



DIPLOMADO ONLINE EN VIVO

MARKETING Y VENTAS

6 meses ➤ 6 módulos

www.ipm.com.pe



CAPACÍTATE SIN SALIR DE CASA. EMPECEMOS.

- p. 3 Introducción
- p. 4 Somos IPM. Conócenos.
- p. 5 Conoce nuestro Diplomado
- p. 6 Quiénes pueden llevar el Diplomado
- p. 7 Nuestros 6 módulos
- p. 8 Módulo 1: Introducción al Marketing y Ventas
- p. 10 Módulo 2: Brand Manager
- p. 12 Módulo 3: Ventas Técnicas B2B
- p. 14 Módulo 4: El Arte de la Atención al Cliente
- p. 16 Módulo 5: Marketing Digital Básico
- p. 18 Módulo 6: Plan y Dirección de Ventas
- p. 20 Nuestro equipo docente
- p. 21 Información General
- p. 22 Cómo inscribirte
- p. 23 ¡Contáctanos!





Para emprender un negocio y desarrollar las ventas, hay que prepararse.

No basta con tener buenas ideas: también es necesario tener **conocimientos prácticos** de Marketing, comunicación digital, ventas, calidad en el servicio y estrategia de marca.

En este nuevo mercado es esencial para el éxito comercial que logremos **atraer y retener clientes**, lo que nos permitirá incrementar nuestras ventas. Para ello, hay que **posicionar nuestra marca**, diferenciarla de la competencia y elevar la calidad en el servicio para que se vuelva la primera elección de nuestros potenciales clientes.

Nuestro Diplomado de 6 meses tiene el objetivo de brindarte una **capacitación muy práctica y actual** en Marketing y Ventas aplicables en tu empresa o en tu proyecto comercial, los cuales llevarás a la práctica en el último módulo.



SOMOS IPM. CONÓCENOS.



SOMOS ESPECIALISTAS

Somos el único instituto en el Perú **especializado** en la enseñanza de Marketing desde hace 30 años. Nuestros **profesores** son profesionales con amplia experiencia en su especialidad y están altamente capacitados y actualizados en las últimas herramientas y tendencias digitales.



SESIONES ONLINE EN VIVO

Actualmente, todas nuestras clases se dictan **en vivo** mediante nuestra **plataforma virtual Q10**. Utilizamos las herramientas dentro del aula virtual, como foros, tareas, videos y recursos, para que el aprendizaje continúe fuera de horas de clase. Conoce más en **este video**.



ENSEÑANZA PRÁCTICA

Queremos que nuestros alumnos apliquen lo aprendido en sus objetivos profesionales y personales **cuanto antes**.

Por eso, nuestros profesores integran su experiencia profesional con la teoría de sus cursos para proponer actividades de **aplicación práctica** y **proyectos finales** por cada módulo.



EDUCACIÓN PERSONALIZADA

Nuestra prioridad es la **calidad**. Tenemos un límite de 30 alumnos por aula para asegurar la excelente interacción entre nuestros docentes y los alumnos.

De igual manera, nuestro equipo de Coordinación está pendiente del desarrollo de las clases y del bienestar de nuestros participantes. **Estamos para apoyarte**.



Con nuestro Diplomado Online, lograrás:

- Aprender cómo preparar y ejecutar un plan de marketing y ventas en un emprendimiento o empresa existente.
- Revalorizar al cliente como el centro de todo negocio.
- Determinar herramientas y estrategias que te permitan mejorar el servicio e incrementar ventas.

CONOCE NUESTRO DIPLOMADO

CERTIFICACIÓN

Al concluir nuestro Diplomado, recibes un certificado de notas y un Diploma en PDF (132 horas) por haber aprobado los cursos del Diplomado Online Marketing y Ventas a nombre del Instituto Peruano de Marketing, el cual queda registrado en nuestra database ligado a un código QR.

Al concluir cada módulo se borran las grabaciones y al concluir el diplomado se cancela el acceso.

¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO?

- Ejecutivos comerciales y/o emprendedores que desean aprender Marketing para mejorar sus ventas.
- Ejecutivos y/o empresarios que buscan mejorar la imagen de su marca, elevar el servicio a sus clientes para ser más competitivos.
- Colaboradores que quieren adquirir conocimientos de Marketing y Ventas para traer innovadoras propuestas a su centro laboral.
- La enseñanza empieza desde lo más básico.



