



Programa en Habilidades Gerenciales + Gestión Comercial y Ventas (Doble Certificación)

Potenciando conocimientos y competencias para agregar valor a la organización

Certificado por la Universidad de los Andes Colombia

▶ Programas de Executive Education

La Universidad de los Andes es una institución autónoma, independiente e innovadora que propicia el pluralismo, la tolerancia y el respeto de las ideas; que busca la excelencia académica e imparte a sus estudiantes una formación crítica y ética para afianzar en ellos la conciencia de sus responsabilidades sociales y cívicas, así como su compromiso con el entorno.

La Facultad de Administración de la Universidad de los Andes tiene por objetivo formar líderes de alto nivel con enfoque internacional, y pertenece al selecto 1% de las Escuelas de Negocios en el mundo que cuentan con la Triple Corona.

Nuestra oferta académica incluye programas y cursos de negocios en modalidad virtual más clases en vivo, los cuales han sido desarrollados con toda la calidad y excelencia académica de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, Colombia, e impartidos con la flexibilidad de eClass. Las clases son dictadas por un cuerpo académico del más alto prestigio y la plataforma online te permite estudiar donde quieras y en el momento que elijas.



*Programa en Habilidades Gerenciales +
Gestión Comercial y Ventas (Doble
Certificación)*

► Objetivos generales

En la actualidad, las organizaciones deben preocuparse tanto de la formación como del desempeño de sus equipos, por lo que adquirir conocimientos y herramientas en diversas materias tales como trabajo en equipo, liderazgo, ventas y negociación, entre otras, se torna fundamental a la hora de generar una estrategia competitiva. Durante el transcurso de este programa de doble titulación, el alumno podrá identificar y analizar las principales variables que inciden en la toma de decisiones y en los cambios al interior de la organización. Asimismo se entregarán herramientas para potenciar las habilidades comerciales y de venta para lograr así una combinación que asegure el éxito de la empresa. Es indudable que hoy se necesitan líderes y equipos con la formación necesaria para entregar valor en sus puestos de trabajo, y finalmente hacer de su organización una más competitiva dentro del mercado cambiante.

► A quién está dirigido?

Este programa está dirigido a colaboradores, profesionales y ejecutivos que se desempeñen en diversas áreas de la empresa y que buscan mejorar sus capacidades personales, profesionales y comerciales, para así incrementar la productividad de la empresa.

► Cursos del Programa

Liderazgo

El desafío de adaptarse a tiempo

Negociación

La habilidad de lograr un eficiente acuerdo

Comunicación efectiva

Potenciando habilidades relacionales

Trabajo en equipo

Integrando habilidades colaborativas

Fundamentos del Marketing

Generando estrategias para enfrentar nuevos mercados.

Gestión de ventas

De la venta confrontacional a la venta racional

Orientación al Cliente

Apostando por la completa satisfacción

Liderazgo

El desafío de adaptarse a tiempo

► Descripción

Los líderes deben encontrar la forma de enfrentar los diversos cambios a los que están expuestos día a día, siendo capaces de adaptarse a éstos y guiar a que otros también lo hagan. Esto representa un enorme desafío para todas aquellas personas que lideran equipos de trabajo y que tienen la responsabilidad de conducir a sus grupos hacia la asimilación y aceptación de los procesos de cambio al interior de sus organizaciones.

Este curso está diseñado para que los alumnos comprendan la dinámica de esos cambios, entendiendo el liderazgo como una elección personal. Así, un líder no se forma en cuanto a su personalidad sino que lo hace según la situación en la que se encuentre, actitud que se traslada al equipo que dirige, siendo una característica clave de todo buen líder el saber aplicar el liderazgo adecuado en el momento oportuno.

Ante esto, resulta crucial comprender la importancia del líder dentro de los grupos sociales, identificar su misión a nivel organizacional y sus diferentes características que lo definen como modelo a seguir. Por eso, un buen liderazgo implica desarrollar habilidades perceptivas como saber escuchar y habilidades de adaptabilidad. Pues no es lo mismo liderar en tiempos de crisis, tensión y presión, que en tiempos de calma, organización y armonía.

