

Proyecto

Formación Gerencial

PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO EJECUTIVO



■ PRESENTACIÓN

En respuesta a los nuevos retos y oportunidades que están enfrentando los cargos de responsabilidad directiva y gerencial, dada la dinámica globalizada de los mercados nacionales e internacionales, se impone necesariamente una visión mercadológica, que obliga al permanente examen de las estrategias comerciales que se vienen implementando, dando el peso e importancia que le corresponde a la gestión estratégica de mercadeo, ventas, servicio al cliente y relaciones con los clientes, llevando a que, profesionales de todas las áreas se dirijan hacia estas temáticas, para conocerlas y profundizar en su conocimiento, dado que han entendido que es desde

esta gestión donde se puede garantizar el logro de los resultados corporativos esperados, y desde luego, la permanencia y crecimiento mismo de la empresa en el mercado.

■ ESTRATEGIA METODOLÓGICA DE LOS DIPLOMADOS

- Estrategia pedagógica estructurada para adultos, que permite reconocer en cada uno de los participantes sus conocimientos y experiencias, orientándolas al cumplimiento de los objetivos propuestos en los diferentes módulos.
- Se propicia un espacio altamente participativo e interactivo, a partir de video foros, trabajos en grupo, lluvia de ideas, meta plan, análisis de casos, juego de simulación gerencial, etc., creando unos escenarios lúdicos que favorecen el proceso de enseñanza – aprendizaje.
- El desarrollo temático, totalmente personalizado, se va adecuando al nivel de conocimientos y dinamismo del grupo, el tipo de actividad productiva y los perfiles de clientes atendidos, estableciendo una guía y memoria aplicable de los aportes que se hagan, reconociendo la importancia de retroalimentar cada proceso estudiado, para verificar su avance e impacto.
- Se parte del criterio que todo evento de capacitación debe generar un doble beneficio: de una parte, debe ser útil en cuanto se constituya como un espacio de discusión y actualización académica, y en segunda medida, en cuanto los conocimientos compartidos sean aplicables de manera inmediata en la organización.

Proyecto Formación Gerencial



Estructura de los Diplomados

- Cada diplomado está programado con una duración de 120 horas.
- Cada diplomado consta de 6 cursos, con una intensidad horaria de 20 horas.
- Cada curso consta de 5 seminarios taller, con una intensidad horaria de 4 horas.

Horario

GRUPO 1

Jueves, Viernes y Sábado
de 8.00 a.m. a 12.00 m. y de 1.00 p.m. a 6.00 p.m.

Duración:

una vez al mes (Cuatro meses).

GRUPO 2

Viernes de 5:30 p.m. a 9:30 p.m.
Sábados de 7:00 a.m. a 1:00 p.m.

Duración:

12 semanas / 10 horas semanales (Tres meses)

	DIPLOMADO 1	DIPLOMADO 2	DIPLOMADO 3	DIPLOMADO 4
	GERENCIA ESTRATÉGICA DE MARKETING	GERENCIA ESTRATÉGICA DE VENTAS	GERENCIA ESTRATÉGICA DE SERVICIO AL CLIENTE	GERENCIA ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES
ACTITUDES	CURSO 1 Fundamentos de marketing.	CURSO 1 Perfil de competencias del vendedor.	CURSO 1 Factores actitudinales en el servicio al cliente.	CURSO 1 La empresa en función del cliente: la clientelización.
	CURSO 2 Composición y análisis de la estructura de mercado.	CURSO 2 Planeación de la gestión de ventas.	CURSO 2 Marco conceptual del servicio al cliente.	CURSO 2 Psicología y comportamiento del consumidor.
CONOCIMIENTO	CURSO 3 Estrategias de mercadeo y ventas.	CURSO 3 Reconceptualización del proceso de ventas.	CURSO 3 Servicio al cliente y procesos de fidelización de clientes.	CURSO 3 Marketing de bases de datos y microsegmentación.
	CURSO 4 Diseño mercadológico para la investigación de mercados.	CURSO 4 Estrategias de negociación en ventas.	CURSO 4 La matriz del servicio: paso a paso en el servicio al cliente.	CURSO 4 Marketing relacional y procesos de fidelización de clientes.
HABILIDADES	CURSO 5 Diseño e implementación del plan estratégico de marketing.	CURSO 5 Venta consultiva.	CURSO 5 Valores agregados en el servicio al cliente.	CURSO 5 Proceso de mercadeo directo integrado y comunicación con los clientes.
	CURSO 6 Tendencias y novedades en marketing.	CURSO 6 Dirección de la fuerza de ventas.	CURSO 6 Planeación y proceso de mejoramiento continuo en el servicio al cliente.	CURSO 6 Redes sociales y otras herramientas en internet para la fidelización de clientes.
	Certificación como MARKETING MANAGER	Certificación como SALES MANAGER	Certificación como SERVICE MANAGER	Certificación como RELATIONSHIP MANAGER