

	DISEÑO MICROCURRICULAR	Código: F-FCO-02
		Versión: 01
		Edición: 18/02/2009

1. INFORMACIÓN GENERAL		
Nombre Programa:	DIPLOMADO DE COACHING CON PROGRAMACION NEUROLINGUISTICA APLICADOS A LAS VENTAS	
Tipo de programa:	DIPLOMADO.	
Facultad Articulada:	CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS	
Programa Articulado:	MERCADEO	
Duración:	100 horas	
Público Objetivo:	Personas interesadas en conocer sobre Coaching y Programación Neurolingüística aplicadas a las ventas, que les permita ser más efectivos y obtener mejores resultados.	
Justificación:	El mercado cada vez más exigente requiere de personas mejor preparadas que puedan encaminar procesos de negociación y venta, y que esto permita ser efectivos y obtener resultados duraderos.	
Objetivo General:	Mediante este Diplomado de Coaching con Programación Neurolingüística, se pretende que los participantes conozcan sobre el tema, aplicado a las ventas personales y organizacionales.	
Objetivos Específicos (Máximo 3):	<ul style="list-style-type: none"> - Aprender herramientas de Coaching y de PNL aplicadas a las ventas. - Tener la capacidad de aplicar el nuevo conocimiento a su entorno personal y laboral. 	
Competencias:	Comunicación, escucha, liderazgo, organización.	
Conocimientos Previos Requeridos:	No aplica.	
2. ESTRUCTURA		
Módulos	Temas y Subtemas	Intensidad Horaria
MODULO 1. Conceptos Generales.	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Coaching? • ¿Qué hace el Coaching una práctica 	25 horas

	<p>holística?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Componentes esenciales del Coaching. • Que es Coaching y que no es • Que es PNL y su aplicación. • Aplicación de Coaching y PNL a las ventas personales y organizacionales. • Herramientas de Coaching y de PNL aplicadas a las ventas. • Quien soy yo. • De donde vengo y hacia dónde voy. • Conozca sus fortalezas y debilidades. • Potencialice sus fortalezas y vuelva sus debilidades fortalezas. • Defina y clarifique cuál es su propósito. • Los valores personales y organizacionales y su impacto en el desempeño personal y organizacional. • El sistema de creencias y su efecto en el desempeño personal. 	
<p>MODULO 2. Conozca su yo interior, saque lo mejor de usted mismo y conozca a los demás.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuestro entorno y las representaciones internas. • Las conductas y las actitudes. • La influencia de las emociones. • Reconozca sus creencias. • Conozca sus necesidades. • Defina sus valores. • La interpretación de los estímulos internos. • Encuentre el equilibrio entre sus fortalezas y sus debilidades. • ¿Cómo nos hacemos nuestros mapas? 	<p>25 horas</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • El cambio y la resistencia. • Que emociones transmito y experimento. • ¿Cómo nos relacionamos con los otros? • ¿La imagen que proyecto es la que deseo? • Que perciben los otros de mí y como esto afecta mi desempeño y el resultado final. • Cómo es tu comunicación contigo mismo y con el otro. • ¿Sabemos comunicarnos? • El proceso de la comunicación. • La comunicación corporal y su impacto. • Descubra sus estilos de conducta y de comunicación. • La comunicación asertiva. • La comunicación efectiva consigo mismo y con los otros. • Sea consciente de su sistema representacional y el de sus clientes y póngalo a su favor. • Entrar en sintonía con la persona. • La comunicación y las personas receptoras: los sistemas representativos de la comunicación (Visual, kinestésico, auditivo). • Claves oculares del manejo de la información. 	
<p>MODULO 3. El aquí y ahora y las ventas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La toma de consciencia y el paso a seguir con sus clientes. • Utilice la intuición y póngala a su favor. • Como no dejarse afectar por los pensamientos y las emociones negativas. • Mantenga una actitud tranquila y confie en sí mismo. 	<p>25 horas</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la escucha activa al momento de tratar con el cliente. • Tenemos dos oídos para escuchar el doble de lo que hablamos y no a la inversa. • ¿Cómo saber lo que quiere realmente su cliente? • Analice los tipos de clientes desde su sistema representacional. • ¿Cómo pasar de los problemas a las posibilidades? • Projéctese y construya lo que verdaderamente desea para su futuro y vuélvalo realidad. • Las preguntas poderosas y su impacto en el cliente. • Plantee las preguntas correctas en el momento adecuado. • Menos es más en las preguntas de Coaching. • Escuche las respuestas y mire la coherencia en la comunicación verbal y no verbal. • Defina el camino correcto con su cliente. 	
<p>MODULO 4. Defina su plan de acción y obtenga los resultados esperados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lo importante de conocer su empresa y su ventaja diferenciadora. • Evalúe los recursos con los que cuenta y con los que no cuenta. • Amplíe los recursos que realmente necesita. • Busque más alternativas y seleccione la mejor opción. • Defina un plan de acción efectivo. • Defina las metas claras y sensatas. • Lleve la teoría a la práctica. • Relacione sus opciones con sus metas. • Establezca metas a corto, mediano y largo plazo. • Mantenga el horizonte claro. • Los anclajes y su importancia en las ventas. • Una adecuada comunicación telefónica con herramientas de 	<p>25 horas</p>

	<p>Coaching y de PNL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo causar una primera buena impresión. • Cómo atender las preocupaciones de los clientes de forma adecuada. • Como cerrar ventas de forma oportuna. 	
--	---	--

3. METODOLOGÍA

Estrategias didácticas:

Se desarrollará mediante una metodología activa de aprendizaje, con actividades prácticas individuales y grupales, videos, talleres, lo que permita que los participantes se puedan apropiar del nuevo aprendizaje, y llevarse la mejor experiencia, que pueda ser replicada en su día a día.

4. CONFERENCIANTE

Coordinador: Andrés Manzano Díaz. Administrador de Empresas Javeriano, Certificado en Mercadeo y Comunicación en la Universidad de Houston USA, Certificado en Programación Neurolingüística (PNL) en el Instituto The NLP of Texas USA y Fundación Empoder de Cali, Especialista en Mercadeo Universidad Icesi de Cali, Especialista en Coaching Universidad Internacional Iberoamericana, Programa de formación en Coaching de esencia y de equipos con la empresa Coaching Hall International, Coach Certificado, Maestría en Administración de Empresas Universidad Icesi de Cali, Master of Management Tulane University USA. Ha sido docente Universitario de las Universidades: Javeriana, Icesi, Universidad del Valle y Escuela Nacional del Deporte de Cali, Pontificia Universidad Bolivariana seccional Palmira y Bucaramanga, Universidad Santo Tomás y Universidad Autónoma de Bucaramanga. Ha sido asesor Empresarial del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) Universidad Icesi Cali, Asesor Administrativo y de Marketing, Capacitador de Fundación Coomeva Cali y Acopi Santander y asesor de empresas en Colombia, Venezuela y USA en el área Administrativa, Mercadeo, Franquicias y Servicio al Cliente.