



Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados

Diplomado en

Dirección de Ventas

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

ingenieriaindustrial.ing.uc.cl

Índice

Descripción	02
.....	
Información general	03
.....	
Metodología	04
.....	
Contenidos	05
.....	
Profesores	09
.....	
Certificación	10
.....	
Propuesta de valor UC	11
.....	
Contacto	12

Diplomado en Dirección de Ventas



Duración
300 horas



Modalidad
Online Mixta



Sence
Cobertura: 75%

Descripción

El diplomado en Dirección de Ventas tiene como propósito entregar herramientas a los participantes para dirigir un equipo de ventas, desde su selección hasta su desarrollo; diseñar estrategias comerciales específicas con foco en las necesidades de los clientes, aplicar tácticas de manejo de cuentas claves y/o estratégicas y elaborar indicadores que permitan medir el impacto real de las campañas de marketing que se implementan.

La pertinencia de este diploma principalmente está basada en la constatación de que quienes dirigen equipos de venta generalmente no pasan por procesos formativos que desarrollen competencias específicas para ese rol. La mirada de un buen ejecutivo de ventas no es suficiente para dirigir un equipo de trabajo colaborativo y que alcance las metas definidas por la organización.

Malla académica

Curso 1

Curso en Venta
estratégica y manejo
de cuentas claves

Curso 2

Curso en
Herramientas para la
medición de
campañas de
marketing

Curso 3

Curso en Dirección
de ventas

Curso 4

Curso en Aplicación
de herramientas para
la gestión de equipos
de venta

(*) El orden de los cursos dependerá de la fecha en que te matricules

¿A quién va dirigido?

El programa está dirigido a ejecutivos, profesionales o emprendedores que lideren equipos de ventas B2B y B2C, y equipos comerciales.

Resultados de Aprendizaje General

- Aplicar herramientas para una eficiente gestión de equipos de venta que permitan alcanzar los objetivos comerciales de una organización.

Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Grado académico de licenciatura, título profesional o técnico.
- Al menos 2 años de experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del diplomado.
- Conocimiento del idioma inglés a nivel lectura.

Medios de pago Chile

- 12 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros diplomados y 3 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros cursos. En caso de existir interés, este será generado específicamente por su banco.
- Transferencia bancaria.

Medios de pago Internacional

- Pago al contado a través de transferencia bancaria
- Pago en cuotas para nuestros diplomados a través de cuponera electrónica (*)
- Pago a través de Paypal

(*) Cuponera electrónica: Sistema de pago en cuotas, sin interés.

Metodología 100% Online



Aprendizaje interactivo y con acompañamiento de tutores

Contamos con una plataforma LMS que permite acceder a contenidos interactivos, participar en clases en vivo y conectarte con otros participantes desde cualquier lugar. Cada programa incluye un tutor académico que te orientará y resolverá tus dudas a través de la plataforma.

Clases grabadas y en vivo con evaluación en línea

Cada curso incluye 6 clases online, que puedes realizar a tu ritmo y 2 sesiones en vivo por streaming, lideradas por académicos expertos. Podrás interactuar, hacer preguntas y debatir con tus compañeros. Al finalizar, se realiza una evaluación en línea con acceso a instrucciones y soporte técnico.

Material de estudio

Desde el inicio tendrás acceso al material de estudio necesario, incluyendo clases, videos, casos, papers y más, todo disponible en línea en cualquier momento.

Estrategias metodológicas: Cada curso está constituido de 6 clases e-learning y 2 clases sincrónicas:

- Aprendizaje autónomo asincrónico
- Clase expositiva
- Foro formativo
- Controles formativos

Estrategias evaluativas: Cada curso cuenta con las siguientes actividades de evaluación formativa:

- 6 controles individuales
- 3 foros
- 1 examen
- 1 trabajo grupal

1

Contenido del Curso en:

Venta estratégica y manejo de cuentas claves

Profesor: Rodrigo Guesalaga

Tendencias en el mundo de las ventas y los clientes

- Los clientes y el proceso de compra: El cliente B2B está cambiando en su proceso de compra.
- El uso de tecnología en ventas: Apoya los procesos de venta y crece la importancia del “social selling”.
- La nueva fuerza de ventas: Los millennials y los equipos virtuales.

La venta estratégica: conectando acciones de corto plazo con desempeño de largo plazo

- Alinear ventas y estrategia.
- Gestionar clientes, proceso de venta, y capital humano.
- Roles y dilemas estratégicos del líder de ventas.

Midiendo y afectando el desempeño en ventas

- ¿Cómo medir el desempeño en ventas?
- ¿Cómo afectar el desempeño en ventas?
- Evaluación de oportunidades de venta.

Centralidad en el Cliente y Key Account Management

- Centralidad del cliente: la mentalidad outside-in y desde product-centric a customer-centric.
- Adopción de Key Account Management.
- Selección de cuentas claves.

Análisis de Clientes y Propuestas de Valor Efectivas

- Métodos para obtener la voz del cliente.
- Experiencia y recorrido del cliente, y la unidad de toma de decisiones.
- Valor para el cliente, venta de soluciones, y co-creación de valor.

Construyendo Relaciones de Largo Plazo con Cuentas Claves

- Desarrollando relaciones con key accounts.
- Roles y desafíos del key account manager.
- Midiendo el desempeño en KAM.

2

Contenido del Curso en:

Herramientas para la medición de campañas de marketing

Profesora: Carolina Martínez

Introducción al Marketing Operacional

- Modelo básico del Proceso de Marketing.
- Concepto de Valor.
- Herramientas de medición de campañas de marketing.
- Beneficios de la implementación de herramientas de medición de campañas.

Segmentación, Targeting y Posicionamiento

- Marketing masivo, diferenciación o selectivo.
- Segmentación y Targeting.
- Segmentación ¿Como implementarla?
- RFM (Recency, Frequency and Monetary Value).
- Posicionamiento Estratégico.
- Mapas de Posicionamiento.

Conducta del Consumidor

- Conducta de compra de los consumidores.
- Factores que influyen sobre el comportamiento del consumidor.
- Modelo estímulo-respuesta.
- Procesos psicológicos fundamentales.
- Indicadores relacionados a la conducta del consumidor.

Producto y Plaza

- Niveles de Producto.
- Ciclo de vida del producto.
- Servicios.
- Canales de distribución.
- Multicanalidad versus omnicanalidad.

Precios

- Estrategias de fijación de precios.
- Estrategias de precios para productos nuevos.
- Estrategias de precios para mezcla de productos.
- Estrategias para ajustes de precios.

Promoción

- Comunicación Integrada de Marketing (IMC).
- Herramientas de Comunicación de Marketing.
- Embudo de Conversión.

3

Contenido del Curso en: **Dirección de ventas**

Profesor: Damián Campos

Estrategia de Venta

- Perfil del líder de ventas.
- Rol del líder de ventas.
- Estrategias genéricas de venta.
- Negocios de venta transaccional.
- Negocios de venta consultiva.
- Negocios de venta B2C.
- Negocios de venta B2B.
- Adecuar la estrategia a cada tipo de negocio.
- Presupuesto de ventas.

Selección del Equipo de Ventas

- Distintos tipos de vendedores.
- Las fortalezas y debilidades de los distintos tipos de vendedores.
- Mejores vendedores para procesos B2B y B2C.
- Mejores vendedores para venta consultiva.
- Mejores vendedores para venta transaccional.

Desarrollo del Equipo de Ventas

- Detección de brechas de desempeño.
- Herramientas de desarrollo profesional: mentoring, capacitación, coaching.
- Motivación del equipo comercial, económica y no económica.
- Evaluación de desempeño.

Control de Gestión de Ventas

- Desarrollo de procedimientos comerciales.
- Indicadores para cada etapa del proceso comercial.
- Indicadores genéricos de venta.
- Indicadores de venta y premios de la fuerza de venta.
- Indicadores predictivos de venta.

Dirección Táctica del Equipo

- Asignación de metas de ventas globales e individuales.
- Seguimiento de resultados.
- Desarrollo de las reuniones grupales de avance.
- Desarrollo de reuniones individuales de avance.
- Gestión eficiente del tiempo de la fuerza de ventas.
- Comunicación permanente con el equipo de ventas.

Buscando resultados superiores

- Gestión del talento de la fuerza de ventas.
- Gestión del conocimiento de la fuerza de ventas.
- Establecer una ruta de desarrollo para los vendedores.
- Importancia del líder para el logro de resultados superiores.
- Herramientas de liderazgo y motivación.

4 Contenido del Curso en: Aplicación de herramientas para la gestión de equipos de venta

Profesor: Damián Campos

La venta, el vendedor y el proceso

- La fórmula de las ventas.
- ¿Por qué compramos?
- Vender es ayudar.
- El vendedor: actitud, mitos y estudios.
- El proceso de venta.
 - Etapas de la venta.
 - El proceso desde el punto de vista del cliente.
 - El vendedor y el cliente.

El producto, el servicio y calificación del cliente

- ¿Cuándo compramos?
- Productos y servicios: características, ventajas y beneficios.
- El cliente: *rapport*, *customer persona* y clasificación de clientes.

Apertura y presentación de la empresa, productos y servicios

- Desarrollo de habilidades.
- Primer contacto.
- Primera reunión.
- Presentación.
- Encuentro informal.

Venta consultiva y transaccional, B2C

- Implicación.
- Venta transaccional o consultiva.
- Personas o empresas.
- Tangibles e intangibles.
- Licitaciones.

Manejo de objeciones y cierre

- Objeciones: convivir con las objeciones, prevención y manejo.
- Objeciones frecuentes.
- Cierre de ventas: el cliente y el vendedor durante el cierre.
- Señales de cierre, protocolo y técnicas.

