



**programa
especializado**

Gestión y
Dirección de
Ventas





Más que ofrecer un producto o servicio, las áreas de ventas instauran una relación con el cliente. De allí, que su dirección deba recaer en estrategias con amplio dominio de la negociación y versatilidad para aplicar las tácticas que requiera cada contexto.



Las ventas han evolucionado rápidamente, pasando de ser una tarea empírica para convertirse en una actividad competitiva, y actualmente, se ha transformado en una profesión altamente especializada y moderna, al disponer y aprovechar la información que se encuentra en las grandes bases de datos de las organizaciones.

Por ello, la Escuela de Postgrado de la UPC, ha diseñado el Programa Especializado en Gestión y Dirección de Ventas, cuyo propósito es fortalecer las competencias directivas, tecnológicas y de liderazgo de sus participantes, adaptándolas a la actividad de ventas. En ese sentido, este programa proporciona las últimas tendencias e innovaciones del mercado físico y digital, que ayuden a crear valor en las empresas y aprovechar las oportunidades que se generen en las distintas ramas de la actividad comercial e industrial sustentado en el uso correcto de la data.

Esta especialización está diseñada para aquellos profesionales que desarrollan su trabajo dirigiendo o supervisando a equipos comerciales que requieren superar los resultados obtenidos en un mercado altamente competitivo y cada vez más digital. Dentro de ese marco, el programa cuenta con un enfoque teórico y práctico, y aborda las principales técnicas y herramientas tecnológicas de ventas, marketing y finanzas. En ese sentido, el participante tendrá la posibilidad de reforzar sus conocimientos, desde los conceptos fundamentales hasta los procesos relacionales avanzados, que garantizan la lealtad de los clientes, la satisfacción de la compra y por ende el objetivo fundamental de la venta: la recompra.

Luis Merino
Director del Programa

universidad peruana de ciencias aplicadas (UPC)

La exigencia nos hace innovar.

Hace más de 27 años, la **UPC revolucionó el sector de la educación superior** en el país, **innovando** y rompiendo paradigmas, redefiniendo el concepto de exigencia, a través de la búsqueda incansable de la excelencia académica y mejora continua.

WASC | Senior College and
University Commission

Acreditación internacional*

UPC es la única universidad peruana acreditada por WSCUC de los Estados Unidos de America, por el plazo máximo de 10 años bajo el mismo sistema y estándares que universidades Top 10 del mundo.

— "Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas is accredited by the WASC Senior College and University Commission (WSCUC), 985 Atlantic Avenue, Suite 100, Alameda, CA 94501, 510.748.9001."



N°1 Internacionalización*

Por ocho años consecutivos, la UPC destaca como líder en internacionalización.

— Ranking de Las Mejores Universidades del Perú 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021 de la revista América Economía.



escuela de postgrado de la UPC

La **UPC** está comprometida con la renovación de la alta educación de postgrado del país. Por ello, brinda una formación completamente diferente, orientada a **desarrollar líderes capaces de transformar** su entorno y los negocios en los que participe.

- **Aliados internacionales de primer nivel**

La Escuela de Postgrado de la UPC mantiene alianzas estratégicas con instituciones de prestigio como Harvard University DCE, Kellogg School of Management, Universidad Politécnica de Cataluña, entre otros.

- **Mejoras profesionales y ascensos laborales**

8 de cada 10 egresados de la Escuela de Postgrado de la UPC consiguieron mejoras profesionales y ascensos laborales.
— Ipsos Perú: Empleabilidad Postgrado 2019

- **Top 5 de escuelas de negocio**

La UPC está ubicada en el TOP5 según el Índice de Atracción que mide la preferencia de los ejecutivos respecto a la elección de escuelas de negocios para estudiar una maestría.
— Arellano marketing: Dónde Quiero Estudiar 2019

- **+7000 mil egresados**

La Escuela de Postgrado de la UPC cuenta con una gran comunidad de egresados de Maestrías y Másteres.



Visión

Ser reconocidos por formar profesionales a nivel de maestría y especialidad con las más altas competencias profesionales y con liderazgo en la transformación del Perú.



Misión

Formar profesionales, a nivel de maestría y especialidad, líderes íntegros e innovadores con visión global para que agreguen valor en las organizaciones y la sociedad, y contribuyan a transformar el Perú.

¿por qué el programa especializado en Gestión y Dirección de Ventas?

El programa fortalece las competencias directivas y de liderazgo de los participantes, adaptándolas a la actividad comercial.

