

DIPLOMADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS ONLINE

El mundo de los negocios ha cambiado a un ritmo vertiginoso. Hoy, gestionar el marketing y las ventas es muy diferente a cómo se realizaba hace 5 años atrás. El desarrollo de la banda ancha y la penetración de internet ya marcó un nuevo camino en la forma de dar cobertura al mercado, hacer negocios y establecer relaciones a largo plazo con los clientes. Este diplomado con un enfoque práctico y aplicado se hace cargo de este nuevo escenario, entregando a las personas participantes los más modernos conocimientos financieros, de marketing y ventas para la exitosa gestión de negocios, manteniendo siempre en mente la dualidad on y off de los negocios actuales. Sin perder de vista también el desarrollo de competencias que fortalecen a la persona en sus ámbitos de negociación, creatividad y liderazgo.

¿A quién está dirigido?

Profesionales que se desempeñan en las áreas de marketing, ventas, administración, publicidad, entre otros. Particularmente recomendado para Ejecutivos de Cuentas Clave (KAM), Vendedores Profesionales, Supervisores de Ventas, Ejecutivos Bancarios, Gerentes de Venta, Jefes de Ventas, Gerentes de Marketing, Brand Managers, Emprendedores, entre otros.



Modalidad
Online



Duración de Programa
(112 horas pedagógicas)



Mail
postgrados@ugm.cl



Fono
600 401 00 62

POSTGRADOS UGM



UNIVERSIDAD
Gabriela Mistral
Escribe tu futuro

Malla curricular

Módulo 1	Módulo 2	Módulo 3	Módulo 4
HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA NEGOCIOS	LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO	LA GESTIÓN DEL MARKETING INTEGRAL	LA EFECTIVA GESTIÓN DE VENTAS
Fundamentos de matemáticas financieras	¿Qué es estrategia?	1. Marketing Operativo On-line: A) Estrategias de productos y servicios. B) Estrategia de precios. C) Estrategia de canales, go to market, trade marketing. D) La comunicación integrada.	Formulación del plan de ventas, política de administración de cuentas, organización de ventas, definición de objetivos, análisis tiempo- territorio.
Valor del dinero en el tiempo, introducción al costo de capital	Definición del negocio		Implementación del plan de ventas.
Fundamentos de dirección financiera	Análisis externo e interno	2. Marketing Digital: A) La omnicanalidad. B) Gestión de contenido y buscadores. D) El social media. E) Marketing directo digital y datamining.	Selección de ventas, diseño e implementación de política y procedimientos, evaluación y control del programa de ventas.
Herramientas para el análisis financiero	La propuesta de valor		
Fundamentos de evaluación financiera de proyectos de inversión (Pay Back, TIR, VAN)	STP		
Presupuestos y control	La estrategia en acción.		



Malla curricular

Módulo 5	Módulo 6	Módulo 7	Módulo 8
LA MODERNA GESTIÓN DE VENTAS	TALLER DE LIDERAZGO PARA LA GESTIÓN COMERCIAL	TALLER DE NEGOCIACIÓN APLICADA	EL PLAN DE MARKETING Y VENTAS APLICADO
Gestión de cuentas claves (Key Account Management)	Este módulo desarrolla en el alumno su liderazgo, competencias emocionales como el conocimiento de uno mismo, conciencia de las relaciones interpersonales y efectividad al retroalimentar, facilitando el trabajo en equipo en un ambiente de trabajo efectivo.	Comunicación efectiva y la escucha	Para maximizar el aprendizaje, se debe desarrollar un Proyecto Integrador Aplicado.
CRM: productividad en la fuerza de ventas.		La gestión de mí mismo: percepciones, emociones, empatía, asertividad	
Fundamentos de Balanced Scorecard.		Los estilos negociadores	
		Planificación y estrategia de la negociación	
		Estrategias y tácticas	

