



DIPLOMATURA
INTERNACIONAL

Dirección de Marketing y Ventas



26 Junio 2024



09 Meses lectivos



Durante los últimos 20 años, **formamos profesionales y agentes de cambio** con impacto positivo en la sociedad.

Somos la única escuela de negocios en el Perú que posee la **Cuádruple Corona**, que garantiza los estándares de calidad educativa más altos del mundo.

DOS
instituciones

**líderes
unidas**

para
traerte
programas
de clase
mundial



Tras 64 de años de fundación, **formamos a los directivos del presente y del futuro** siendo una palanca para ellos hacia una exitosa carrera profesional. Impulsamos el desarrollo profesional de las personas con el fin de **contribuir a una sociedad más justa, solidaria y sostenible.**

Acerca del Programa

El egresado de la **Diplomatura de Estudio Internacional Empresarial en Dirección de Marketing y Ventas** tendrá los conocimientos necesarios para liderar estos cambios y transformar las oportunidades y desafíos del mercado en ventajas competitivas para la empresa.



Modalidad Online: Clases en tiempo real

Lifelong Learning

Doble Certificación Internacional



Centrum PUCP



Diplomatura de Estudio Internacional
Empresarial en Dirección de Marketing y Ventas

eada[®]

business school
barcelona



EADA Business School



Programa Avanzado Internacional en Dirección
de Marketing y Ventas



Objetivos

01

Diseñar estrategias y tácticas integradoras de las funciones comerciales y de marketing enfocadas en el posicionamiento y conversión.

02

Relacionar las estrategias de Marketing y Ventas con las demás áreas organizacionales potenciando el valor de la empresa.

03

Aplicar marketing intelligence y consumer insight optimizando la comprensión de los potenciales clientes.

Contenido del Programa

MÓDULO 01

1

Marketing Intelligence & Consumer Insight

En el transcurso de los años, los gustos, hábitos y preferencias de las personas han cambiado. Esto ha generado que las empresas se planteen de forma constante las estrategias comerciales para mantener el liderazgo en el mercado.

Sesión 1-2	• Introducción al marketing intelligence & consumer insights.	Sesión 3-4	• Análisis del consumidor y la competencia en canales digitales.
Sesión 5-6	• Análisis del consumidor y la competencia en canales digitales.	Sesión 7-8	• Análisis del consumidor y la competencia en canales digitales.
Sesión 9-10	• Realización de experimentos para incrementar la experiencia del cliente en canales digitales.	Sesión 11-12	• Data-Driven Marketing: Analítica predictiva y prescriptiva para toma de decisiones.
Sesión 13-14	• Data-Driven Marketing: Self- Service BI.	Sesión 15-16	• Exposición de trabajos finales.

2

Gerencia de Marketing

El marketing puede ser definido como el proceso por el cual la empresa de una manera rentable crea valor y satisfacción en el consumidor.

Sesión 1-2	• Creación de valor a través del marketing estratégico y el conocimiento del consumidor.	Sesión 3-4	• Identificación del mercado meta y estrategia de segmentación.
Sesión 5-6	• Posicionamiento y gestión estratégica del portafolio de marcas y productos.	Sesión 7-8	• Estrategias y tácticas de precios y gestión de la rentabilidad.
Sesión 9-10	• Gestión de canales de distribución y trade marketing.	Sesión 11-12	• Comunicaciones estratégicas de marketing.
Sesión 13-14	• Marketing digital.	Sesión 15-16	• Conclusiones del curso. • Entrega y sustentación del trabajo final del curso. • Examen final.

3

Marketing Digital

El Marketing como disciplina orientada a identificar y satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más informado, ha cambiado significativamente.

Sesión 1-2 • Introducción al e-Business, impacto estratégico de la Economía de la Información.

Sesión 3-4 • Introducción al comercio electrónico.

Sesión 5-6 • Web analytics & mobile marketing.

Sesión 7-8 • La empresa y el social media marketing.