ESTUDIARÁS 6 MÓDULOS

Cada uno dura 8 sesiones en 4 semanas. El objetivo es que te actualices en Marketing y Ventas y puedas planificar mejor tu trabajo

- Introducción al Marketing y Ventas
- Brand Manager
- Ventas Técnicas B2B
- El Arte de la Atención al Cliente
- Marketing Digital Básico
- Plan y Dirección de Ventas

* El orden de los módulos después del primero puede variar

* El syllabus de cada módulo puede ir cambiando debido a la mejora continua que aplican los expositores.

MÓDULO 1

INTRODUCCIÓN AL MARKETING Y VENTAS

En el mundo competitivo de hoy es necesario tener una mentalidad orientada al mercado. Los clientes están cada vez mejor informados y son más conscientes de la calidad, la eficiencia y la efectividad, por ello debemos aprender a diferenciar nuestra Marca frente a la amplia competencia.

El Marketing es un método para atraer y retener clientes rentables, mediante planes estratégicos basados en la información de los mismos. A través de este modulo se analizarán los fundamentos del marketing y sus principales aplicaciones en el mundo de los negocios.



MÓDULO 1: Introducción al Marketing

Sesión 1: Introducción.

- ✓ ¿Qué es el marketing?
- ✓ Introducción al curso
- ✓ Fundamentos y conceptos básicos de Marketing
- ✓ El proceso del Marketing
- ✓ El Plan de Marketing y su estructura

Sesión 2: Análisis del entorno.

- ✓ Factores Externos (Macroambientales y Microambientales)
- ✓ Factores Internos
- ✓ Análisis FODA
- ✓ Oportunidades y amenazas
- ✓ Fortalezas y debilidades
- ✓ Matriz FODA cruzada

Sesión 3: Objetivos de Marketing.

- ✓ ¿Qué son los objetivos SMART?
- ✓ Cómo redactar los objetivos de un plan de marketing
- ✓ Estrategias de Marketing / Modelos Estratégicos I
- ✓ Diferencias Objetivos-Estrategias-Acciones
- ✓ Estrategias de integración
- ✓ Estrategias Porter
- ✓ Estrategias BCG

Sesión 4: Segmentación de Mercados.

- ✓ ¿Qué es la segmentación de mercados?
- ✓ Ventajas de la segmentación de mercados
- ✓ Condiciones de una segmentación eficaz

Sesión 5: Posicionamiento.

- ✓ ¿Qué es el posicionamiento?
- ✓ Mapa de posicionamiento
- ✓ Elementos del posicionamiento
- ✓ Tipos de Posicionamiento - Importancia.

Sesión 6: Marketing Mix: El Precio.

- ✓ ¿Qué es el Precio?
- ✓ Métodos para determinar el precio de un producto
- ✓ Marketing Mix: El Producto
- ✓ ¿Qué es un producto?
- ✓ Clasificación de los productos
- ✓ Ciclo de vida

Sesión 7: Marketing Mix: Distribución.

- ✓ ¿Qué es la distribución?, canales.
- ✓ La promoción y comunicación, canales tradicionales y digitales

Sesión 8: Presentación de trabajos grupales finales.

MÓDULO 2

BRAND MANAGER

Aprende cómo crear y gestionar una marca y cómo hacer que tenga valor en el mercado.

En este módulo aprenderás los conceptos necesarios para que desarrolles las estrategias de marca más convenientes para tu negocio y conocerás el marco de acción de las campañas y actividades del branding. Serás capaz de contener a la competencia, reaccionando o planificando a tiempo y presentando una marca que conecte con tu público objetivo.



MÓDULO 2 : Brand Manager

Sesión 1: Introducción al Branding

- ✓ Factores claves, etapas.
- ✓ Branding 3.0: Definición, características relevantes.
- ✓ Diferencias entre producto y marcas.
- ✓ Dimensiones de las marcas.

Sesión 2: Segmentación de mercados

- ✓ Posicionamiento
- ✓ Elementos
- ✓ Estrategias

Sesión 3: Insights del Branding

- ✓ Importancia, relación con el segmento objetivo.
- ✓ Creación de Insights,

Sesión 4: Anatomía de las marcas

- ✓ Análisis de la competencia.
- ✓ Análisis propio.

Sesión 5: Anatomía de las marcas

- ✓ Promesa de valor.
- ✓ Identidad visual: corporativa.

Sesión 6: Estrategia & identidad

- ✓ Estrategias de marcas.

Sesión 7: Estrategia & identidad

- ✓ Imagen e identidad de marca: Del Branding basado en el producto y servicio al Branding 3.0, las marcas con valores y significados.

Sesión 8: Manual de marca

- ✓ Parámetros básicos del manual de marca.

