



UNIVERSIDAD DE MEDELLIN

DISEÑO MICROCURRICULAR

Código: FT-EX-FCO-02

Versión: 02

Edición: 18/05/2016

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Programa: Estrategia y Gestión de Ventas

Tipo de programa: Curso

Facultad Articulada: Ciencias Económicas y Administrativas

Programa Articulado: Mercadeo

Duración: 24 horas

Público Objetivo:

Empresarios, profesionales con interés en desarrollar habilidades para implementar, desarrollar y administrar bases de datos para la toma de decisiones de mercados

Justificación:

La exigencia cada vez mayor de la labor comercial, exige por parte de las personas vinculadas a las áreas comerciales, conocimientos y habilidades particulares para garantizar el logro de sus presupuestos de ventas. Este curso brinda herramientas para incrementar la efectividad de la labor comercial, para construir y mantener relaciones satisfactorias y rentables con los clientes.

Objetivo General:

Entregar herramientas que permitan al participante, mejorar la planeación estratégica de los objetivos de venta, desplegar una eficaz estrategia analizando el mercado y los clientes, y lograr resultados satisfactorios en el área comercial.

Objetivos Específicos (Máximo 3):

1. Desarrollar habilidades comerciales que permitan dinamizar la oferta comercial.
2. Aplicar las herramientas para el mejoramiento de la gestión de ventas.

Competencias:

1. Análisis e interpretación de los diferentes segmentos.
2. Gestiona los territorios y sus clientes.

Conocimientos Previos Requeridos:

Conceptos fundamentales en mercadeo y ventas.

2. ESTRUCTURA

Módulos	Temas y Subtemas	Intensidad Horaria
Generalidades del Marketing.	La evolución del Marketing.	8
Definición de segmentos mercado.	Tipos de segmentación de Mercadeo.	8
Cultura Corporativa.	El papel del vendedor.	4
Planeación de ventas.	Previsión e integración de ventas.	4

3. METODOLOGÍA

Estrategias didácticas:

Elaboración de ejercicios, exposición de casos, talleres, teatros de venta y herramientas prácticas

4. CONFERENCIANTES

La Universidad de Medellín se reserva el cambio de conferenciantes