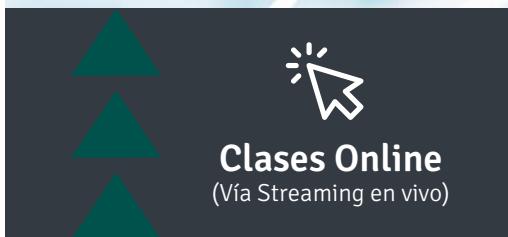




USACH

DIPLOMADO ESTRATEGIA COMERCIAL Y PROCESOS DE VENTAS DIGITALES



ADMISIÓN
2026 **Abril**

NUESTRA UNIVERSIDAD

La Universidad de Santiago de Chile cuenta con una vasta trayectoria académica de 176 años y se proyecta como un plantel de excelencia, con énfasis en la investigación y una mirada global. Según el prestigioso ranking mundial QS, se ubica dentro de las tres mejores universidades del país, lo que demuestra el compromiso académico institucional por la calidad y la excelencia que se expresa no sólo en la formación de profesionales que aportan al país con el sello de responsabilidad social que nos caracteriza, sino en investigaciones de frontera.



7 universidad acreditada
7 años



ÁREA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL
ÁREA DE DOCENCIA DE PREGRADO
ÁREA DE INVESTIGACIÓN
ÁREA DE DOCENCIA DE POSTGRADO
ÁREA DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO
HASTA FEBRERO 2028





CARTA DEL DIRECTOR



Te damos las gracias por considerar nuestra propuesta académica de Diplomados 2026 de la Universidad de Santiago de Chile, casa de estudios acreditada con 7 años en todas sus áreas, ubicada en el puesto N° 15 a nivel latinoamericano, tercera a nivel nacional y con más de 176 años de existencia.

Nuestros programas cuentan con un cuerpo docente de más de 20 profesores, con grados de PhD y Master en las mejores universidades del país y el extranjero, así como con una trayectoria relevante en materia de investigación, experiencia profesional y académica.

El objetivo de este diplomado es brindar a los estudiantes aquellos conocimientos y herramientas, teóricas y prácticas que permitan desarrollar estrategias comerciales y procesos de ventas a través de una perspectiva digital. De esta manera, generando propuestas de valor a diversos clientes y a la sociedad.

Te invitamos a conocer nuestra propuesta con la certeza de que encontrarás un programa de calidad y excelencia para tu desarrollo profesional.

Felipe Muñoz Medina, PhD.
Director



PRESENTACIÓN DIPLOMADO **ESTRATEGIA COMERCIAL Y PROCESOS DE VENTAS DIGITALES**

El programa brinda a los estudiantes aquellos conocimientos y herramientas, teóricas y prácticas, que permitan desarrollar estrategias comerciales y procesos de ventas a través de una perspectiva digital. De esta manera, generando propuestas de valor a diversos clientes y a la sociedad.

En el mundo actual, las organizaciones necesitan mayores herramientas para gestionar mercados globalizados y competitivos, comprendiendo la creación de valor que generan las empresas hacia los consumidores de productos y servicios. De esta manera, las organizaciones deben actuar de manera más inteligente y sofisticada, captando y fidelizando clientes, mejorando su marca, desarrollando nuevos productos y servicios, e incrementando su potencial hacia a la sociedad a través de procesos de ventas digitales.



DESTINATARIOS

Trabajadores con experiencia o profesionales que posean un grado académico o título técnico emitido por una institución de educación superior reconocida por el estado.



DURACIÓN

El programa de Diplomado cuenta con un total de 180 horas cronológicas (108 sincrónicas y 72 horas asincrónicas).

Las clases se efectúan vía streaming (Online en vivo).



METODOLOGÍA

El programa se centra en la elaboración de trabajos de integración de casos reales. Los participantes del programa deberán cumplir con un mínimo de 75% de asistencia online.

La nota mínima de aprobación del Diplomado será nota 4.0



CONTENIDOS DEL PROGRAMA

1

MARKETING ESTRÁTÉGICO Y GESTIÓN DE CUENTAS CLAVES

- Análisis estratégico organizacional
- Desarrollo de propuestas de valor efectivas
- Selección de cuentas claves, medición de desempeño de cuentas claves en KAM
- Relaciones comerciales de largo plazo con cuentas claves

2

ESTRATEGIA DE MARCA Y POSICIONAMIENTO

- Propuesta de valor y atributos
- Concepto e identidad de marca
- Branding; coherencia, personalidad y recordación
- StoryBrand, contenidos por etapa del funnel y por canal, guionización de piezas
- Planificación de estrategia y posicionamiento de marca, y NPS

3

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y OMNICANALIDAD

- Estrategia de canales de distribución
- Estrategias y evolución de la multicanalidad y omnicanalidad
- Diseño de canales y arquitectura omnicanal
- Negocios eCommerce; B2C, B2B, C2C, C2B, D2C, modelo de dropshipping
- Propuesta de valor, omnicanalidad de productos y servicios, trade marketing

4

GESTIÓN DE EXPERIENCIA DE CLIENTES

- Customer journey
- Neuromarketing y consumo; heurísticas, decisiones y nudges
- Captación, retención, fidelización y recuperación de clientes, CRM y reportes
- Métricas del valor económico del cliente

5

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES Y PROCESOS DE VENTAS

- Transformación digital, organizaciones ágiles y modelos de negocios digitales
- Ciclo de la gestión de ventas, inteligencia competitiva, pricing y descuentos
- Liderazgo de equipos de ventas y adopción digital
- Estructura salarial y programa de incentivos

6

MARKETING DIGITAL Y DATA ANALYTICS

- Data Analytics; modelos analíticos y decisiones clave
- Atribución, experimentación y optimización de la tasa de conversión
- Posicionamiento SEO, SEM y KPI
- Creación de campañas en Meta y Google Ads
- Redes Sociales y Marketing de Contenidos



CUERPO ACADÉMICO

Felipe Muñoz



Director Diplomado.