▶ ¿Qué aprenderás?

1. Adquirirás un conocimiento profundo de los principios fundamentales del liderazgo y la importancia de las emociones en el trabajo.
2. Reflexionarás sobre los nuevos paradigmas de liderazgo, identificando las características esenciales del mismo y el efecto espiral que atrae la positividad en los equipos.
3. Comprenderás la relevancia de la confianza en los nuevos liderazgos y cómo aplicarla para potenciar la cohesión y eficacia de los equipos de trabajo.
4. Desarrollarás tu Inteligencia Emocional y aprenderás a ejercitar y encarnar diversos estilos de liderazgo, adaptándolos a las situaciones que se presenten.
5. Aprenderás a liderar de acuerdo a los cambios, a través del Liderazgo Adaptativo, Appreciativo y Redárquico, y a tomar decisiones éticas en el liderazgo.

Este curso te proporcionará las habilidades y conocimientos necesarios para convertirte en un líder efectivo y auténtico, capaz de guiar a tu equipo hacia el éxito. Te invitamos a unirse a nosotros para potenciar tu desarrollo profesional y personal.

▶ Contenidos del curso

Unidad 1	¿Qué se entiende por Liderazgo?
Unidad 2	El poder de las emociones positivas
Unidad 3	La confianza, piedra angular de la empresa emergente
Unidad 4	El liderazgo asertivo
Unidad 5	Modelos de Líder para estos tiempos
Unidad 6	Cultivando la autenticidad en un liderazgo con sentido

► Cuerpo Docente



Juan Ricardo Morales Espinel

Ph.D. en Ciencias y Ms.C. en Ciencias Oceánicas, Instituto Vniro, Moscú (Rusia); Especialización en Gestión Tecnológica, Universidad de Sao Paulo; Ingeniero Industrial, Universidad de Astrakhan (Rusia). Alta Dirección en Gestión Humana, Universidad de los Andes. Actualmente es conferencista del Centro de Educación Ejecutiva de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.

Negociación

La habilidad de lograr un eficiente acuerdo

► Descripción

En la actualidad, han quedado atrás las técnicas tradicionales de negociación que se basaban en modelos gana-pierde, posiciones-intereses o el famoso suma cero. El problema era que estas perspectivas no consideraban los temas contingentes al siglo XXI, donde las grandes empresas, gobiernos e instituciones deben utilizar códigos que logren integrar todas las visiones que encarna la condición moderna.

El curso de Negociación indaga sobre estas problemáticas, considerando factores como el avance de la tecnología, el nuevo escenario de servicios y su gran complejidad, como también el considerable aumento de la competencia, donde es fundamental replantear las técnicas que nos permiten llegar a acuerdos exitosos. Para lograr este propósito es necesario enfocarse en la capacidad comunicacional de los agentes involucrados en la negociación, en las relaciones interpersonales, así como lograr eficazmente anticiparse a los requerimientos de nuestra contraparte.

De esta forma, el saber escuchar, entender las necesidades del otro y buscar acuerdos que beneficien a todos los involucrados es la tarea primordial del negociador de la era de la globalización, donde el objetivo más importante es lograr un cierre o convenio donde se satisfagan las exigencias y se logre un nivel de confianza que permita una relación a largo plazo.

▶ ¿Qué aprenderás?