Certificación

Al culminar satisfactoriamente y aprobar el programa, el alumno obtendrá:

— **Certificado del Programa Especializado en Gestión y Dirección de Ventas**, otorgado por la Escuela de Postgrado de la UPC.



Taller de segmentación de mercado utilizando la Prospección Inteligente basada en las bases de datos generadas por el networking

Se brindará una metodología para identificar y prospectar oportunidades de ventas a través de la red profesional más utilizada por los potenciales clientes.

Administración Comercial que utiliza el Manejo de Bases de Datos como herramienta

Un Programa Especializado en Gestión de Ventas que brinda a los ejecutivos de ventas los métodos y herramientas de análisis para mejorar la tasa de cierre de ventas.

Metodología del Caso

Empleo de la metodología del caso como herramienta para el desarrollo de competencias de análisis y toma de decisiones de los estudiantes. Se ofrecerán los más recientes casos de Harvard University.

Simulador integral de administración comercial

Mediante este moderno simulador desarrollado por Harvard University, Los participantes ingresan al mundo de la gerencia comercial internacional Integrando los procesos de operaciones, Marketing y sobre todo de ventas, que les permita tomar las decisiones que determinaran el éxito de la empresa a su cargo.

Público objetivo

Supervisores, jefes, ejecutivos y asesores comerciales, key account managers, consultores especializados y todo aquel profesional interesado en formarse conocer, entender y gestionar de manera integral un área de ventas.

Logros del estudiante

Al concluir el programa el participante estará en la capacidad de:

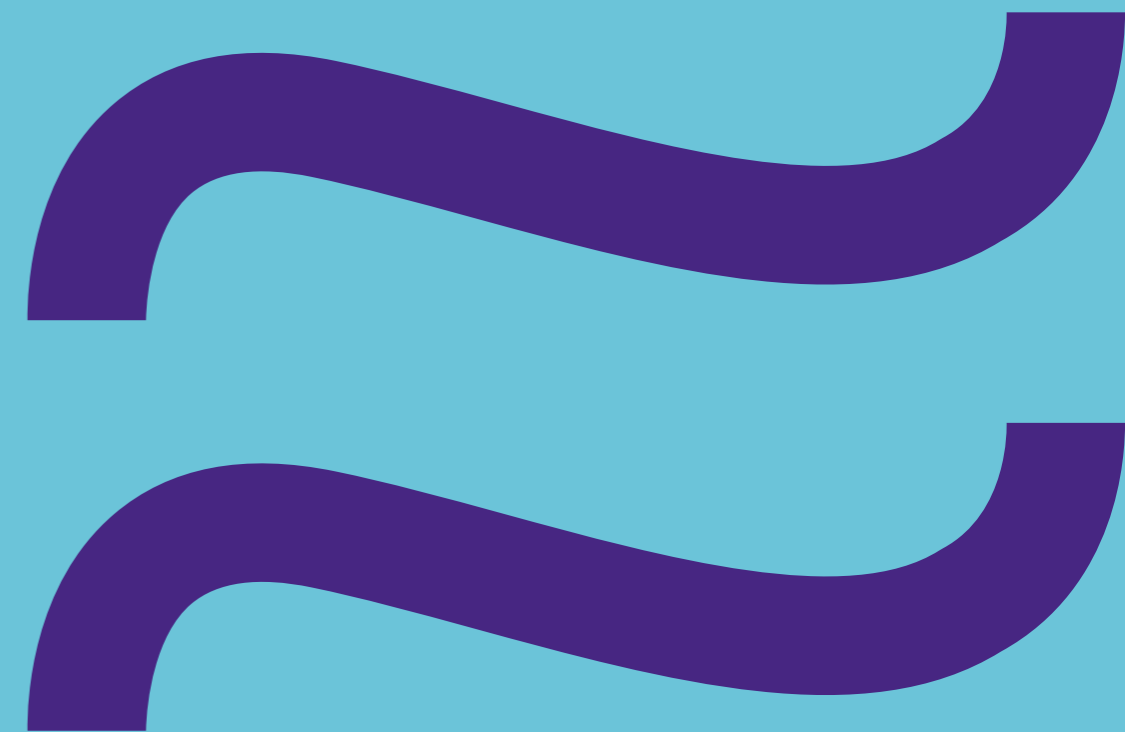
- Entender todos los procesos que se desarrollan en un área de ventas, desde la gestión hasta la dirección del área estableciendo y entendiendo los distintos KPI's
- Aplicar métodos y herramientas de análisis para comprender mejor el comportamiento de compra de los clientes y así aumentar las ventas
- Analizar la información disponible como base para tomar decisiones sobre pronósticos de ventas

mallá curricular*

El Programa Especializado en Gestión y Dirección de Ventas está compuesto por una estructura curricular que brinda los más recientes conceptos, técnicas y herramientas en los campos de la gestión comercial y el marketing.