Académico e Investigador, Universidad de Santiago de Chile.

Investigador Postdoctoral, Center for Work, Health, & Well-being, Harvard University.

PhD. en Administración de Negocios, Universidad de Chile.

Magíster en Psicología Laboral Organizacional, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Certificado en People Analytics: Transformar la Estrategia de RH con Ciencia de Datos, Cambridge University.

Administrador Público, Universidad de Santiago de Chile.

Marlis Riedel



Directora de Nuevos Negocios, Kantar.

Magíster en Marketing, Universidad de Santiago de Chile.

Ingeniera Comercial, Universidad de Santiago de Chile.

Sergio López



Académico e Investigador, Universidad de Santiago de Chile.

Profesor Visitante e Investigador Asociado, Center for Global Leadership, University of California, Irvine.

PhD en Psicología Laboral, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Magíster en Administración de Empresas (MBA), Universidad Federico Santa María.

Ingeniero Comercial, Universidad San Sebastián.

Carlos Cisternas



Gerente de Exportaciones, Sierra Nevada Ltda.

Magíster en Business Administration (MBA), University of California, Los Angeles.

Diplomado en Ventas, Dale Carnegie Institute.

Ingeniero Comercial, Universidad de Santiago de Chile.

Pedro Alarcón



Director Escuela de Postgrado FACEA, Universidad Católica de la Santísima Concepción.

Director, Magíster en Negocios, MBA.

Magíster en Dirección Comercial y Marketing, Universidad San Sebastián.

Ingeniero Comercial, Universidad Católica de la Santísima Concepción.

**Vivian Budinich**

Gerente de Marketing Corporativo y Sostenibilidad, lansa.
Ex-Gerente de Comunicaciones y Marketing Corporativo, Siemens Chile.
Magíster en Administración de Empresas (MBA), Pontificia Universidad Católica de Chile.
Ingeniera Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile.

**María J. Zúñiga**

Ex Product Manager Campaigns - B2C Market, Entel.
Master of Business Administration, MBA, Babson College.
Ingeniería Comercial, Universidad de Santiago de Chile.

**Claudio Valdés**

Creativo en Dirección de Marketing y Plataformas Radiales, Mega.
Magíster en Marketing, Universidad de Santiago de Chile.
Diplomado en Dirección de Arte y Redacción Creativa, Brother Ads Chile.
Diseñador Gráfico, Universidad Santo Tomás.

(*) El cuerpo de profesores puede estar sujeto a cambios por razones de fuerza mayor.



CALENDARIACIÓN DE CLASES

ABRIL

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

MAYO

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

JUNIO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

JULIO

L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

AGOSTO

L	M	M	J	V	S	D
			1	2		
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
		31				

MÓDULOS

- 1: Marketing Estratégico y Gestión de Cuentas Claves
- 2: Estrategia de Marca y Posicionamiento
- 3: Canales de Distribución y Omnipresencia
- 4: Gestión de Experiencia de Clientes
- 5: Transformación Digital en las Organizaciones y Procesos de Ventas
- 6: Marketing Digital y Data Analytics

(*) La calendarización de clases puede estar sujeta a modificaciones por razones de fuerza mayor.

Total 180 horas. (108 sincrónicas y 72 horas asincrónicas)

CLASES

- **Inicio de clases:**
9 de abril de 2026.
- **Término de clases:**
13 de agosto de 2026.
- **Horario:**
Modalidad ejecutiva, online (en vivo)
algunos jueves y sábados del mes
según calendarización.

19:00 a 22:00 hrs. (jueves)
09:00 a 13:30 hrs. (sábados)





ARANCEL Y DESCUENTOS

- **Valor arancel \$1.720.000.***

(*) El valor del arancel no incluye matrícula.

- **Valor matrícula \$105.000.*** (*) Valor referencial 2025, sujeto a variación anual 2026.

- 40% Dscto. Para Profesional Área Comercial y Ventas Digitales.*

40% Dscto. Para Postulación Anticipada (30 de Enero 2026).*

Valor con descuento \$1.032.000.

(*) Descuentos no acumulables.

FORMAS DE PAGO

- Tarjeta de Crédito (cantidad de cuotas e interés, dependen de su Banco)
- Tarjeta de Débito y transferencia
- Copago Empresa



CONTACTO ADMISIÓN

✉ diplomado.estrategiacomercial@usach.cl



USACH



DTG
TECNOLOGÍAS
DE GESTIÓN



ADmisión
2026 **abril**

WWW.DIPLOMADOSGESTIONUSACH.CL

 [@educodtg.usach](https://www.instagram.com/educodtg.usach)