1. Aprenderán a entender qué es la negociación y cómo identificar las etapas de su proceso, así como los desafíos que presenta.
 2. Adquirirán habilidades de comunicación verbal y no verbal para una negociación exitosa, y conocerán los factores que permiten entablar una comunicación no violenta en la negociación.
 3. Comprenderán el rol del poder en una negociación, identificando qué factores nos otorgan poder y cuáles son las fuentes de poder.
 4. Conocerán y aplicarán las distintas estrategias de negociación que existen para alcanzar un acuerdo, identificando las características y estrategias de dos tipos de negociación: competitiva y colaborativa.
 5. Finalmente, aprenderán a identificar y poner en práctica las técnicas de interacción entre negociadores para un buen cierre, reconociendo las etapas del cierre de una negociación y el rol del negociador para un cierre exitoso.
- Este curso es una excelente oportunidad para mejorar sus habilidades de negociación y aumentar su eficacia en el entorno laboral. Les invitamos a unirse a nosotros en este emocionante viaje de aprendizaje.

▶ Contenidos del curso

Unidad 1	Qué es ser un negociador y cuál es la función de la negociación
Unidad 2	La construcción de conversaciones en la negociación
Unidad 3	El rol del poder en la negociación
Unidad 4	Estrategias de negociación
Unidad 5	Las técnicas de un buen negociador
Unidad 6	El cierre de la negociación

► Cuerpo Docente



Anamaría Mendieta Tobón

Abogada, Universidad de los Andes. Consultora en negociación y manejo de conflictos para empresas y organizaciones que incluyen procesos comunitarios, procesos de relación con sindicatos, procesos de capacitación– acompañamiento y desarrollo de modelos para fuerzas comerciales, procesos de resolución de conflictos y de fortalecimiento de equipos para comités directivos y gerenciales.

Comunicación efectiva

Potenciando habilidades relacionales

► Descripción

La comunicación posee un papel crucial en las relaciones interpersonales en general y en especial al interior de una organización, pues ésta es concebida como una "red conversacional". Por lo tanto, a través de la calidad de las conversaciones que se sostienen en una empresa o entidad es posible determinar la forma como ésta trabaja y los resultados esperables de su gestión.

Con frecuencia, se señala que la comunicación efectiva es una "metacompetencia", es decir una competencia que cruza muchos ámbitos del comportamiento y la relación individual y grupal. Sin embargo, los esfuerzos que las personas, los líderes y los equipos realizan por tratar de mantener la comunicación en un nivel alto de efectividad resultan a menudo infructuosos, especialmente si no identifican con claridad las variables que intervienen en ella o no se aplican técnicas en la práctica diaria que contribuyan a su mejoramiento.

En una visión sistémica del proceso de comunicación será necesario considerar no sólo el lenguaje verbal con toda su carga de significado, sino lo no verbal, cuerpo y emoción, como parte de una triada siempre presente que nos avisa que "todo comunica". Pero aún hay más, la relación con el mundo y con los demás está sujeta a interpretación según el observador que somos, determinando en última instancia, nuestro accionar.

▶ ¿Qué aprenderás?

1. Comprenderán la relevancia de la comunicación en las relaciones interpersonales y en la gestión de las organizaciones, identificando los principales componentes de todo proceso comunicacional.
 2. Aprenderán sobre la triada de la percepción, el lenguaje y la emoción, y cómo estos factores influyen en la efectividad de la comunicación.
 3. Aplicarán técnicas como la escucha activa y la retroalimentación asertiva, para mejorar su capacidad de diálogo y superar las barreras que obstaculizan la comunicación.
 4. Identificarán las bases comunicacionales de los conflictos interpersonales y en la organización, y aprenderán estrategias de solución centradas en el diálogo y las conversaciones.
 5. Desarrollarán habilidades de liderazgo comunicacional, aplicando técnicas para el desarrollo de colaboradores y equipos de trabajo, y comunicando ideas con impacto.
- Este curso es una oportunidad única para mejorar sus habilidades de comunicación y convertirse en un líder más efectivo. ¡Inscríbase hoy y comience a transformar su vida laboral!

▶ Contenidos del curso

Unidad 1	La comunicación como factor clave en las relaciones interpersonales y en las organizaciones
Unidad 2	Percepción, lenguaje y emoción
Unidad 3	Técnicas esenciales para una comunicación efectiva
Unidad 4	Comunicación asertiva, cambio y resolución de conflictos
Unidad 5	El líder como comunicador efectivo
Unidad 6	Conversación para innovar

▶ Cuerpo Docente



Ingrid Marcela León Díaz

Psicóloga, PhD en Gestalt Therapy, Maestría en Comunicación no verbal y detección de la mentira. Especialista en Resolución de Conflictos, áreas de desarrollo entrenamiento y formación, implementación y acompañamiento en proyectos de transformación en diversos niveles organizacionales. Docente de pregrado y postgrado en programas corporativos y educación ejecutiva, Universidad de los Andes.

Trabajo en equipo

Integrando habilidades colaborativas

► Descripción

El trabajo en equipo tiene una primera dimensión relacionada con aquellas pautas de comportamiento que una persona debe tener para lograr trabajar colaborativamente. En este contexto, se hace énfasis en los tipos de comportamientos deseables, actitudes y habilidades necesarias para alcanzarlo.

Por otra parte, la segunda dimensión del trabajo en equipo tiene relación con una metodología que ayuda a conformar un equipo de personas a las que se les ha encomendado la realización de un reto o proyecto muy exigente. En este caso, el abordaje es mediante la adecuada comprensión de qué es un equipo, sus características, sus etapas de desarrollo, sus problemas y sus aciertos.

El curso de Trabajo en Equipo pretende dar a conocer estas dos dimensiones con el objetivo que el alumno obtenga un panorama completo de lo que implica, por una parte, trabajar colaborativamente y, por otra, conformar un equipo que aspira al alto desempeño. Todo ello enmarcado en los desafíos que se presentan en los contextos actuales, donde además del cumplimiento de metas, los equipos se deben adecuar a las nuevas formas de hacerlo, como por ejemplo el teletrabajo, y los retos que se dan dentro de ellas.

▶ ¿Qué aprenderás?

- 1) Identificación de las características y habilidades fundamentales para el trabajo en equipo en los contextos actuales, incluyendo el reconocimiento de los distintos roles que pueden desempeñar los miembros de un equipo.
 - 2) Diferenciación entre grupos de trabajo y equipos de trabajo, así como identificación de los tipos de equipos más utilizados y las claves para conformar y proyectar un buen equipo.
 - 3) Conocimiento de los procesos para establecer un contrato de equipo y de los elementos básicos que debe contener este tipo de documento, además de las ventajas que aporta en el proceso de trabajo.
 - 4) Identificación de los procesos de evolución de los equipos y de las etapas de desarrollo, con énfasis en los elementos fundamentales de cada etapa y su importancia en el desarrollo del equipo.
 - 5) Gestión exitosa del conflicto al interior de un equipo, incluyendo la identificación de problemas comunes y sus posibles soluciones, así como el reconocimiento de las claves para tener equipos de alto rendimiento.
- ¡No pierdas la oportunidad de unirse a este curso y mejorar tus habilidades de trabajo en equipo! Te proporcionaremos las herramientas necesarias para mejorar la eficiencia y eficacia de tus equipos, independientemente del contexto en el que te encuentres.

▶ Contenidos del curso

- | | |
|-----------------|---|
| Unidad 1 | El trabajo en equipo: qué es y cómo se adapta a distintos contextos |
| Unidad 2 | ¿Qué es un equipo y cuáles son las "reglas del juego"? |
| Unidad 3 | ¿Qué es el contrato de trabajo? |
| Unidad 4 | Evolución de los equipos y fases de desarrollo |
| Unidad 5 | Problemas que enfrentan los equipos |
| Unidad 6 | Equipos de alto desempeño |

▶ Cuerpo Docente



Ingrid Marcela León Díaz

Psicóloga, PhD en Gestalt Therapy, Maestría en Comunicación no verbal y detección de la mentira. Especialista en Resolución de Conflictos, áreas de desarrollo entrenamiento y formación, implementación y acompañamiento en proyectos de transformación en diversos niveles organizacionales. Docente de pregrado y postgrado en programas corporativos y educación ejecutiva, Universidad de los Andes.

Fundamentos del Marketing

Generando estrategias para enfrentar nuevos mercados.

► Descripción

El entorno en el que nos posicionamos cambia y evoluciona constantemente. Es por ello que el éxito de nuestra empresa dependerá de nuestra capacidad de adaptación. Y en esa línea, el rol del marketing estratégico debe ser el anticiparse e ir más rápido que las necesidades de los consumidores.

El marketing tradicional que buscaba satisfacer a los consumidores, más rápido y más barato que la competencia, dando respuestas a los gustos de los clientes, ya no es suficiente.

Hoy, debido a la complejidad de los productos que ofrece el mercado, para ser líderes debemos asumir el desafío de enseñar a los clientes sobre aquello que realmente desean.

En este sentido, el manejo de información de los clientes es vital, pues permite ser capaz de anticiparse a sus necesidades e incluso, generar ofertas que creen nuevos requerimientos. Es por ello que en este curso, se enseñan técnicas que permiten conseguir información y profundizar en la relación con los clientes.

De esta forma, el objetivo del curso es conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de marketing que esté alineado con los

▶ ¿Qué aprenderás?

1. Aprenderán qué es el Marketing Estratégico y sus componentes, así como la documentación de este a través del Plan de Marketing. Entenderán su importancia y criticidad para el éxito de los negocios.
2. Descubrirán qué es y cómo se diseña una propuesta de valor, y su relevancia en la era digital. Aprenderán cómo una propuesta de valor online puede ayudar a centrarse en el cliente.
3. Comprenderán la importancia de una adecuada estrategia de producto en el marketing de una empresa, cómo las marcas generan un posicionamiento en la mente del consumidor y cómo se construye la gestión de marca en el mundo digital.
4. Conocerán qué es y en qué consiste una estrategia de Pricing, las estrategias de pricing modernas, estrategias de Omnicanalidad y Multicanalidad y cómo aplicar acciones de omnicanalidad en el negocio.
5. Aprenderán qué es el marketing digital y sus beneficios, los pasos para el proceso de diseño e implementación de una estrategia de Marketing Digital y los principales canales utilizados actualmente en Marketing Digital. Además, comprenderán qué es la fidelización de clientes y sus beneficios, cómo identificar indicadores de lealtad del cliente y cómo aplicar estrategias de fidelización en una empresa y en puntos de contactos digitales. Te invitamos a unirse a este curso para mejorar tus habilidades y ser un profesional más completo.

▶ Contenidos del curso

Unidad 1	Marketing Estratégico: Base fundamental para un plan de Marketing exitoso
Unidad 2	Propuesta de valor para un consumidor más digital
Unidad 3	Estrategias de marca y producto para los desafíos actuales
Unidad 4	Precio y muticanalidad: alineación con la estrategia
Unidad 5	Marketing digital: el camino para la interacción continua con el cliente
Unidad 6	Fidelización de clientes al largo plazo

► Cuerpo Docente



Jaime Eduardo Marin Galvez

Magíster en Mercadeo de la Universidad de los Andes con experiencia de más de diez años en el campo del Marketing, comercial y las comunicaciones, y siete de ellos en el sector educativo. Con alto conocimiento en desarrollo y ejecución de estrategias de marketing y comunicación, al igual que de estrategias comerciales y de ventas velando por el cumplimiento de objetivos estratégicos de la organización. Además con capacidad para gestionar y administrar eficientemente unidades de negocio en todos su frentes: estratégico, operativo, logístico, financiero y de control, lo que permite una toma de decisiones más asertivas.

Gestión de ventas

De la venta confrontacional a la venta racional

► Descripción

Las empresas hoy en día se están enfrentando a una competencia altamente agresiva, con clientes mejor informados y con la presencia de un sinnúmero de productos que satisfacen hasta las necesidades y requerimientos más extraños.