Sesión 9-10 • Publicidad digital.

Sesión 11-12 • Marketing en buscadores.

Sesión 13-14 • La innovación como proceso de cambio.

Sesión 15-16 • Examen final.

4

Gerencia de Ventas

Hoy en día la responsabilidad del gerente de ventas en una compañía es cada vez mayor y su gestión debe ser más eficaz y eficiente; motivo por el cual el presente curso tendrá la necesidad de aclarar su función integral y las diferentes actividades que realiza.

Sesión 1-2 • Gerencia de ventas y la planificación estratégica.

Sesión 3-4 • Diseño y gestión del equipo de ventas.

Sesión 5-6 • El desempeño del vendedor: comportamiento, roles y satisfacción.

Sesión 7-8 • Formulación de territorios y cuotas de ventas.

Sesión 9-10 • Diseño del programa de compensación e incentivos.

Sesión 11-12 • Motivación de la fuerza de ventas.

Sesión 13-14 • El plan de ventas por cliente.

Sesión 15-16 • Entrega y sustentación del trabajo final del curso.
• Examen final.

5

Key Account Management & Trade Marketing (Curso EADA Online)

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 cómo alinear las mismas con los objetivos de nuestra empresa.

Semana 1: • Trade Marketing: El canal de distribución, plataforma de ventas.

Semana 2: • Análisis sectorial y competitivo.

Semana 3: • Key Account Management: Trade Marketing.

Semana 4: • Personalización de la oferta MIX KAM.

6

Gestión de Productos, Innovación y Branding

La velocidad de los cambios en el mercado como consecuencia de la globalización, la hiper conectividad, la tecnología, la intensidad cada vez mayor de la competencia y la presión por resultados del negocio, dejan obsoletas las estrategias consideradas exitosas hace poco tiempo.

Sesión 1-2 • Visión de la gerencia de marcas y productos.

Sesión 3-4 • Diseño de marca y estrategias de branding.

Sesión 5-6 • El producto, niveles funcionales y componentes.

Sesión 7-8 • Gestión estratégica del portafolio de marcas, categorías y productos.

Sesión 9-10 • Proceso de desarrollo de nuevos productos.

Sesión 11-12 • Identificación de “insights”, generación de ideas y redacción de conceptos de productos.

Sesión 13-14 • Gestión estratégica de la innovación y plan de lanzamiento.

Sesión 15-16 • Presentación del trabajo final y sustentación.

7

Marketing Analytics: Precios y Promociones

El curso busca que el participante aprenda a utilizar modelos probabilísticos y herramientas de optimización para modelar los pronósticos de demanda de los clientes, la sensibilidad de los precios, el valor de por vida y cómo aprovechar esos datos para tomar decisiones óptimas sobre el diseño de nuevos productos, la segmentación y la estrategia de marketing.

Sesión 1-2 • Sistemas de Información de marketing.

Sesión 3-4 • Técnicas para la identificación de las necesidades del consumidor.

Sesión 5-6 • Métricas de mercado, cliente y marca.

Sesión 7-8 • Técnicas de análisis de portafolio de productos.

Sesión 9-10 • Métricas para la fijación de precios.

Sesión 11-12 • Métricas de comunicaciones y marketing digital.

Sesión 13-14 • Técnicas para la evaluación de proyectos marketing y ventas.

Sesión 15-16 • Entrega y sustentación del trabajo final del curso.

8

Plan de Marketing y Ventas

Comprender y aplicar correctamente los conceptos claves relacionados al Planeamiento y la Gestión de Marketing tales como: Marketing Estratégico y Operativo, Generación de Valor, Ventajas Competitivas y Enfoque en los clientes y consumidores, es fundamental en un mundo tan competitivo, globalizado y dinámico.

Sesión 1-2 • El plan de marketing y el proceso de planeación global.

Sesión 3-4 • La gestión de la demanda.

