



**iacc** Expertos  
en educación  
online

MALLA CURRICULAR\_

## Diplomado en Marketing y Ventas

### Dirigido a:

Técnicos, profesionales personas y trabajadores con experiencia en las áreas de Marketing y Ventas de empresas de diferentes rubros, ya sea de consumo masivo, retail, servicios financieros e industrias en general, que deseen potenciar sus habilidades y conocimientos, con el fin de acceder a recursos que les permitan mejorar la gestión de los procesos comerciales. Cualquier profesional que necesite conocimientos básicos de marketing y ventas.

**Título:** Diplomado en Marketing y Ventas

**Duración carrera:** 120 horas cronológicas

**Modalidad de estudio:** 100% online

Comisión Nacional  
de Acreditación  
CNA-Chile

**2** INSTITUCIÓN  
**ACREDITADA**  
■ GESTIÓN INSTITUCIONAL  
■ DOCENCIA DE PREGRADO  
AÑOS Octubre 2019 - Octubre 2021

## POR QUÉ ELEGIR estudiar en IACC

En IACC contamos con un servicio de acompañamiento único para nuestros estudiantes, compuesto por grandes profesionales que trabajan día a día con el objetivo de lograr una formación excepcional y desarrollar las competencias necesarias para ofrecer profesionales de excelencia en el mundo laboral.

- **Tutores de Inducción:** orientan a los estudiantes en sus inicios.
- **Consejeros Estudiantiles:** los guían durante toda su formación profesional, hasta el término de sus estudios.
- **Docentes:** vinculados al mundo laboral.
- **Unidad Socioafectiva:** un servicio que les brindará ayuda cuando esté en riesgo su avance académico.

MALLA CURRICULAR:

## Diplomado en Marketing y Ventas

### Descripción del Diplomado

El Programa de Formación Continua Marketing y Ventas, tiene como propósito lograr que los estudiantes adquieran bases conceptuales y prácticas sólidas, para una correcta toma de decisiones comerciales en una organización y así enfrentar con éxito los desafíos de marketing, enfocado a las nuevas tendencias del mercado y los consumidores en un entorno exigente y cambiante, tales como composición del mercado, ventas al detalle, ventas al por mayor y la influencia en la elección de los clientes, etc. La perspectiva integradora de este programa busca además desarrollar la articulación entre marketing, ventas y la gestión de ventas en el área comercial, vinculado a su vez con las relaciones públicas y la publicidad, entre otras.

Finalmente, el conocimiento y las herramientas aportadas en este Programa de Formación Continua serán de gran utilidad para entender cómo se generan las ventajas competitivas de la empresa y cómo se crea y capta valor para generar rentabilidad para la empresa.

Este programa tiene una distribución de 4 módulos más la actividad integradora final:

- Módulo I: Marketing y ventas: Conceptos Fundamentales.
- Módulo II: Introducción a la Gestión de Ventas, E-Commerce y Marketing Digital.
- Módulo III: Organización, Planificación en la Gestión de Ventas y elementos esenciales de modelos de comercialización.
- Modulo IV: Tecnología como apoyo para las ventas, diseño y administración de la fuerza de ventas.
- Actividad integradora.

### Requisitos (Administrativos Y/O Académicos)

- Licencia de Enseñanza Media.
- Copia de cédula de identidad.

### Resultado de Aprendizaje

Proponer estrategias de promoción y ventas para el plan de ventas de la empresa, entregando herramientas e instrumentos específicos promocionales con lo que podrá interactuar con el cliente objetivo y así desenvolverse dentro del mercado.

### Metodología

En consideración al modelo pedagógico IACC, el proceso de enseñanza-aprendizaje del curso de formación continua tiene por finalidad el desarrollo de un nivel de especialización ligados a las distintas áreas de desempeño laboral, que serán capaces de alcanzar al término de este. El logro de estos se mide en función al logro de los aprendizajes esperados.