* Todos los cursos presentados en la mallá curricular son de carácter obligatorio. Siguiendo nuestro principio de actualización constante, la mallá curricular está sujeta a modificaciones.

> COMPETENCIAS FUNCIONALES DE ESPECIALIZACIÓN	Gestión de Ventas para Entornos B2B y B2C	Finanzas para las Ventas	Administración Comercial basada en Manejo de Bases de Datos
> COMPETENCIAS DIRECTIVAS	Gestión Comercial para Entornos e-commerce y Marketplace	Gerencia de <i>Retail</i> y <i>Trade Marketing</i>	Dirección de Ventas
> TALLERES DE LIDERAZGO	Coaching y Negociación para las Ventas	Simulador Integral de Administración Comercial	



cursos del programa

01 Gestión de Ventas para Entornos B2B y B2C

En un entorno altamente competitivo, el desarrollar y mantener clientes, así como tener rentabilidad, deben ser objetivos fundamentales de la gerencia. A pesar del desarrollo de las comunicaciones y medios informáticos en la actualidad, la venta personal sigue siendo la mejor y más efectiva manera de vender, especialmente en las ventas institucionales (B2B) donde es importante conseguir y formar un personal de ventas comprometido, motivado, entrenado, con expectativa de crecimiento, con espíritu de colaboración y orientado a resultados. Hoy en día, la omnicanalidad es la norma, y por esa razón las empresas BtoB también están desarrollando canales BtoC. Entender ambos mundos e integrarlos es el nuevo reto y para ello se requiere conocer ambos. Al finalizar el curso, el estudiante conocerá tanto los negocios BtoB como los negocios BtoC y será capaz de implementarlos e integrarlos.

Temario:

- Conceptos generales de canales de venta
- Negocios BtoB
- Negocios BtoC
- La venta relacional
- Clasificación de los clientes
- Gestión estratégica de la cartera de clientes
- Cuentas claves y *Account Management* - Metodología *Spin*

02 Finanzas para las Ventas

Las ventas son los «músculos» de todo negocio, sin embargo, administrar los recursos de forma estratégica se ha vuelto un gran desafío. Por ello, el gerente debe estar en capacidad de entender, interpretar y utilizar los estados financieros de la empresa. Asimismo, el entorno competitivo actual exige desarrollar indicadores que permitan gestionar las estrategias de la empresa. Al finalizar el curso, el participante desarrolla las competencias necesarias para gestionar los resultados de la fuerza de ventas de una manera estratégica, desarrollando métricas con un doble propósito: que sirvan como indicador situacional, al compararse con respecto al objetivo trazado, y como indicador de logro, al ser la base para la evaluación del equipo de ventas.

Temario:

- La relación entre finanzas y las ventas
- Como leer y e interpretar el balance
- Como leer e interpretar el estado de pérdidas y ganancias
- Entender los principales ratios financieros de la gestión comercial
- Manejo y estrategias en el uso de indicadores
- Cómo definir y establecer los indicadores
- Objetivos y KPI´s
- El seguimiento a los resultados
- Mejorando la efectividad comercial

03 Gestión Comercial para Entornos e-commerce y Marketplace

El objetivo del curso es identificar las principales estrategias y acciones para implementar y desarrollar un canal de venta en internet, así como identificar el Journey del comprador, que permita conocer el proceso de compra, profundizando en los principales indicadores y herramientas de control de analítica web, para gestionar una correcta performance del negocio digital.

Temario:

- Ecosistema de las ventas por internet
- Comportamiento del consumidor digital y alternativas de influencia
- Arquitectura de una solución de comercio digital
- Diferencias entre tienda virtual y marketplace
- Procesos comerciales y logísticos
- Tácticas de alcance y posicionamiento en marketing
- Gestión de la lealtad y acciones de relacionamiento con clientes
- Prospección inteligente

04 Coaching y Negociación para las Ventas

La función de ventas en una empresa es clave y requiere el coaching necesario para el desarrollo de las habilidades claves. Asimismo, la base de la negociación es la comunicación, y por ello es prioritario desarrollar dicha habilidad con el fin de generar un entorno de confianza suficiente para el intercambio beneficioso de información. Conocer nuestro estilo de negociación y entender los modelos mentales del proceso son las bases de este curso.