Sesión 5-6 • El proceso de elaboración del plan de marketing y ventas.

Sesión 7-8 • El plan de marketing, concepto, importancia y ventajas para la empresa.

Sesión 9-10 • Estructura y contenido de un plan de marketing y ventas.

Sesión 11-12 • Análisis externo.

Sesión 13-14 • Análisis interno.
• Diagnóstico de la situación.

Sesión 15-16 • Entrega y sustentación del trabajo final del curso.

Módulo Internacional

eada[®]

business school
barcelona

Institución independiente y sin ánimo de lucro, fundada en 1957 y constituida como una fundación privada universitaria en 1984, dedicada a la formación, investigación aplicada y transferencia de conocimiento al mundo empresarial y a la sociedad en un contexto internacional.

#37

Worldwide

Masters in Management

(Financial Times, 2021)

#29

Europa

Business School

(Financial Times, 2020)

#42

Worldwide

Executive Education

(Financial Times, 2020)

#21

Europa

MBA

(Financial Times, 2021)



“Formamos profesionales
con una profunda
conciencia de sus
**propias habilidades
y competencias
directivas**”

EADA Business School

España 

Admisión

Requisitos para postular

Si cuentas con un año mínimo de experiencia en cargos ejecutivos o empresariales, puedes iniciar tu proceso de admisión enviando un correo electrónico a tu asesora de capacitación con los siguientes documentos:

- Ficha de inscripción completa
- Copia simple del DNI, CE o pasaporte (postulantes extranjeros)
- CV no documentado y fotografía escaneada

Financiamiento

Financiamiento Centrum PUCP

Te permite financiar el costo de tu programa con un interés de 0% y se aplica a personas naturales y jurídicas. Se expresa en letras de cumplimiento mensual. Para este beneficio, debes cumplir algunos requisitos y pasar una evaluación crediticia.

Auspicio Empresarial

También puedes financiar tu programa a través de una empresa. Esta empresa puede tener o no un convenio con nosotros. Consulta con tu asesor de capacitación para conocer las condiciones especiales de cada opción.



Aula Virtual (Modalidad Remota)
Clases en tiempo real



Inversión
S/. 16,950



Duración
9 meses lectivos
192 horas



Frecuencia
Lunes y Miércoles



Horario
19:00 - 22:30



Lo que nos hace únicos

Calidad Educativa

Somos la única escuela de negocios del Perú que ha alcanzado la Triple Corona, una de las nueve de Latinoamérica y una de las 82 de las casi 13,670 escuelas de negocios en el mundo.

Excelencia Docente

Nuestros profesores se caracterizan por no solo llevar a las aulas lo mejor de su conocimiento teórico, sino también su experiencia profesional.

Compromiso Ético

Nuestra meta y el compromiso que asumimos para lograrla, son consistentes con nuestra principal responsabilidad: hacer de cada alumno el mejor profesional.

Procesos Certificados

Somos la única escuela de negocios con Cuádruple Certificación ISO, que garantiza la excelencia académica y demuestra nuestro compromiso con el medio ambiente y nuestra sociedad.

Nuestros Rankings

Las mediciones de calidad en educación gerencial más serias y confiables del mundo ubican a nuestros programas en lugares preferenciales.

Somos la escuela de negocios líder en el Perú y una de las primeras en América Latina.

#1

Perú

Executive MBA

(Financial Times, 2018)

#90

Worldwide

Executive MBA

(Financial Times, 2018)

#1

Perú

Executive Education

(Financial Times, 2022)

#55

Worldwide

Executive Education

(Financial Times, 2022)



Executive
Education



CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA

Informes:

✉ executive.centrum@pucp.edu.pe

🌐 www.centrum.pucp.edu.pe

“Nuestro objetivo principal es formar profesionales co-creadores de su propio conocimiento, con pensamiento integrador y mentalidad global con impacto positivo en su familia, organización y país.”

Clara Rosselló

Directora de Programas de Educación Ejecutiva