Es por esto que los ejecutivos que se desempeñan en las áreas de ventas, así como aquellos que se encuentran en la alta dirección organizacional, han detectado la importancia de comprender a cabalidad a sus clientes, sus motivaciones y las necesidades que los mueven a actuar de determinada manera. Es así como un adecuado conocimiento del proceso de ventas y de las técnicas de ventas que lograrán llevar el producto a los hogares de los consumidores es clave para que las organizaciones puedan competir y alcanzar mejores resultados en las industrias y sociedades donde se encuentran insertas.

En esta línea, el objetivo de este curso es que los alumnos puedan comprender cómo mejorar el rendimiento de los equipos de venta al interior de las organizaciones, a través de una mirada estratégica de la venta, pero a su vez a través de una mirada práctica de la misma, contribuyendo a la creación de valor para la compañía, para los clientes y para los accionistas. En definitiva, este curso contribuirá a que el alumno se desempeñe mejor en sus funciones relacionadas con el área de ventas y ayudará a tener una mirada más centrada en el cliente, en sus necesidades y en cómo abordarlo para tener éxito en el proceso de la compra-venta.

▶ ¿Qué aprenderás?

1. Comprenderán el concepto de venta y aprenderán a identificar los diversos tipos de ventas, reconociendo los elementos básicos del proceso de venta y sus etapas.
2. Aprenderán a ampliar la información sobre los clientes actuales y potenciales, identificando las estrategias que utilizan los compradores. También conocerán la relación que existe entre la pirámide de las necesidades de Maslow y las ventas.
3. Adquirirán habilidades para preparar el primer contacto con el cliente, comprendiendo la importancia de la comunicación asertiva para ganarse su confianza. Aprenderán a captar el estilo comunicativo de los clientes.
4. Pondrán en práctica estrategias para negociar con clientes, aprenderán a argumentar en una negociación y a convertir la venta en una solución para el cliente. Identificarán los errores frecuentes que los vendedores cometen a la hora de concretar la venta.
5. Conocerán los tipos y técnicas de cierre de ventas y aplicarán recomendaciones para concretar un cierre con los clientes. Identificarán las señales verbales y no verbales que indican una posibilidad de cierre. Comprenderán el aporte de Internet para los negocios y en especial para vender, y pondrán en práctica estrategias y herramientas para mantener y profundizar la relación con los clientes.

No dejen pasar esta oportunidad única para mejorar sus habilidades de venta y llevar su carrera al siguiente nivel. ¡Los esperamos en el curso!

▶ Contenidos del curso

Unidad 1	¿Qué es la venta?
Unidad 2	Estrategia del consumidor y sus necesidades
Unidad 3	Preparando la entrevista de ventas y nuestra comunicación con el cliente
Unidad 4	Negociando con el cliente
Unidad 5	Concreción de la venta
Unidad 6	La venta en la era digital

► Cuerpo Docente



Daniel Rojas Murcia

Administrador de Empresas, especializado en Mercadeo con Magíster en Administración (MBA), bilingüe, con experiencia de más de 15 años en Gerencia de Mercadeo, Marca, Producto, Ventas, Áreas Comerciales y Canales de Distribución. Sólido conocimiento en el diseño, desarrollo y ejecución de planes estratégicos de Mercadeo, así como también en el desarrollo de nuevos canales de distribución. Orientado a la generación de demanda, administración de presupuestos y de la relación con agencias de medios y de publicidad. Vocero autorizado para medios de comunicación. Competencias en liderazgo, relaciones personales, toma de decisiones y orientado al logro. Fortaleza y habilidad en el trabajo en equipo, comunicación oral y escrita.

Orientación al Cliente

Apostando por la completa satisfacción

► Descripción

En el vertiginoso mundo actual de los negocios, la Orientación al Cliente se esboza como una de las estrategias más atractivas para que una empresa otorgue un valor agregado y se mantenga vigente. De este modo, no sólo se trata de llegar al público objetivo, sino de enfocar todos los esfuerzos en función de las expectativas y necesidades de los clientes.

