



UNIVERSIDAD
DE PIURA

PROGRAMA *ESPECIALIZADO*

MARKETING Y VENTAS



ONLINE
SINCRÓNICO

**POSGRADOS &
FORMACIÓN CONTINUA**

Ciencias Económicas y Empresariales

En un entorno cada vez más dinámico y competitivo, el marketing y las ventas son los pilares fundamentales que impulsan el éxito de cualquier negocio. Sin embargo, la evolución constante de las preferencias de los consumidores, la irrupción de nuevas tecnologías y los entornos económicos y sociales inciertos presentan desafíos significativos para los profesionales del área comercial.



El Programa Especializado en Marketing y Ventas Online, de la Universidad de Piura, ha sido diseñado para preparar a los líderes comerciales frente a esta nueva realidad. A través de un enfoque práctico y actualizado, el programa aborda las competencias clave para identificar oportunidades de negocio, gestionar situaciones comerciales complejas y aplicar estrategias innovadoras que potencien la eficacia de la gestión comercial.

Este programa ofrece una formación integral en las áreas críticas de marketing y ventas, proporcionando a los participantes las herramientas necesarias para adaptarse al cambio, optimizar sus procesos y lograr resultados excepcionales en un entorno empresarial exigente.

Dirigido a:



Profesionales del área de marketing y ventas:

Personas que ya cuentan con experiencia en el área comercial y buscan actualizar sus conocimientos en las últimas tendencias y tecnologías, como la IA generativa, la experiencia del cliente (CX), e-commerce, y estrategias digitales.



Líderes y ejecutivos comerciales

Gerentes, jefes de ventas, Supervisores y responsables de la gestión de equipos comerciales y el desarrollo de estrategias de marketing y ventas. Este programa les permitirá optimizar la planificación estratégica, la gestión de productos y marcas, y la integración de nuevas tecnologías para mejorar resultados.



Emprendedores y dueños de negocios:

Aquellos que desean fortalecer sus habilidades comerciales para mejorar la competitividad de sus empresas, desarrollar estrategias de marketing efectivas y gestionar sus productos y marcas de manera más eficiente.



Consultores de marketing y ventas:

Profesionales que asesoran a empresas en la creación e implementación de estrategias comerciales y necesitan ampliar su repertorio de herramientas y conocimientos para ofrecer soluciones alineadas a las nuevas realidades del mercado.







Profesionales en transición hacia roles comerciales:

Personas con experiencia en otras áreas que buscan desarrollar competencias sólidas en marketing y ventas para asumir roles con mayor responsabilidad comercial o emprender sus propios proyectos.



Objetivos

	Incrementar la efectividad de la gestión comercial en sus organizaciones o emprendimientos, mediante el dominio avanzado de conocimientos y herramientas clave en marketing y ventas, adquiridos a lo largo del programa.
	Analizar y detectar oportunidades comerciales en entornos complejos y evaluar su impacto económico, aplicando el aprendizaje de casos prácticos y ejercicios diseñados para fortalecer la capacidad de toma de decisiones estratégicas.
	Gestionar de manera integral los factores críticos de la actividad comercial, desarrollando una visión holística del marketing y las ventas en diversos contextos, incluidos mercados de consumo, B2B, productos y servicios.
	Optimizar la gestión de ventas y crear sinergias con las estrategias de marketing, entendiendo la interdependencia de ambas áreas dentro de la gestión comercial, con un enfoque que integra tanto las ventas como el marketing en la toma de decisiones.

¿Qué me llevo del programa?



Sabrás analizar contextos B2C, B2B, de productos y servicios, así como ampliar tu criterio sobre ventas con otros profesionales del marketing.



Desarrollarás una mirada estratégica para la eficacia de la gestión comercial, junto a una visión compartida en equipo.



Obtendrás un enfoque transversal que te permita identificar oportunidades y manejar situaciones de mercado complejas.

Plan de estudios



MÓDULO 01

Introducción al marketing

- El proceso de hacer marketing
- Teorías del comportamiento del consumidor

Segmentación y posicionamiento

- Métodos de segmentación y selección del mercado meta
- Decisiones de posicionamiento

MÓDULO 02



MÓDULO 03



Gestión de producto y marca

- Gestión de producto y manejo de portafolio
- Gestión de marca

Pricing

- Fijación de precios
- Estrategias y promociones de precio

MÓDULO 04



MÓDULO 05



Investigación comercial

- Métodos de investigación
- Análisis e interpretación de estudios de mercado

Gestión de canales de distribución

- Diseño del canal de distribución
- Retail y trade marketing
- E-commerce

MÓDULO 06



MÓDULO 07

Gestión de ventas

- Capacidades del equipo de ventas y remuneraciones
- Plan de cobertura y gestión del tiempo
- Presupuesto de ventas
- Indicadores de gestión de ventas
- Ventas B2B

Comunicaciones integradas de marketing

- Plan de comunicaciones
- Estrategia de publicidad
- Gestión de la publicidad: mensajes y medios
- Mix de comunicación y promoción
- Comunicación digital y medios

MÓDULO 08



MÓDULO 09

Marketing de servicios y Customer Experience (CX)

- Marketing de servicios y service desing
- Customer experience
- Customer Journey map
- Indicadores de servicio

IA Generativa

- Integración de la IA Generativa con el marketing y las ventas
- Estrategias de marketing con IA Generativa

MÓDULO 10



MÓDULO 11



Planeamiento estratégico comercial

- Plan de marketing y estrategia comercial
- Métricas comerciales
- Análisis de situaciones comerciales

Certificado y asistencia



Certificado de Especialización: Se entregará a los participantes que hayan aprobado el programa con una nota mínima de doce (12) y cumplan con más del 80% de asistencia a clases.



Certificado de participación: Se otorgará a los participantes que no aprueben el programa, pero que cuenten con más del 80% de asistencia a clases.

- Todos los certificados serán de manera virtual y enviados por correo electrónico.
- Las clases Online serán dictadas de manera Sincrónica, de esta manera, el profesor dictará la clase “en línea” y en tiempo real, con los alumnos conectados al mismo tiempo.
- Este programa no conduce a un grado académico.

Docentes:



**Dr. Fernando
Barranzuela Lescano**

Trayecto

Doctor en Administración de Empresas por Henley Business School – University of Reading – Reino Unido. Master in Science in Social Research Methods por la London School of Economics and Political Science – Reino Unido. MBA por Escuela de Dirección PAD en la Universidad de Piura. Ingeniero Mecánico-Eléctrico por la Universidad de Piura. Ha sido miembro de Comisión de Protección al Consumidor Indecopi, miembro de Directorio de Empresa de Agua de Piura (EPS Grau).



**Phd. Juan Francisco
Dávila Blázquez**

Trayecto

PhD in Management por ESADE Business School (Barcelona, España). Máster en Administración de Empresas por IESE Business School (Barcelona, España). Actualmente es Jefe del Área Académica de Marketing en Campus Lima y ha trabajado en Nestlé y Merck. Profesor de la Universidad de Piura.



Dr. Luis Arditto

Trayecto

Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pablo de Olavide (España). Máster en Consultoría y Dirección Turística con mención en Turismo Sostenible por la Universidad de Piura, en convenio con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España) y la Fundación Universitaria Iberoamericana. Diplomado en Mercadotecnia por la Escuela Superior de Administración de Negocios para graduados (ESAN).



**Mgtr. Diego Cánovas
López de Castilla**

Trayecto

Máster en Marketing Digital por ESIC: Business & Marketing School en España. Actualmente es Gerente de Comunicación de Marca en Belmond del grupo LVMH al que también pertenecen marcas como Louis Vuitton, Givenchy y Dior. Además, fue Gerente de Comunicación y Sostenibilidad en falabella.com. Cuenta con más de 15 años de experiencia liderando equipos de relaciones públicas en campos como bienes raíces, comercio electrónico, tecnología, innovación, finanzas, energía y otros.



