



ESPECIALIZACIÓN

Dirección y Gestión Comercial



29 Abril 2024



04 Meses lectivos

Lifelong Learning



Acerca del Programa



ESPECIALIZACIÓN

Dirección y Gestión Comercial

 **Modalidad Online:** Clases en tiempo real

Independientemente del sector, las empresas se enfrentan a una situación muy compleja, con clientes más informados y exigentes, una competencia feroz de productos y servicios cada vez más diferenciados. Fenómenos como la globalización y la omnicanalidad han venido para quedarse. Esta realidad exige profesionales con una visión holística, que se adapten al cambio y que sean capaces de crear valor. El Programa de Especialización en Dirección y Gestión Comercial, diseñado por CENTRUM PUCP, le brinda herramientas para analizar, rediseñar e implementar estrategias que le permitan desarrollar las relaciones con los clientes y apalancar los resultados comerciales, transformando su fuerza de ventas en equipos ganadores.

Certificación



Centrum PUCP 

Programa de Especialización en Dirección y
Gestión Comercial



Objetivos

01

Crear un Plan Estratégico Omnicanal enfocado en la ejecución y crecimiento comercial.

02

Utilizar métricas que permitan comparar el avance en la gestión comercial con respecto al rumbo trazado.

03

Desarrollar tácticas de relacionamiento estratégico con los clientes más valiosos de la organización.

Contenido del Programa

1

Canales de Ventas y Organizacional Comercial

Desde una perspectiva gerencial, a través del curso se desarrollan conceptos, procedimientos y técnicas para el desarrollo de estrategias dirigidas a lograr una gestión de marketing enmarcada en parámetros de alta efectividad y competitividad. El marketing implica un proceso a través del cual una empresa o institución genera valor y satisfacción en sus mercados e internamente.

- | | |
|--|---|
| <p>Sesión 1-2</p> <ul style="list-style-type: none"> • El concepto de la distribución y los canales distributivos Diseño y elección del canal de distribución | <p>Sesión 3-4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dinámica de los canales Las relaciones internas del canal de distribución |
|--|---|

- | | |
|--|---|
| <p>Sesión 5-6</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formatos comerciales: Fabricantes y mayoristas Formatos comerciales minoristas | <p>Sesión 7-8</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación de la gestión y dirección minorista • Merchandising |
|--|---|

- | | |
|---|---|
| <p>Sesión 9-10</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoción del Comercio Electrónico y Analítica Web. | <p>Sesión 11-12</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo Aplicativo Final Examen final |
|---|---|

2

Key Account Management

Los participantes desarrollan los componentes necesarios para priorizar, retener y fidelizar a las cuentas más valiosas a través de un Plan de Cuentas Claves.

- | | |
|---|---|
| <p>Sesión 1-2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evolución del mercado • Como podemos gestionar las cuentas de la empresa • Definición de KPIS • Uso de Tableros de control • Manejo del embudo comercial | <p>Sesión 3-4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posición y Roles en el proceso de Compra <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de Compra • Roles del Proceso de Compra • Posición en el Proceso de Compra • Plan de Cuenta <ul style="list-style-type: none"> • Perfil del cliente • Perfil del negocio • Necesidades del cliente • Objetivos del KAM |
|---|---|

- Sesión 5-6**
- Selección y categorización de los clientes clave
 - ¿Por qué es tan importante elegir a los clientes apropiados?
 - Criterios de selección de las cuentas claves
 - Categorización de los clientes claves

**Sesión 7-8
9-10**

- Negociación Corporativa
 - El problema.
 - El método.
 - Sí, pero.

- Sesión 11-12**
- Presentación del Trabajo integrador Final

3

E-Commerce Omnichannel

Cada vez más esperan interactuar con los minoristas de manera fluida, combinando aspectos de diferentes canales en diferentes etapas de su viaje de compra. Quieren hacer un pedido en línea y recogerlo una hora más tarde de camino al trabajo, o devolver en la tienda un pedido que habían realizado en línea.

- 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. Examen final

4

Gestión del Desempeño de Equipos Comerciales en Entornos Virtuales

Las organizaciones comerciales hoy en día poseen un recurso valioso y único: su Equipo Comercial. Es por ello que deben retener y desarrollar en un entorno virtual a sus comerciales para que alcancen sus objetivos.

- Sesión 1-2**
- Modelos de gestión de desempeño y el rendimiento

Sesión 3-4

- Técnicas y herramientas para la valoración de esfuerzos, competencias, capacidades y resultados en personas

- Sesión 5-6**
- Modelos de gestión del crecimiento y el desarrollo

Sesión 7-8

- Taller de diseño de planes de desarrollo

- Sesión 9-10**
- Trabajo Aplicativo Final

5

Sales Analytics

Los líderes de ventas de hoy necesitan aumentar sistemáticamente su sofisticación en el aprovechamiento de datos, herramientas y experiencia en el dominio para proporcionar conocimientos, consultoría y orientación personalizados a sus clientes estratégicos.

Sesión 1-2 • Introducción al Análisis.

Sesión 3-4 • Análisis de ventas.

Sesión 5-6 • Decisiones de presupuestos de marketing

Sesión 7-8 • Plataformas de Análisis.

Sesión 9-10 • Trabajo Aplicativo 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.

*Por el financiamiento directo que brinda 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.

Inicio

29 de abril 2024

Duración

Semanal

4 meses lectivos - 84 horas

Horarios

Lunes y Miércoles

de 07:00 p.m. a 10:30 p.m.

Modalidad

Online (clases en tiempo real)

Inversión

S/. 4,500

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.).

ESPECIALIZACIÓN

Dirección y Gestión Comercial



Informes:

✉ centrum.executivesurco@pucp.edu.pe

🌐 www.centrum.pucp.edu.pe

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA