

# PACK DE NEGOCIOS



**UNIVERSIDAD  
DEL NORTE**

**Educación  
Continuada**

*Vigilada Mineducación*



**CECUnorte**

Mayores informes  
Teléfonos: (605) 3500922  
cec@uninorte.edu.co  
[www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada](http://www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada)

# DIPLOMADO EN GERENCIA COMERCIAL ESTRATÉGICA

## Justificación

La orientación comercial de las organizaciones es más que un requerimiento, una convicción para la competitividad de las empresas, comercializando su portafolio con base en la construcción de valor y generando experiencias que garanticen recompra.

La visión de los ejecutivos comerciales debe construir relaciones rentables con sus mercados, buscando diferenciarse no solo con el producto, sino con agregados que logren una posición única de marca y así lograr las metas de crecimiento empresarial.

El mundo de las organizaciones se mueve en un exigente terreno, en donde solo las mejores, acompañadas de equipos de alto rendimiento y líderes comerciales que desafíen las diferentes situaciones, alcanzan ritmos de crecimientos con su mercado y acorde a sus objetivos, este programa desarrolla las habilidades para alcanzar con éxito la dirección comercial estratégica de las compañías.

## Dirigido a:

Profesionales de diferentes áreas que por su trabajo tienen que desarrollar actividades comerciales, gerentes de ventas, directores comerciales, supervisores de ventas, ejecutivos de ventas, emprendedores, empresarios y todos aquellos que requieran mejorar sus resultados en ventas.

## Resultados de aprendizaje

- Estar en capacidad de conocer las diferentes variables del área comercial para plantear estrategias de crecimiento en los diferentes sectores de la sociedad
- Enfrentar con éxito las diferentes circunstancias y problemáticas típicas del área comercial, para el logro de los objetivos empresariales
- Aprovechar eficientemente todas las herramientas, apoyos, presupuestos y posibilidades con que se cuenta en las organizaciones para plantear, desarrollar y ejecutar actividades comerciales.
- Guiar con éxito equipos de ventas en la construcción de relaciones comerciales en los mercados en que se participe
- Dirigir, motivar, persuadir, controlar y potencializar equipos comerciales, frente a las diferentes circunstancias del mercado.
- Entender el área comercial como parte de la organización, la cual requiere y apoya al resto de la empresa.
- Conocer el entorno y sus variables que afectan el modelo de negocio en el cual se desarrolla.

## Duración del programa

90 HORAS

# Metodología

Presentación práctica de los temas con ejemplos y ejercicios actuales que construyan una cultura comercial.

Generar espacios de discusión alrededor de lecturas y elementos novedosos investigados por los conferencistas y participantes

Los talleres serán desarrollados mediante juegos de roles tomando como base proyectos reales de los participantes.

## Contenido

### MÓDULO I DESARROLLO DE LA VISIÓN COMERCIAL

#### OBJETIVOS

Generar visión en la gestión comercial y analizar su importancia en las relaciones con los demás departamentos de la organización y su relevancia frente al mercado que se enfrenta.

#### Temas

- El área comercial y su contexto estratégico
- La visión y evolución de los mercados
- Factores estratégicos del análisis del entorno
- Las clases de futuros y su planeación
- Prospectación y perspectiva
- Construcción de valor
- Análisis de la competencia

### MODULO II MARKETING ESTRATÉGICO

#### OBJETIVO

Desarrollar todos los conceptos estratégicos de marketing, para forjar líderes comerciales, que se basen en la construcción de valor como fundamento de consumo y generación de fidelidad

#### Temas

- Los argumentos de la venta como soporte de Mercadeo
- Factores de éxito en marketing:
- Marca, posicionamiento segmentación
- Diferenciación y construcción del valor del portafolio de productos
- Desarrollo del portafolio de productos
- Comunicación estratégica
- Impacto y activación
- Analógica
- Digital
- Innovación comercial

### MODULO III VENTA ESTRATÉGICA

#### OBJETIVO

Recorrer los diferentes componentes del proceso de ventas, para entender los contactos con el cliente y así lograr mejorar los resultados de ventas y sus relaciones con el cliente

#### Temas

- Pensamiento estratégico del vendedor
- Ayudar a comprar
- Facilitadores de compra
- Proceso de ventas
- Administración de la venta
- Contactos y presentaciones efectivas
- Seguimiento y Cx
- Coaching al vendedor
- Planificación de la venta
- Control y desarrollo de la fuerza de ventas
- Administración del cliente
- Profundización del cliente
- Clases y manejo
- Contactos efectivos
- Preguntas inteligentes
- Manejo de las objeciones
- Acuerdos de ventas

## **MÓDULO IV** DIRECCIÓN DE VENTAS

### OBJETIVO

Entregar al participante herramientas para plantear, administrar, orientar, controlar y dirigir estrategias comerciales y su forma de llevarlas desde el interior de la empresa hasta el mercado.