MÓDULO 3

VENTAS TÉCNICAS B2B

En este curso estudiaremos aspectos que te ayudarán a ser más eficaz en todo el proceso de la venta, tanto en tus reuniones como en la gestión comercial de productos y servicios dirigidos a empresas (Business-to-business).

Las técnicas y los procedimientos son importantes pero funcionan mejor cuando como profesionales nos abrimos al cambio de mentalidad y nos enfocamos en entender los problemas de nuestros clientes para ayudarles a tomar la decisión correcta.



MÓDULO 3: Ventas Técnicas B2B

Sesión 1: Aspectos para vender

- ✓ La importancia de cambiar paradigmas y transformarse.
- ✓ Cómo vender más gestionando habilidades como la empatía, confianza, autoridad, productividad.
- ✓ La importancia de gestionar tu red de contactos y crear una comunidad.

Sesión 2: Elementos en la venta

- ✓ Consideraciones que debes tener en cuenta durante la venta de productos industriales.
- ✓ El embudo de ventas y su importancia en el proceso de ventas
- ✓ Construye el avatar de tu cliente ideal.
- ✓ Aspectos de tu empresa y de la competencia que debes conocer para vender.

Sesión 3: Aprende a crear propuestas de valor que interesen a tus clientes (PUV)

- ✓ Qué es la PUV y qué relevancia tiene para tu cliente.
- ✓ Qué hace a una PUV fuerte o débil.
- ✓ Qué elementos deben considerarse para crear una PUV.
- ✓ Pasos para desarrollar una PUV que abra puertas.

Sesión 4: Técnicas de prospección

- ✓ Canales y formas de prospectar online y offline.
- ✓ Pasos para prospectar por teléfono.
- ✓ La importancia del guión en las llamadas. Modelo.
- ✓ Estrategias para responder objeciones durante la llamada de prospección

Sesión 5: La Venta Consultiva

- ✓ Estrategias para llegar al tomador de decisión.
- ✓ Consideraciones en tu entrevista.
- ✓ Aplicación de la venta consultiva en la venta técnica.

Sesión 6: Manejo de Objeciones

- ✓ Aprende a reconocer una objeción falsa de una verdadera.
- ✓ Recomendaciones para adelantarse a las objeciones
- ✓ Tipos de objeciones y argumentos para responderlas.

Sesión 7: Negociación

- ✓ Tipos y elementos de la negociación.
- ✓ El poder en la negociación.
- ✓ Tácticas y Contra-tácticas en la negociación.

Sesión 8: Presentación Final

- ✓ Descubre cómo tus frases en el cierre de ventas contribuyen o alejan al cliente de ese propósito.
- ✓ Técnicas para lograr el cierre de ventas.
- ✓ Señales no verbales que revelan el interés o desinterés de tus clientes en la etapa de cierre de venta.

MÓDULO 4

EL ARTE DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

El mejor método para atraer y retener clientes.

Todo empresa grande o pequeña debe elevar constantemente la calidad en el servicio para atraer y retener clientes, generando fidelización a la marca y logrando repetición de compra a través de relaciones positivas y duraderas.

El curso está orientado a personas emprendedoras que buscan captar clientes, mantenerlos y fidelizarlos, logrando el crecimiento en sus negocios.



MÓDULO 4: El Arte de la Atención al Cliente

Sesión 1: Calidad en el Servicio

- ✓ Calidad en el Servicio.
- ✓ Fases en el Sistema de Calidad
- ✓ Competitividad. Factores Claves.

Sesión 2: Clientes

- ✓ Tipología de Clientes (Terrorista, Mariposa, Rehén, Apóstol).
- ✓ Mapa de Empatía. Customer Journey Map
- ✓ Causas de pérdida de clientes vs. clientes satisfechos

Sesión 3: Pirámide de Clientes

- ✓ Construcción de una Pirámide de clientes.
- ✓ Condiciones del Comportamiento del cliente

Sesión 4: Estrategias para desarrollar la Lealtad de los Clientes

- ✓ Creación de vínculos de lealtad.
- ✓ Conectores de la Fidelización.
- ✓ Reducción de los Impulsores de la Deserción.

Sesión 5: Relación con los Clientes

- ✓ Pirámide del Marketing Relacional.
- ✓ Acciones para retener clientes.
- ✓ Sistemas para recuperar clientes insatisfechos.

Sesión 6: Programas de Fidelización de Clientes

- ✓ Fidelización por Reconocimiento.
- ✓ Fidelización por Contactos.
- ✓ Fidelización por Autoestima.