Para promover los aprendizajes en el estudiante, se trabaja utilizando estrategias metodológicas y didácticas centradas en la interacción de cada participante con los contenidos dispuestos en la plataforma; con sus compañeros y el docente, quien a su vez cumple un rol motivador y de retroalimentación fundamental para la co-construcción del conocimiento.

En el caso particular de este Programa de Formación Continua, se abordan los contenidos y actividades a través de metodologías activas de aprendizaje, basados en problemas y método de caso, y considerando el uso de recursos didácticos tales como infografías y textos de apoyo, entre otros.

Para efectos de calificación de los participantes, el programa tiene un total de 100 puntos que corresponden a la nota 7.0. Cada módulo, el estudiante puede obtener una calificación cuyo puntaje máximo es 20, salvo en la última semana, que corresponde a la evaluación final de la asignatura, que es una instancia integradora, se califica con un total de 40 puntos

### Requisitos de Certificación

Para obtener la certificación del curso Diplomado de Marketing y Ventas, el estudiante deberá:

- Haber hecho entrega de la evaluación final.
- Obtener una nota igual o superior a 4,0, con un nivel de exigencia del 60%.

MALLA CURRICULAR:

## Diplomado en Marketing y Ventas

### CONTENIDOS DEL DIPLOMADO

El diplomado se organiza en un sistema modular que contempla lecciones semanales, siendo estos:

#### **MÓDULO I: MARKETING Y VENTAS: CONCEPTOS FUNDAMENTALES.**

**Aprendizaje esperado del módulo:** Explicar el marketing y cómo este interviene la comunicación, promoción de ventas y las herramientas que se utilizan.

**Lección 1:** Reconocer los conceptos fundamentales de Marketing y Ventas para entender las estrategias de estas disciplinas.

**Lección 2:** Identificar incidencias de la comunicación y promociones de ventas.

**Lección 3:** Distinguir las herramientas de promoción de ventas.

#### **MÓDULO II: INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE VENTAS, E-COMMERCE Y MARKETING DIGITAL.**

**Aprendizaje esperado del módulo:** Analizar la importancia del e-commerce y marketing digital sobre la gestión de ventas.

**Lección 4:** Distinguir la gestión de ventas como parte de un proceso, dentro de una organización.

**Lección 5:** Explicar el e-commerce como una opción de venta efectiva y las tendencias que afectan al e-commerce.

**Lección 6:** Diferenciar los principales usos del social media en el marketing digital y el rol del community manager.

#### **MÓDULO III: ORGANIZACIÓN, PLANIFICACIÓN EN LA GESTIÓN DE VENTAS Y ELEMENTOS ESENCIALES DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN.**

**Aprendizaje esperado del módulo:** Explicar elementos esenciales de la planificación, organización en la gestión de ventas y modelos de comercialización.

**Lección 7:** Analizar elementos para la planificación en la gestión de ventas y sus modelos de proyección dentro de una organización.

**Lección 8:** Analizar la organización de la gestión de ventas por medio de sus canales de comercialización y estrategias de precios dentro de una empresa.

**Lección 9:** Explicar un análisis del proceso de ventas considerando elementos y modelos de comercialización.

#### **MÓDULO IV: TECNOLOGÍA COMO APOYO PARA LAS VENTAS, DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.**

**Aprendizaje esperado del módulo:** las tecnologías como apoyo para las ventas, junto con el diseño y la administración de la fuerza de ventas.

**Lección 10:** Analizar recursos tecnológicos para apoyar el proceso de ventas.

MALLA CURRICULAR:

## Diplomado en Marketing y Ventas

### CONTENIDOS DEL DIPLOMADO

**Lección 11:** Explicar el diseño y administración de fuerza de ventas para optimizar su desempeño.

#### **EVALUACIÓN FINAL INTEGRADORA.**

**Lección 12:** Proponer estrategias de promoción y ventas para el plan de ventas de la empresa, entregando herramientas e instrumentos específicos promocionales con los que podrá interactuar con el cliente objetivo y así desenvolverse dentro del mercado.