Temario:

- *Coaching*: los perfiles y competencias comerciales
- El reto de que el mejor vendedor llegue a jefe
- Autoconocimiento y liderazgo
- Diseño y desarrollo de equipos de alto desempeño
- Premisas y modelos mentales en la negociación
- Dinámicas de negociación en entornos competitivos
- Estilos de negociación
- Casos de Negociación

cursos del programa

05 Administración Comercial basada en Manejo de Bases de Datos

El curso está orientado a brindar a los ejecutivos de ventas los métodos y herramientas de análisis para comprender mejor el comportamiento de compra de los clientes y así mejorar la tasa de cierre de ventas.

Temario:

- Análisis de datos de los clientes
- Herramientas de análisis
- Diseño de estrategias de ventas basadas en datos
- CRM y analítica digital
- Buenas prácticas en la gestión de datos comerciales
- *Dashboards* de seguimiento

06 Gerencia de Retail y Trade Marketing

La comercialización en el Retail (venta al detalle), así como la correcta utilización de estrategias y herramientas de Trade Marketing, desarrollan una gestión diferenciada que permite aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan en los diferentes canales de venta, con el fin de aumentar las ventas y lograr relaciones duraderas entre las marcas, el punto de venta y los consumidores.

Temario:

- Retail y las Marcas: Creación de experiencias, Ahorro de tiempo - Conveniencia, Implicancias
- Omnicanalidad: Gestión de clientes, retos, experiencias (ejemplos)
- *Category Management*: Categorías, Cluster, Roles y Universos, estrategias por Categoría
- Comunicación en el Retail: Conceptos (*Push & Pull*), reglas de Visibilidad
- Importancia y funciones del *Trade Marketing*
- Desarrollo del Plan de Trade Marketing
- Punto de Venta : POP, Planograma / Lay out, Merchandising, Promotoriaz
- *Shopper Marketing*

07 Dirección de Ventas

Uno de los retos más importantes de un gerente o director comercial es la articulación del corto, mediano y largo plazo, además de la visión y proyección de los mercados mediante el constante escrutinio y la recolección y análisis de información. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de consolidar lo aprendido en el programa e implementarlo en su empresa mediante un plan comercial estratégico totalmente alineado con marketing y los objetivos de la empresa.

Temario:

- Panorámica de la dirección de ventas
- Diseño y desarrollo de un plan estratégico de ventas
- Diseño de objetivos a corto, mediano y largo plazo
- Pronósticos de ventas
- Estrategias de crecimiento
- Diseño de estructuras comerciales y áreas de soporte
- Dimensionamiento de la fuerza de ventas
- Diseño de un plan de comisiones y de motivación de vendedores
- Uso de indicadores

08 Simulador Integral de Administración Comercial

Programa informático que simula una situación real de ventas, en la que los estudiantes son responsables de las decisiones comerciales que se debe tomar en cada una de las principales áreas de gestión de una empresa, así como analizar las consecuencias inmediatas de las mismas, con el fin de crecer en medio de un entorno altamente competitivo.

Temario:

- Formación de los equipos y dinámicas grupales
- Diseño del producto y las variables de comercialización
- Decisiones estratégicas comerciales
- Análisis y resultados de las decisiones
- Impacto y resultado final

profesores de la UPC*

Especialistas con vasta experiencia en la Gestión de Ventas, dispuestos a compartir sus conocimientos y best practices para una formación con enfoque estratégico y aplicado.



Luis Merino
Director del Programa

Candidato a Doctor en Administración y Dirección de Empresas, por la Universidad Politécnica de Cataluña, España. Directivo con más de 30 años de experiencia profesional. Ha sido Director Comercial en la Escuela de Postgrado de la UPC, Gerente General en Fábrica de Baterías ETNA y Gerente General en Colegios Proeduca. Actualmente es Director en Selstrat y docente de postgrado.



Aldo Casalino

MBA y estudios de especialización de Marketing en Georgetown University, Washington. Profesional con más de 30 años de experiencia es CEO de Pack Plast Envolturas, habiéndose desempeñado anteriormente como CEO de TODINNO, y Gerente General de Schroth Corporation, así como Gerente Comercial de Papelera Nacional, Quimpac S.A., y MPC del Perú.