### Temas

- Presupuestos de ventas
- Métricas de ventas
- Variables de la comunicación estratégica
- Aumento de la productividad en las relaciones comerciales
- Formación
- Protocolos de ventas
- Objeciones de ventas
- Clínicas de ventas

## **MÓDULO V** NEGOCIACIÓN COMERCIAL

### OBJETIVO

Desarrollar las habilidades y el conocimiento de las técnicas en el proceso de negociación comercial

### Temas

- El marco de la negociación
- Desarrollo de las variables para negociar
- Clases de negociación
- El arte de comunicar
- El premio de la negociación: La recompra
- Modelos de negociación

## **MODULO VI** HABILIDADES GERENCIALES

### Objetivo

Crear en los participantes una estructura gerencial en la toma de decisiones y la dirección con éxito de las empresas

### Temas

- Competitividad
- Cambio
- Equipos de alto rendimiento
- Gerenciamiento eficaz
- Coaching comercial

## **MODULO VII** GERENCIA COMERCIAL ESTRATÉGICA

### Objetivo

Profundizar en los diferentes escenarios de la economía de mercados, para entender y poder plantear estrategias comerciales que mejores los resultados en ventas.

### Temas

- Objetivo comercial
- Generación de consumo
- Recompra
- Valores agregados de a ventas
- Estrategias de venta
- Construcción de clientes

# Experto facilitador

## Iván Moya Jiménez

MBA en Gestión de Marketing, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Administrador de Empresas, con estudios de alta gerencia en Mercadeo, Ventas y Servicio en E.E.U.U, Francia, Brasil y Argentina.

Ha sido Presidente del Grupo ECON para América Latina, miembro de la junta directiva, de ACEC, Laboratorios Provet, Grupo Econ, Biochen, Gerente de Mercadeo para el área Andina y del Caribe de Sanofi Winthrop grupo Francés, Gerente de mercadeo en Biochen Farmacéutica, Product Manager en Producto Roche Suiza y Colombia, Gerente de Planeación y Mercadeo en Abbott Laboratorios, Asesor de PROEXPORT en Merchandising, para los exportadores, Vicepresidente de Mercadeo de la Asociación Colombiana de Ejecutivos Comerciales.

Ha sido conferencista y consultor en diferentes empresas entre otras: ANDI Camara de Arroz, Roa, Diana, Flor Huila, Agrícola de seguros, Bolívar, Pfizer, Conalvidrios, Compañía Nacional de Chocolates, Procter and Gamble, Unilever, Colgate Palmolive, 3 M, Hoeschet, Provet, I.S.S. Fondo Nacional del Notariado, I.B.M., American Air Lines.

Es profesor invitado a Maestrías y Postgrados de las Universidades: Javeriana, Nacional de Colombia, Sabana, CESA, Xochicalco en Tijuana y Mexicali, México, ADEN en Argentina, Panamá, Ecuador, Costa Rica, San Salvador, Honduras.

Fue reconocido como el mejor profesor de Postgrados de la U. Jorge Tadeo Lozano, en el periodo 2003, mejor profesor del MBA en la U de Xochicalco, Mexicali, 2018. Autor del libro: "Pídalo" y "Gestión de Ventas" y numerosos artículos para revistas nacionales e internacionales.



# FINANZAS PARA NO FINANCIEROS

## Justificación

Este programa, orientará a los participantes en el manejo financiero básico para poder enfrentar y resolver de forma apropiada los problemas que a diario se presentan en la administración financiera de los negocios.

## Metodología

El programa se desarrollará combinando las exposiciones del conferencista con la participación activa de los asistentes en la solución de casos y ejemplificación de las experiencias vividas en sus negocios. Cada asistente al curso deberá traer una calculadora financiera, requisito indispensable para obtener el máximo beneficio del programa. Se sugieren los siguientes modelos: Hewlett packard 17BII ó 19BII ó Casio FC 100 ó FC 200.

## Resultados de aprendizaje

Conocer las herramientas y la metodología para gerenciar los recursos financieros con base en un sistema de monitoreo de indicadores y un control efectivo del costo.

