

Diplomado en

# Habilidades para la venta

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

[ingenieriaindustrial.ing.uc.cl](http://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 Habilidades para la venta



**Duración**  
300 horas



**Modalidad**  
Online Mixta



**Sence**  
Cobertura: 100%

### Descripción

Existen habilidades que permiten a los vendedores mejorar su rendimiento, llegar de manera más efectiva a sus clientes, y, por lo tanto, mejorar sus ventas. Este programa le entregará a quienes manejan equipos de venta todas las herramientas y los conocimientos necesarios para desarrollar dichas habilidades. Se busca desarrollar capacidades para aumentar las ventas al ofrecer un modelo y un conjunto de buenas prácticas de probada eficacia en el entrenamiento de vendedores de bienes y servicios.

### Malla académica

#### Curso 1

Curso en Técnicas de comunicación efectiva en el ámbito laboral

#### Curso 2

Curso en Comportamiento y Experiencia del Consumidor

#### Curso 3

Curso en Diseño de estrategias de negociación para la gestión

#### 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?

Profesionales que se desempeñan en el ámbito de marketing en organizaciones públicas o privadas, empresarios, o bien, todos aquellos que deseen adquirir nuevos conocimientos y conocer conceptos del ámbito del mercadeo.

## Resultado de aprendizaje general

- Aplicar distintas habilidades relacionadas con los procesos de venta en las organizaciones.

## Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Grado académico, título profesional universitario y/o título técnico.
- Experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del curso.
- 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:

## Técnicas de comunicación efectiva en el ámbito laboral

Profesora: María Soledad Puente

### Comunicación efectiva en el ámbito laboral.

- La persuasión se entiende a partir de la deliberación
- Una acción basada en la reflexión
- El orador debería generar confianza
- Habilidades que se pueden y deben desarrollar
- Difusión versus comunicación

### Pasos para construir una comunicación efectiva

- Las partes de un discurso
- El método no cambia: evita errores
- Etapas para el desarrollo de una presentación

### Recursos estructurales para la comunicación efectiva

- El inicio: un gancho
- Recursos sonoros de iteración
- De pensamiento
- El final

### El poder del lenguaje verbal

- Mientras más neutro mejor
- Ortología

### El poder del lenguaje no verbal

- Los fundamentos cerebrales
- La generación de confianza
- La irrupción del teletrabajo
- Frente a una presentación, la tensión aumenta

### Comunicación efectiva y armonía

- Armonía o atracción visual
- Armonía o atracción oral y visual

## 2

Contenido del Curso en:

# Comportamiento y Experiencia del Consumidor

Profesora: Denisse Faúndez

### Influencias de mi yo

- Modelo de Comportamiento del Consumidor.
- El mundo interior del Consumidor.

### Somos seres sociales

- Influencia de los grupos de referencia.
- La familia como grupo de referencia.
- El estrato socioeconómico como grupo de referencia.
- La subcultura de la que forma parte una persona como grupo de referencia.
- Influencia de la cultura.
- Influencia de las redes sociales.

### Todo lo que hacen las empresas

- Acciones de la empresa antes de la compra.
- Acciones de las empresas durante el proceso de compra.
- Acciones de las empresas después de la compra.

### La decisión de compra

- Decisión de compra.
- La compra: Un impulso guiado por las emociones.
- Los componentes de una decisión basada en la razón.
- Experiencia de compra -Primer momento de la verdad.
- La experiencia de consumo -El segundo momento de la verdad.

### Lo que no se mide, no se puede gestionar

- Medición de la experiencia del consumidor.
- Complementando la medición de experiencia del cliente.
- Diseño de experiencias.

### Grandes poderes, grandes responsabilidades

- Ejemplo de empresas exitosas.
- Marketing, Ética y Responsabilidad Social en la sociedad de consumo actual.
- Algunos ejemplos de temas éticos en la comunicación entre empresa y consumidor.
- Algunos ejemplos de temas éticos en el ámbito de los productos.
- La demanda de un Comportamiento ético no se restringe a la empresa: También se extiende a los consumidores.

3

Contenido del Curso en:

## Diseño de estrategias de negociación para la gestión

Profesor: Cristián Saieh

Profesor: Darío Rodríguez

### Conflicto y comunicación

- Comunicación y conflicto.
- Confianza: un activo muy importante en la negociación.
- Diez distinciones de negociadores expertos.
- La Anatomía de la Negociación.

### Estrategias y estilos negociadores

- Elementos para seleccionar una estrategia de negociación.
- Estrategias de negociación.
- Comunicación efectiva.

### Opciones y criterios de legitimidad

- Las opciones: criterios para su desarrollo.
- Criterios de legitimidad.
- Diagrama circular de W. Ury.

### Poder, rangos y cierre de la negociación

- Poder.
- El BATNA otorga poder.
- Cierre.

### De la competencia a la colaboración y ética en la negociación

- Los obstáculos a la cooperación.
- Hacia la colaboración.
- Ética.

### Planificación estratégica avanzada

- Preparación estratégica de las negociaciones.
- Preparación Básica.
- Preparación avanzada.



## 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



**María Soledad Puente**

Doctora en Ciencias de la  
Información de la  
Universidad de Navarra,  
Pamplona, España.

Profesora



**Denisse Faúndez**

MBA, Universidad Católica  
de Chile.

Profesora



**Cristián Saieh**

MBA de la Universidad  
Pontificia Comillas ICADE-  
España.

Profesor



**Darío Rodríguez**

Ph.D. in Sociology,  
Universität Bielefeld,  
Alemania.

Profesor

## 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](mailto:kristal.ulloa@uc.cl)



**Paulina Valenzuela**

Ventas Corporativas

[pvalenzr@uc.cl](mailto:pvalenzr@uc.cl)



+569 3400 2670



[infoindustrial.ing@uc.cl](mailto:infoindustrial.ing@uc.cl)



[ingenieriaindustrial.ing.uc.cl](http://ingenieriaindustrial.ing.uc.cl)



# Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados