



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Ventas y Servicio al Cliente
CÓDIGO	:	MP58
CICLO	:	201401
CUERPO ACADÉMICO	:	Muñiz Rothgiesser, Iván
CRÉDITOS	:	5
SEMANAS	:	14
HORAS	:	6 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Marketing Epe

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

El curso de Ventas y Servicio al cliente, brinda al alumno los conceptos claves para desarrollar una adecuada estrategia de ventas y de servicio aplicada a cualquier tipo de emprendimiento.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno desarrolla estrategias de ventas y de servicio al cliente, orientadas a nuevos emprendimientos.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 STARTUP vs MYPE
LOGRO Al finalizar la unidad 1, el alumno explica la diferencia entre una Start up y una Mype
TEMARIO SESIÓN 1 - Características de las Star up - Importancia de las Star up - Diferencias entre las Star Up y las Mypes
HORA(S) / SEMANA(S) SEMANA 1

UNIDAD N°: 2 CUSTOMER DEVELOPMENT
--

LOGRO

Al finalizar la unidad 2, el alumno aplica los 9 módulos del lienzo

TEMARIO**SESIÓN 2**

- El lienzo del Modelo
- Desarrollo de Clientes(Búsqueda y ejecución)
- Propuesta de valor
- Desarrollo iterativo

SESIÓN 3

- Segmentos de Clientes
- Relaciones con clientes
- Actividades

SESIÓN 4

- Costos
- Recursos
- Utilidades
- Socios

SESIÓN 5

- Casuística

SESIÓN 6**GENERACION DE DEMANDA**

- Adquisición
- Activación
- Retención
- Referencias
- Ventas

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANA 1, 2 Y 3

UNIDAD N°: 3 METRICAS**LOGRO**

El alumno aplica las distintas métricas de medición

TEMARIO**SESIÓN 7**

- Customer lifetime value,
- customer acquisition cost,
- Churn rate

SESIÓN 8

- Aplicación de Métricas en Excel.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANA 4

UNIDAD N°: 4 FUNNEL DE VENTAS Y CANALES DE GENERACIÓN DE INGRESOS

LOGRO

Al finalizar esta unidad, el alumno aplica el Funnel de ventas y reconoce los distintos tipos de mercados

TEMARIO

SESIÓN 9

5 etapas:

- No te conocen
- Han Escuchado de ti
- Tienen interés
- Compara
- Se convierte en cliente
- Aplicación práctica

SESIÓN 10

- Tipos de mercados

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANA 5

UNIDAD N°: 5 CANALES DE GENERACIÓN DE INGRESOS

LOGRO

Al finalizar esta unidad, el alumno compara los distintos canales para generar ingresos.

TEMARIO

SESIÓN 11

- Venta de Activos
- Tasa de uso
- Tasa de Suscripción
- Lending / Leasing / Renting
- Otros

SESIÓN 12

- Advertising
- Commerce
- Transaction
- Licencing
- Data

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANA 6

UNIDAD N°: 6 TRABAJO INTEGRADOR APLICATIVO

LOGRO

Al finalizar esta unidad, el alumno aplica los conceptos vistos a lo largo del curso en un trabajo integrador

TEMARIO

SESIÓN 13

- Presentación y exposiciones de los trabajos finales

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANA 7

VI. METODOLOGÍA

El curso se desarrolla utilizando metodología activa apoyada con lecturas y resolución de casos reales para verificar la consolidación de los temas tratados.

Los trabajos se desarrollarán en grupo y deberán ser presentados al profesor, usando las herramientas de presentación que el grupo considere más conveniente.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

25% (PC1) + 25% (CL1) + 18% (PA1) + 32% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
PC - PRÁCTICAS PC	25
CL - CONTROL DE LECTURA	25
PA - PARTICIPACIÓN	18
TF - TRABAJO FINAL	32

VIII. CRONOGRAMA

Módulo Regular

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PC	PRÁCTICAS PC	1	SESIÓN 5		SÍ
CL	CONTROL DE LECTURA	1	SESIÓN 9		NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	SESIÓN 13		NO
TF	TRABAJO FINAL	1	SESIÓN 14		NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

LOVELOCK, Christopher H. Wirtz, Jochen (2011) Services marketing : people, technology, strategy. Boston : Prentice Hall.
(658.8 LOVE/S)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

LOVELOCK, Christopher H. Wirtz, Jochen (2011) Services marketing : people, technology, strategy. Boston : Prentice Hall.
(658.8 LOVE/S)