Buscando resultados superiores

- Habilidades personales.
- Gestión de cartera: el embudo de la venta, indicadores, *churn* y post venta.
- Situaciones especiales.

Profesores



Sergio Maturana

Ph.D. in Management,
University of California, Los
Ángeles, UCLA, Los Ángeles,
USA.

Jefe de programa



Damián Campos

Máster en Consultoría y
Coaching Ejecutivo,
Universidad de Salamanca,
España.

Profesor



Rodrigo Guesalaga

Ph.D Goizueta Business
School, Emory University
(EE.UU.)

Profesor



Carolina Martínez

Ph.D. in Business and
Management, The
University of Manchester,
Reino Unido.

Profesora

Certificación



Insignia Digital

Al finalizar el programa, recibirás esta insignia digital, que podrás incorporar en tu CV o compartir en LinkedIn. Estas insignias detallan exhaustivamente los logros y habilidades del estudiante, proporcionando una forma moderna, precisa y verificable de documentar conocimientos en contraste con los métodos tradicionales. También podrás añadirlas a una billetera digital o integrarlas en la firma de tu correo electrónico.

Certificado



Diploma



Todos nuestros certificados se pueden verificar en línea

Certificados apostillados

Una de las características más importantes de los títulos emitidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile es que pueden ser apostillados gracias al Convenio de la Apostilla de la Haya. La Apostilla es una certificación única que permite agilizar el proceso de acreditación y certificación de títulos o documentos extranjeros en algún país miembro del Convenio de la Apostilla. Los documentos emitidos en Chile para ser utilizados en un país miembro del Convenio de la Apostilla que hayan sido certificados mediante una Apostilla, deberán ser reconocidos en cualquier otro país del convenio sin necesidad de otro tipo de certificación. La Universidad no se hace parte de la gestión de apostillarlo. Más información sobre el proceso de Apostilla.

¿Por qué elegirnos?

N°1

De Chile
Ranking QS 2026

N°116

En el mundo
Ranking QS 2026

7 AÑOS

De acreditación
en las 5 áreas evaluadas
por CNA

N°1

En Chile
En solicitudes de
patentes de invención

Lo que nos distingue

Profesores de clase mundial

Nuestro proceso educativo es apoyado y guiado por la excelencia, el sello y el prestigio de los académicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, formados en las mejores universidades a nivel mundial.

Moderno modelo pedagógico

Contamos con una plataforma interactiva, con la última tecnología en educación a distancia, que te permitirá vivir la experiencia del aprendizaje en línea: Acceso a clases en vivo y constante interacción en foros, con académicos y tutores.

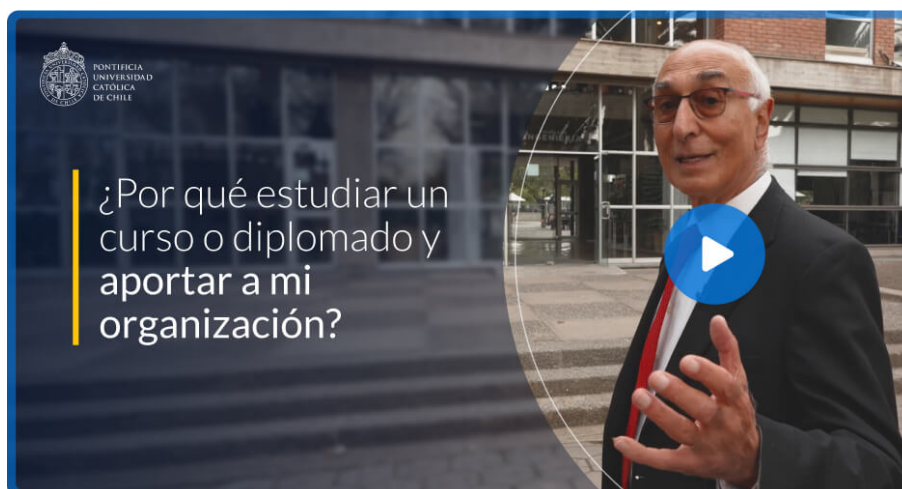
Flexibilidad

Tenemos diversos programas académicos que impartimos con un exclusivo e innovador sistema de aprendizaje, enfocado en la flexibilidad y adaptado a tus necesidades de tiempo y espacio, permitiendo que puedas estudiar donde quieras y cuando quieras.

Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

Desarrolla el talento dentro de tu empresa



Conoce cómo impulsamos el desarrollo profesional con programas flexibles y certificados.

Contacto



Kristal Ulloa

Ejecutiva de Admisión

kristal.ulloa@uc.cl



Paulina Valenzuela

Ventas Corporativas

pvalenzr@uc.cl



+569 3400 2670



infoindustrial.ing@uc.cl



ingenieriaindustrial.ing.uc.cl



Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados