diferentes países de Latinoamérica. Habilidades en desarrollo de planes estratégicos innovadores con alta capacidad de ejecución gestionando equipos multidisciplinarios.

Hace 24 años comenzó su carrera profesional en Venezuela en la empresa multinacional S.C. Johnson & Son, en el área de ventas y ocupó posiciones como gerente nacional de cuentas claves y gerente de marca para el área andina. Posteriormente ingresó en Kraft Foods, empresa en la cual desarrolló una carrera internacional ocupando posiciones tales como: gerente de marketing en Venezuela y Colombia, gerente general en Colombia y gerente nacional de ventas en Perú y Bolivia. Hace 5 años fundó con un socio, la empresa Talent Leadership, empresa de consultoría en el área de Recursos Humanos, donde ha desarrollado programas de Coaching Ejecutivo y Liderazgo.

* Centrum PUCP se reserva el derecho de modificar la plana docente por motivos de fuerza mayor, sin perjuicio de la calidad del programa.





**CENTRUM
PUCP**

**Executive
Education
SURCO**

Inicio

Noviembre 2020

Duración y Horario

8 meses lectivos

Miércoles y Viernes de 19:00 a 22:30 hrs

Curso Online EADA Business School

Modalidad

Aula virtual sincrónica (Clases en tiempo real)

Inversión*

S/. 16,500

Consulta por nuestros descuentos y facilidades de financiamiento

Requisitos

Contar con un año mínimo de experiencia en cargos ejecutivos o empresariales.

Documentos requeridos:

- Ficha de inscripción
- Copia simple del DNI (ambas caras), Carné de extranjería o Pasaporte (para postulantes extranjeros)
- Currículum Vitae no documentado y foto escaneada (Formato CENTRUM)
- Compromiso de Honor (Formato CENTRUM)
- Compromiso financiero (Formato CENTRUM)
- Abono de S/100 por proceso de admisión

* Condiciones

Los precios y condiciones están sujetos a variación

La inversión **incluye:**

- Emisión del diploma CENTRUM PUCP y Certificado EADA Business School
- Costos académicos

La inversión **no incluye:**

- Opción a la tercera certificación

Informes:

centrum.executivesurco@pucp.edu.pe

www.centrum.pucp.edu.pe

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



5 PALMES OF
EXCELLENCE

eduniversal
2017 Best Business Schools Ranking



EXECUTIVE EDUCATION
Nº 1 TOP 10
en el Perú en Latinoamérica
Financial Times 2018