## Duración del programa

40 Horas

## Dirigido a:

Ingenieros, Administradores, Médicos y demás profesionales que, sin estar desempeñándose directamente en cargos relacionados con las finanzas, requieren adquirir conocimientos básicos en el área financiera que les permitan tomar decisiones más objetivas en la labor que ejercen.



# Contenido

## MÓDULO 1. Conceptos fundamentales de la administración financiera

- Objetivo Básico Financiero
- Metas y funciones de la Gerencia Financiera
- Pautas de quiebra y tipos de Dirección
- Manejo del Activo y su estructura, Pasivo y Patrimonio
- El Capital Propio. Factores que lo influyen
- El Mercado Financiero como fuente
- La Autofinanciación

## MÓDULO 2. Manejo de la Información Financiera

- La Información Necesaria
- Principios Básicos de la Contabilidad
- Estados Financieros Básicos
- Los sistemas de costeo: Absorción y Variable
- Uso gerencial de los conceptos del Margen de Contribución y Punto de Equilibrio
- Diagnóstico financiero por intermedio de índices

## MÓDULO 3. Proyecciones Financieras, Planeación y Control

- Modelo de Planeación Estratégica
- Presupuestos
- Análisis del Flujo de Caja: FCL
- Sistema de creación de valor
- Apalancamiento Operativo y financiero
- Costo de Capital

## MÓDULO 4. Matemáticas Financieras Básicas

- Conceptualización General
- Interés Simple y Compuesto
- Valor Presente, Futuro y series uniformes
- Interés Efectivo, Interés Nominal, Período de Pago, Período de Capitalización, Interés Vencido, Interés Anticipado, Tasas Combinadas, Tasas Mixtas
- Tipos de Préstamos del Mercado Financiero

## Experto facilitador

### ALFREDO BORRERO PAEZ

Ingeniero Industrial, Universidad del Norte. Minor en Gestión de proyectos de Ingeniería, Universidad del Norte. Especialización en Administración Financiera, Universidad del Norte. Diplomado en Finanzas Avanzadas, Universidad del Norte. Maestría en Administración con énfasis en Investigación, Universidad del Norte. Catedrático de los programas de Ingeniería Industrial y Administración de Empresas, y Docente de postgrados de la Universidad del Norte. Amplia experiencia como consultor.



# CURSO DE EXPRESIÓN ORAL: COMUNICACIÓN AS ERTIVA EN ESPACIOS DE ORALIDAD

## Justificación

En la sociedad actual, la capacidad de expresar nuestras ideas y pensamientos de manera oral ha cobrado especial relevancia, pues ser asertivo con nuestras palabras puede hacer la diferencia entre lograr el objetivo propuesto o no.

El presente curso busca otorgarles a los participantes, herramientas para lograr una comunicación positiva en espacios donde se requieren resultados óptimos. Este curso ayudará a identificar qué es la asertividad y cómo ponerla en práctica, ya que saber la expresión oral no solo se centra en transmitir una idea, sino es también estar abierto a las ideas de otros y a la manera cómo los demás tienen de expresarlas.

## Metodología

- Juegos de rol
- Talleres prácticos
- Elaboración de videos
- Análisis de videos

## Resultados de aprendizaje

Identificar qué es la comunicación asertiva por medio de ejercicios prácticos.

Desarrollar estrategias para mantener una comunicación asertiva en espacios laborales, académicos y personales a través de actividades diseñadas para ello.

Establecer diálogos reflexivos para reconocer esos momentos donde se puede ser asertivo.

## Dirigido a:

Público en general interesado en elaborar presentaciones orales eficientes.

## Duración del programa

16 HORAS





## Experto facilitador

### Contenido

- Aspectos de la comunicación
- ¿Qué es la comunicación asertiva?
- El lenguaje corporal
- Talleres prácticos

### MARÍA ALEJANDRAARIAS MURILLO

María Alejandra Arias es profesora de español y Literatura con una formación inicial en Estudios Literarios y una maestría en Educación cuyo énfasis se centró en la didáctica del lenguaje, ambos de la Universidad Javeriana. Es una persona apasionada por la lectura, el cine y la buena música. Se ha inclinado por la enseñanza del idioma español y el buen uso de éste (oral y escrito), por ello imparte las clases de Competencias Comunicativas I, Expresión Oral y Ficción y Géneros Populares en la Universidad del Norte. Dentro de sus intereses se destacan la historia, la filosofía, la música y el arte.