Es por esto que uno de los objetivos más importantes de este curso es aportar herramientas y estrategias que permitan gestionar efectivamente un vuelco organizacional de la empresa hacia la Orientación al Cliente. En la actualidad todas las empresas son de servicios por lo que si no existe una preocupación importante con respecto a las necesidades de los consumidores, la compañía se quedará en el pasado en la carrera de alcanzar rentabilidad en el mercado moderno. De esta forma, es sumamente importante un cambio de paradigma hacia el cliente que considere la alta competencia del mundo de hoy.

Ante este panorama, la Orientación al Cliente corresponde a un modelo que cada vez más empresas están adoptando para ofrecer un valor agregado a los clientes. Asimismo constituye una estrategia corporativa fundamental para enfrentar las nuevas exigencias de los consumidores, para así sobrellevar de mejor forma la compleja estructura de las compañías del futuro.

▶ ¿Qué aprenderás?

1. Entenderás diversas orientaciones empresariales en el mercado y cómo cambiar tu organización hacia un enfoque centrado en el cliente.
 2. Aprenderás a distinguir entre cliente, consumidor y usuario, y a aplicar estrategias para orientar el cambio hacia el cliente.
 3. Conocerás las fases del Ciclo de Compromisos y cómo el Neuromarketing influencia la decisión de compra de los consumidores.
 4. Adquirirás habilidad para diferenciar y aplicar estrategias de Marketing en el comercio digital, con enfoque en la Omnicanalidad, y a distinguir entre Imagen e Identidad Corporativa.
 5. Finalmente, aprenderás a gestionar quejas de clientes según normativa internacional, y a aplicar métricas de rentabilidad y satisfacción para mejorar la orientación al cliente.
- No pierdas la oportunidad de potenciar tus habilidades y mejorar tu rendimiento laboral. Únete a nuestro curso y conviértete en un profesional del Marketing de éxito.

▶ Contenidos del curso

Unidad 1	El cliente como motor de la empresa
Unidad 2	Con la orientación al cliente en el ADN de la organización
Unidad 3	Conocer al Cliente: Fundamento en la creación de conexiones
Unidad 4	Satisfacción y Retención: beneficios de la Orientación al Cliente
Unidad 5	¿Cómo atender a los clientes y gestionar las quejas?
Unidad 6	Indicadores de resultados: Métricas sobre el cliente

► Cuerpo Docente



Jose Ricardo Franco Mojica

Psicólogo y Publicista, Magíster en Antropología Social, especializado en Psicología del Consumidor y en Derecho de la Competencia y del Consumo, con estudios de postgrado en Gerencia de Mercadeo, Sistemas Motivacionales en el Comportamiento Humano; y en Creatividad y Lenguaje de los Medios. Actualmente es consultor en estrategia de mercadeo y publicitaria, y en Neuromarketing y Neurobranding. Profesor en el posgrado de Inteligencia de Mercados de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, y profesor de la Maestría en Marketing del CESA en Bogotá. Invitado a dictar conferencias a nivel internacional.



Modalidades de estudio

El programa se compone de 7 cursos en la modalidad de estudio Virtual.
El curso consta de 6 unidades online. Cada curso tendrá dos (2) clases virtuales prácticas, para que se conecten desde el lugar que elijan.
La duración de nuestros programas es entre 8 meses aproximadamente.



Valor

-Costo de inversión Programa: \$8.590.000
-Costo de inversión Curso: \$1.500.000



Formas de pago

-Depósito/consignación, PayU, tarjetas de crédito y débito.
-Suscripción de cuotas a través de PayU.
-Pago empresa: Factura (crédito 30 días).



Requisitos

Los requisitos para acceder al programa son:
-Disponer de acceso a internet.
-Dominio computacional nivel usuario.



CONTACTO

Teléfono:+57 3144680026 (Llamadas y WhatsApp)
Correo:uniandes.colombia@eclass.com
Página web: www.eclass.com.co