



## Fundamentación Técnica

El programa está destinado a profesionales del ámbito de la Administración Pública y/o titulados de otras áreas disciplinaHerramientas de Marketing orientado a la venta, es un curso que entrega los conocimientos más recientes en el apoyo de la creación de acciones de publicidad y promoción creativas e innovadoras, para aumentar las ventas de los productos o servicios, entendiendo cuales son las mejores estrategias y técnicas de persuasión para el logro de los objetivos comerciales.es relacionadas con el desarrollo económico, social y de gestión pública y que deseen proyectar su carrera profesional a un alto nivel, para lo cual requieren proseguir estudios que les permitan detentar cargos de relevancia en el sector público.

## Objetivo General

Desarrollar en los participantes la capacidad de utilizar los conceptos fundamentales del marketing, analizar estrategias y tácticas de promoción, y distinguir técnicas de venta y persuasión, aplicándolas eficazmente en el proceso de comercialización de servicios en diversas empresas.

## Objetivo Específicos

- Define apropiadamente lo que es marketing.
- Distingue la importancia el análisis del entorno de una marca, para el desarrollo de estrategias comerciales.
- Distingue los diversos tipos de segmentos y mercados.
- Relaciona el éxito de un producto o servicio en base a un buen mix comercial.
- Comprende la importancia del ciclo de vida de un producto, donde venderlo, como promocionarlo y que precio asignarle.
- Determina las mejores estrategias de promoción para cada segmento.
- Integra de manera óptima las técnicas de venta y persuasión con el proceso de aproximación a clientes, en función de la oferta de eventos disponible y las metas de venta definidas.
- Diseña propuestas comerciales que se ajusten debidamente a los tipos de clientes y que incluyan elementos diferenciadores y de valor, que permitan alcanzar los niveles de venta esperados.

## Desarrollo de la Actividad

24 horas cronológicas, en modalidad E-Learning (Asincrónico).

Plan de Estudio		Duración
I	Planificación y ejecución de la estrategia de Marketing.	8 horas
II	Plan de Marketing	8 horas
III	Técnicas de ventas y persuasión efectivas para la comercialización.	8 horas

## Dirigido

Todo tipo de profesionales o personas sin estudios anteriores, que deseen encontrar herramientas que les permitan contar con los conocimientos de marketing estratégico, operativo y cómo ellos se vinculan con las mejores técnicas y tácticas de venta, que sean acordes con el modelo de negocios de cada organización.

## Metodología de Estudio



Clases E-Learning asincrónico



Discusión de textos científicos



Estudios de casos



Foro y Zoom a través de la plataforma

## Requisitos de Aprobación

Para aprobar el curso, el alumno debe cumplir con lo siguiente:

- Aprobar cada módulo con nota mínima 4.0
- Contar con un mínimo de asistencia del 75%
- Ponderación notas 70% + 30% Examen Final

## Contenido

### MÓDULO I: PLANIFICIACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING

- Definición y visión correcta del Marketing.
- Evolución del Marketing.
- Relación del sector industrial y análisis competitivo con entorno del Marketing.
- Planificación y ejecución de la estrategia de Marketing.
- Marketing Mix.
- Segmentación y selección mercado objetivo.
- Posicionamiento de Mercado.
- Caracterización del comportamiento del consumidor.
- Argumentación de estrategias de marketing en distintas empresas.

### MÓDULO II: PLAN DE MARKETING

- Panorama de competencia.
- Crecimiento y participación.
- Ciclo de vida de un producto.
- Tácticas y estrategias de precio.
- Longitud de plaza.
- Puntos de venta.
- ATL / vs BTL.
- Publicidad creativa.

### MÓDULO III: TÉCNICAS DE VENTA Y PERSUASIÓN EFECTIVA PARA COMERCIALIZACIÓN

- Bases y fundamentos para realizar ventas exitosas.
- Identificación de las técnicas de venta y persuasión más comunes.
- Categorización de las técnicas de venta, según sus potencialidades, restricciones y grado de efectividad.
- Comparación entre la venta de productos y servicios (experiencias).
- Reconocimiento de las metas de ventas, su alcance e impacto a nivel individual y global para la empresa productora de eventos.
- Revisión de la oferta de eventos disponible en la empresa, en función de sus características y potencialidades.
- Revisión del comportamiento y proceso de compra de los clientes (persona, negocios), desde la perspectiva de la aproximación de venta.
- Análisis del entorno general del cliente (su contexto) y status de la competencia.
- Evaluación de alternativas viables y diferenciadoras de aproximación, que empleen técnicas de ventas y persuasión ajustadas a distintos tipos de cliente.

## Ficha Técnica

Duración
24 horas

Arancel
\$350.000

### Descuentos

10% Ex Alumnos cursos UBO.

15% Ex Alumnos diplomados UBO.

20% Ex Alumno Pregrado / Magister UBO.

20% Funcionarios Públicos.

**Los descuentos no son acumulables.**

**Consulte por otros descuentos y modalidades de pago.**

Todos los programas están sujetos, en cuanto a su apertura y fecha de inicio, al logro de la matrícula mínima requerida.

La Universidad Bernardo O'Higgins se reserva el derecho de hacer modificaciones en cuanto cuerpo docente y calendarización de los programas. Los cursos y diplomados no generan grado académico.



Subdirección de Educación  
Continua y Capacitación  
Dirección de Desarrollo

[capacitacion@ubo.cl](mailto:capacitacion@ubo.cl) / +56 224772222

General Gana 1702, Edificio Rondizzoni I, Santiago



[/uboeducacioncontinuycapacitacion](#)



[/uboeducacion](#)



[/company/ubo-educación-continua-y-capacitación](#)