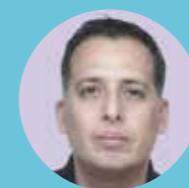
Lynn Mora

MBA de la universidad de Alcalá, cuenta con Certification in Hotel Industry Analytics de la American Hotel & Lodging Association. Especialista en marketing, e-commerce y revenue management con especialización en Hospitality Management, Hospitality Marketing, y Hotel Revenue Management (Cornell). Líder de proyectos de transformación digital con más de 15 años de experiencia laboral en empresas transnacionales de la industria de viajes y tecnología como Marriott-Starwood, Expedia, Hilton, Belmond, OTA Insight, HotelBeds en cargos de marketing, e-commerce, revenue management, gerencia y desarrollo de negocio. Actualmente co-fundador en Lugaredo Rental Network y Director de Profitato Group y Marketing Manager en Aranwa Hotels Resorts & Spa.



Carlos Osorio

Magíster en Administración de Negocios y Tecnologías de Información por la Universidad de Lima. Ha sido Gestor de Proyectos en Corporación Wong y Líder Corporativo de Inteligencia de Negocios en Yanbal International. Cuenta con más 12 años de experiencia como Project Manager en iniciativas digitales (móviles, social business, cloud y analytics, entre otras). Ha sido Director de Tecnología y Soluciones Digitales en Unique y es docente especialista en temas relacionados a innovación y transformación digital en las organizaciones.



Sandro Cáceres

Magíster en Finanzas de la Universidad del Pacífico, Bachiller en Administración de Empresas, Universidad de Lima. Ejecutivo senior con amplia experiencia en el sector banca y finanzas, es Jefe de Área en MiBanco, y ha desempeñado diversos roles en BanBif. Es experto en Finanzas y Riesgo de Banca Empresa.



Ramon Chaw

MBA en Regent University, Especialización en "modern trade channel" en Victoria University (Australia). Ha sido director commercial de Austracorp peru y Food Regional Director de Fonterra Brands Middle. Profesional con experiencia internacional de más de 20 años. Actualmente es Country Manager – Latam Region de Celtic Sea Mineral, es commodity trader para Olams America.



Paola Gibellini

MBA de Nova Southeastern University, Florida. Licenciada en Administración de Empresas, Universidad de Lima. Ejecutiva senior con amplia experiencia comercial en empresas como Boehringer-Ingelheim, Bayer y Smith Kline Beecham. Es Coach Sistémica y Docente en la Escuela de Postgrado de la UPC.



Midori Ikeda

Candidata a Doctora en Administración de Negocios por el SEADE, MBA por UPC y Licenciada en Contabilidad en la Universidad del Pacífico. Ha sido Gerente de exportaciones de Bodegas tabernero, gerente comercial de Seven Drinks. Actualmente es coordinadora académica carrera de administración y Marketing de la UPC y Profesor a tiempo completo de Marketing.



Carlos Miranda

Magister en marketing de ESAN, Master en marketing Science de la ESIC - Business Marketing School. Business Analytics en Cambridge judge Business school . Es docente de postgrado, miembro del comité de investigación de mercados de ANDA y jurado de los premios EFFIE. Actualmente es Gerente de Gestión de Data clientes e investigación de mercados en Supermercados Peruanos. Miembro del comité de Marketing Research de ANDA y jurado de los premios EFFIE.



Carlos Muenta

MBA por INCAE, Costa Rica. Ha sido Trade Marketing Manager en Philips Lighting, Gerente Comercial y Marketing en Alpina Perú, Gerente de Marketing en Industrias Vencedor y Gerente de Trade Marketing en Ambev. Ha sido Jefe del Departamento de Edificaciones y Gestor Estratégico de Marketing en ULMA Construction. Actualmente es docente de la Escuela de Postgrado de la UPC.

* La escuela de postgrado de la UPC se reserva el derecho de hacer cambios en la plana de profesores.



WASC

Senior College and
University Commission

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas is
accredited by the WASC Senior College and
University Commission (WSCUC), 985 Atlantic
Avenue, Suite 100, Alameda, CA 94501, 510.748.9001

Av. Cádiz 446 - 450
San Isidro
Lima 27 - Perú
T 511 419 2800
opción 3502
postgrado@upc.edu.pe

postgrado.upc.edu.pe

Duración:

9 meses

Plazo estimado.

Sujeto a variaciones de acuerdo
con el calendario de clases