Sesión 7: Fidelización Online y Manejo de reclamos

- ✓ Etapas en el proceso de E-Fidelización.
- ✓ Mecanismos de escucha a clientes.
- ✓ Gestión de quejas y reclamos.

Sesión 8: Trabajos aplicativos de Calidad en el Servicio

- ✓ Presentación de Trabajos Finales.
- ✓ Análisis de estrategias.
- ✓ Feedback empresarial.

MÓDULO 5

MARKETING DIGITAL BÁSICO

En este módulo introductorio, aprenderás los conceptos clave del Marketing Digital y explorarás las distintas posibilidades a las que puede acceder tu negocio para posicionarse en el mundo digital.

Además, conocerás las herramientas digitales básicas a las que puedes acceder para generar una nueva atención al cliente, centrada en él y sus necesidades.



MÓDULO 5: Marketing Digital Básico

Sesión 1: Terminología clave y construcción del ecosistema digital

- ✓ El marketing digital, su importancia y diferencias con el marketing tradicional.
- ✓ El momento cero de la verdad y los micros momentos del consumidor.
- ✓ Activos digitales y ecosistema integrado de comunicación online.

Sesión 2: Sitios web eficaces (parte 1)

- ✓ Conversiones (macro y micro conversiones).
- ✓ Tasas de conversión, CRO y embudos de conversión.
- ✓ Requisitos para crear un sitio web (Dominio, hosting, gestores de contenidos).

Sesión 3: Sitios web eficaces (parte 2)

- ✓ Metodología para planificar un sitio web eficaz.
- ✓ Experiencia de usuario (UX).
- ✓ Landing pages efectivas.

Sesión 4: Campaña publicitaria en la red de búsqueda de Google Ads

- ✓ Google Ads y su funcionamiento.
- ✓ Proceso para la creación de campañas en la red de búsqueda de Google Ads.
- ✓ Definición de oferta y presupuesto de una campaña.

Sesión 5: Posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda (SEO)

- ✓ El posicionamiento orgánico y su importancia.
- ✓ Investigación y selección de palabras claves.
- ✓ Optimización básica de un sitio web para ganar visibilidad en los motores de búsqueda.

Sesión 6: E-mail marketing

- ✓ Técnicas para construir una base de datos de prospectos.
- ✓ Tipos de campañas según objetivos y tipología de clientes.
- ✓ Creación de una campaña de email marketing con la plataforma Doppler.

Sesión 7: Plan de contenidos en redes sociales

- ✓ Los medios sociales y su rol en el ecosistema digital.
- ✓ Plan de comunicación en medios sociales.
- ✓ Calendario editorial para redes sociales.

Sesión 8: Campañas publicitarias en Facebook Ads

- ✓ Definición de campaña (selección de objetivos publicitarios).
- ✓ Configuración de conjuntos de anuncios (segmentación, ubicaciones, presupuestos y cronograma).
- ✓ Formatos y componentes de anuncios publicitarios.

MÓDULO 6

PLAN Y DIRECCIÓN DE VENTAS

Llega el momento de ordenar y presentar tu proyecto siguiendo las pautas aprendidas durante el desarrollo del programa.

Durante este taller recibirás asesoría de nuestros catedráticos para la presentación final de tu emprendimiento o empresa.



MÓDULO 6: Plan y Dirección de Ventas

Sesión 1: Análisis FODA

- ✓ Determinación del segmento objetivo
- ✓ Posicionamiento de Marca

Sesión 2: Objetivos de ventas

- ✓ La cartera de productos y servicios

Sesión 3: Estrategia de precios

- ✓ Promociones.
- ✓ Descuentos y créditos.

Sesión 4: Organización del equipo de ventas.

- ✓ Incentivos
- ✓ Asignación de territorios y productos

Sesión 5: Canales de distribución y Trade Marketing.

- ✓ Canal tradicional y moderno.
- ✓ Incentivos al canal y al PDV

Sesión 6: El cronograma y presupuesto de trabajo

- ✓ Asignación de tareas y fechas
- ✓ Uso de tecnología para la coordinación.

Sesión 7: Como presentar un plan de ventas y motivar al Team.

- ✓ El trabajo en equipo
- ✓ Periodo de la campaña.