**Mgtr. Fernando
Gallardo Salazar**

Trayecto

MBA de ESAN con especialización en Marketing. Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima. Experiencia profesional en comunicación y marketing en empresas de publicidad, consumo masivo e industrial y medios de comunicación. Actualmente es Profesor de marketing de pregrado y posgrado en la Universidad de Piura (UDEP) y el PAD. Investigador en branding y marketing social. Director de Extensión (formación continua) de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Asesor. Consultor. Brand strategist.



**Mgtr. Ana Lucía
Martínez Azcárate**

Trayecto

Máster en Marketing Profesional por la Universidad Complutense de Madrid en España. Máster en Dirección de Empresas Tecnológicas y de Internet del Instituto de Estudios Bursátiles en Madrid-España. Profesora y consultora en marketing e investigación comercial en la Universidad de Piura. Especialización en Banca y Finanzas por el Instituto de Estudios Bursátiles en Madrid, España. También cuenta con una especialización en Investigación Cualitativa por el Burke Institute en Estados Unidos.



**Mgtr. Hugo
Paredes**

Trayecto

Maestría en Negocios, MBA, Especialidad de Marketing por EGADE del TEC de Monterrey en México. Actualmente es Consultor de Tecnología en el Grupo InterCorp – URBI. Cuenta con más de 17 años de experiencia local e internacional en la gestión comercial y de marketing en empresas transnacionales líderes de los sectores farmacéutico, industria y telecomunicaciones.



**Mgtr. José
Ruidías**

Trayecto

MBA por Centrum Católica Business School e Ingeniero de Sistemas por la Universidad Privada Antenor Orrego. Asociado a Global Trade Marketing, empresa consultora en planes de marketing y ventas. Exgerente de marca y Gerente de Producto de la marca Trebol en Grupo Celima. Former category Manager de las marcas Suiza y Watts en Laive. Actualmente es Gerente General en Medical Innovation and Technology S.A.C.



**Mgtr. Rinaldo
Iberico**

Trayecto

MBA por la UPC. Actual Gerente Comercial en Prosegur. Cuenta con más de 15 años de experiencia liderando áreas comerciales en puestos gerenciales en empresas multinacionales con entorno regulado como hidrocarburos, telecomunicaciones y de servicio. Especialista en elaboración de estrategias comerciales B2B/ B2C, asesoría consultiva a clientes corporativos y gestión de FFVV con cobertura nacional. Ha trabajado en empresas como Solgas, Virgin Mobile, Direct TV, entre otras.



Julio Talledo

Trayecto

Especialista en Marketing por la UDEP. Gerente General de la Consultora Digital Break y Socio -Director de Operaciones de la Consultora Verne Future Mindset. Ha colaborado para marcas líderes del mercado como Banco de Crédito BCP, Grupo Romero, Universidad de Piura, Ransa, Fundación Telefónica & BID, ENEL, Bitel, PAD, Industrias San Miguel del Grupo Añaños, Intursa, Mibanco, Makro, LAP, TASA e Innova Schools de Intercorp.

NOTA

En caso de fuerza mayor o por disponibilidad del docente, los expositores pueden ser reemplazados sin afectar la calidad del programa.

Duración y Horario

- **Duración:**
96 horas lectivas.
- **Horario:**
Lunes y Martes de 7:00 p.m. a 10:30 p.m.



*Una hora lectiva equivale a 45 minutos.

Inversión

La inversión del programa es de: **S/. 4,500.00.**

El alumno puede solicitar financiamiento con la Universidad de Piura previa calificación. No se cobra interés por el financiamiento.

Fraccionamiento

*Los descuentos pueden ser fraccionados (cuotas sin intereses) previa aprobación del área de facturación de la universidad.

*La Universidad de Piura se reserva el derecho de postergar, reprogramar o cancelar el programa, en caso no se cuente con la cantidad mínima necesaria de participantes.

INICIO
LUNES
20
ENERO 2025



UNIVERSIDAD
DE PIURA

Mejores personas, mejores profesionales