Sesión 8: Exposición de trabajos finales



LUIS FELIPE FERNÁNDEZ



Ingeniero Químico de la Universidad Nacional de Ingeniería con estudios de especialización en Marketing en la Pontificia Universidad Católica de Lima. 35 años en áreas comerciales y de marketing, habiendo ocupado cargos Gerenciales en empresas líderes en el Perú como TEXACO, PECSA y Pluspetrol Perú Corporation. Recientemente ocupó la Gerencia de Promoción y Contrataciones en PERUPETRO S. A., que es la agencia de promoción de inversiones en hidrocarburos en Perú y actualmente es Socio Director de la consultora Gas Energy Latin America en Perú.

ERIKA UEDA



Titulada en Marketing en el IPM. Con capacitación en Administración de Hoteles y Restaurantes. Con más de 15 años de experiencia ha laborado en Forte, Lucky e Infomarket. Es consultora independiente en creación de campañas promocionales online (redes sociales) y offline (btl, atl y ttl), gestión de marcas al mercado externo e interno (endomarketing), plan de marketing. Actualmente se desempeña como docente y capacitadora en empresas especialista en Branding.

MARÍA A. MONTENEGRO



MBA de la U. de Lima y de la U. de Barcelona en Marketing. Con estudios en E-Business Strategy, Investigación de Mercados, Administración Estratégica, Organización y Dirección de Equipos de Ventas. Con experiencia como consultora y capacitadora en empresas en sectores de Salud, Comercial e Industrial; ha dictado conferencias en Perú y Colombia. Actualmente brinda asesoría en Organización y Optimización de Procesos Comerciales y desarrolla capacitaciones en IPM.

RENZO REYNOSO



Licenciado en Educación USIL y titulado en Marketing en el IPM, especializado en comercio electrónico, social media marketing y publicidad online. Capacitado en Barcelona Virtual, agencia de Marketing Digital pionera en España. Con amplia experiencia como docente y en el desarrollo de estrategias digitales para empresas de retail, consumo masivo y educación. Actualmente se desempeña como Sub Director Académico de la Carrera Profesional de Marketing IPM, docente y asesor independiente en Marketing Digital.

RENZO ORTIZ



Más de 15 años de experiencia en ventas y Marketing y manejando marcas líderes. Actualmente Jefe de Ventas de la cartera corporativa del BBVA Banco Continental, habiendo trabajado también en IBK. Es Master en Marketing & Dirección Comercial – ESIC de la USIL y culminó la carrera de Marketing en el IPM, con DEG y EEG en la escuela de Negocios de UPC.

XIMENA PAREDES



Licenciada en educación USIL con Maestría en Marketing Turístico y Hotelero en la USMP, cuenta con más de 25 años de experiencia como capacitadora en IPM, USIL, UPC y otras instituciones; habiendo obtenido diversos reconocimientos académicos. Es autora del libro “Marketing Turístico y Hotelero” y como emprendedora ha creado una línea de juegos de mesa que promueven el Turismo y la Cultura.



INFORMACIÓN GENERAL

- **Inicio:** Jueves 01 de Junio 2023
- **Horario:** Martes y Jueves de 7:25pm a 10:15pm
- **Modalidad:** Virtual en tiempo real en nuestra plataforma Q10

- **Inversión:**
 - **MATRÍCULA:** S/200
 - **COSTO MENSUAL:** S/390



CÓMO INSCRIBIRTE

Escríbenos al whatsapp 950 640 091 ó sigue los 2 pasos:

Paso 1: Realiza el pago

Carrito de Compras en nuestro sitio web

Puedes hacer clic aquí y pagar en nuestra web o también solícítanos un Pago Link (visa o mastercard).
Ingresa a nuestro tutorial de cómo usar nuestro carrito de compras en:
<https://goo.gl/ZZnGLc>

Por transferencia o depósito a nuestras cuentas

-BCP: 194-1021762-0-27
- Interbank: 128-3000209950 (CCI: 003-128-003000209950-62) (cta.cte. en soles a nombre de INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR PRIVADO PERUANO DE MARKETING ruc 20109189791)

2. Envíanos el comprobante de pago a mktpractico@dipm.com.pe

Paso 2: Completa el Formulario de Inscripción

Completa el formulario de inscripción online:
<https://forms.gle/VyZwGhRrxYguXQ-GL9>

Por favor recuerda indicar si deseas boleta o factura, el comprobante se emitirá según la información que proporciones y no proceden cambios.

Te enviaremos un correo confirmando tu inscripción y posteriormente otro con las instrucciones de acceso.

Revise términos y condiciones en <https://ipm.com.pe/terminos-y-condiciones/>

¡CONTÁCTANOS!

Estamos para asesorarte en:

mktpractico@ipm.com.pe  950640091

 /ipmperu

 @ipmperu

www.ipm.com.pe

