



POSTGRADO INTERNACIONAL EN
DIRECCIÓN COMERCIAL

Impartido por ISEADE, en alianza con PRAXIS



ISEADE  **FEPADE**
ESCUELA DE NEGOCIOS

PRAXIS
WWW.PRAXIS-CORP.COM

A background image showing a group of business professionals in a meeting. A man in a light blue shirt is leaning over a woman in a white shirt, who is looking at a laptop. Another man in a blue shirt is visible in the foreground, looking towards the woman. The image is partially obscured by a large teal and dark blue geometric shape on the left side.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROGRAMA

Objetivo General

Dominar las estrategias modernas de la Dirección Comercial y su impacto en los resultados de la empresa, a través del diseño de una labor que identifique, aproveche y potencie una estrategia que responda a las oportunidades de mercado.

Dirigido a

Directores Comerciales, Gerentes de Mercadeo y/o Ventas, Gerentes de Servicio al Cliente, Supervisores de Ventas y Empresarios que deseen incrementar sus resultados comerciales.

Metodología

Combinación de metodologías andragógicas con actividades prácticas que induzcan a los participantes a situaciones a las que deberán enfrentarse en sus realidades comerciales, resolviendo retos que requieran un dominio de las herramientas y conceptos adquiridos, así como una capacidad analítica de alto nivel.

Requisitos

-Título universitario

MÓDULOS

MÓDULO I. ESTRATEGIAS AVANZADAS DE MARKETING

Programación: Lunes 9 a viernes 13 de octubre

Horario: 5:30 pm a 9:30 pm

Catedrático: José Alfonso Laínez V.

Objetivo: Conocer y dominar los conceptos sobre los que se basan las nuevas estrategias comerciales modernas.

Contenido:

- Los tipos de empresas y sus estrategias comerciales
- Estrategias novedosas de Segmentación/Posicionamiento
- Análisis geoespacial del mercado
- Estrategias de marketing dirigidas por Analytics
- Estrategias modernas de Merchandising y Retail Marketing
- Las plataformas de Servicio al Cliente

MÓDULO II: EL NUEVO CONCEPTO DE MARKETING | BENEFICIO - VALOR - RELACIONES

Programación: Lunes 13 a viernes 17 de noviembre

Horario: 5:30 pm a 9:30 pm

Catedrático: Manuel Armando Valle

Objetivo: Interiorizar la relevancia del marketing, y sus componentes, en las estrategias diseñadas por la Dirección Comercial como generador de beneficios, valores y relaciones duraderas con cada uno de sus segmentos de clientes.

Contenido:

- Comprendiendo el entorno empresarial
- Concepto de marketing: nueva definición
- El cliente como centro de las estrategias comerciales
- Las dimensiones de marketing: Cliente y Empresa
- Modelo Canvas ajustado a la Dirección Comercial

MÓDULO III: INBOUND MARKETING

Programación: lunes 11 a lunes 18 de diciembre

Horario:

Clases presenciales:

Lunes 11, martes 12, viernes 15 y lunes 18 de diciembre, de 5:30 pm a 9:30 pm

Clases online en tiempo real:

Miércoles 13 y jueves 14 de diciembre, de 7:00 pm a 9:00 pm

Catedrático: Luis Meza

Objetivo: Comprender la relación entre los componentes del sistema que permiten atraer, nutrir y convertir a prospectos en clientes haciendo uso de las herramientas digitales modernas.

Contenido:

- Metodología de IM
- Auditoría de los componentes de la identidad digital de la empresa
- El ciclo de madurez de los prospectos
- Estrategias de Inbound marketing (Sesión remota vía electrónica, en tiempo real)
- Importancia y técnicas para el desarrollo del contenido de marketing





MÓDULO IV: ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN PARA PRODUCTOS DE ALTA INVERSIÓN.

Programación: lunes 22 a viernes 26 de enero, 2018

Horario: 5:30 pm a 9:30 pm

Catedrático: Ricardo Ascensio

Objetivo: Conocer las habilidades personales de ventas que deben tener sus ejecutivos, así como conocer y dominar el ciclo de ventas de alta inversión.

Contenido:

- Habilidades generales comerciales
- Desarrollo de motivación y bonificaciones
- Importancia del Coaching de Ventas
- CRM
- Taller de ventas consultivas

MÓDULO V: MODELOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Programación: lunes 12 a viernes 16 de marzo, 2018

Horario: 5:30 pm a 9:30 pm

Catedrático: Heike Klumper-Hilgart (Alemania)

Objetivo: Desarrollar una visión estratégica, una metodología de trabajo y una previsión de los principales problemas que plantea la internacionalización de empresas.

Contenido:

- Pasos para internacionalizar los negocios de la empresa
- Negociación internacional y contratos internacionales
- Estrategias de penetración de mercados
- Adecuación del producto al mercado internacional con enfoque en Speed to Market
- Caso: moda y ropa deportiva en Europa

MÓDULO VI: ESTRATEGIAS MODERNAS DE VENTAS

Programación: lunes 23 de abril a miércoles 2 de mayo, 2018

Clases presenciales:

Lunes 23 y miércoles 2 de mayo, de 5:30 pm a 9:30 pm

Clases online en tiempo real:

De martes 24 a viernes 27 de abril, lunes 30 de abril y martes 1 de mayo, de 7:00 pm a 9:00 pm

Catedráticos: José Alfonso Laínez & Manuel Armando Valle

Objetivo: Desarrollar los criterios para seleccionar adecuadamente el tipo de agentes que mejor responda a las necesidades del mercado y de la estructura de la empresa para resolverlas desde la perspectiva del cliente.

Contenido:

- El modelo de ventas basado en la creación de valor
- Sesiones remotas vía electrónica, en tiempo real:
 - Estrategias de conformación de equipos comerciales acorde a las situaciones de ventas desde la perspectiva del cliente
 - Modelos de ventas remotas
 - Técnicas de manejo de objeciones y el cierre de ventas
- Técnicas para optimizar el poder del lenguaje corporal

Proceso de Inscripción

1. Concertar cita para entrevista, ésta puede programarse en los siguientes horarios:
Lunes a viernes de 9:45 am - 12:00 m y de 2:00 pm - 5:30 pm
Sábado de 8:00 am - 11:30 am
2. Asistir a la entrevista con la siguiente documentación:
-Fotocopia de Título Universitario
-Fotocopia de DUI y NIT
3. Hacer efectivo el pago de la primera mensualidad el día de la entrevista.

Información General

Horario: Una semana intensiva al mes
Meses a ser impartido: octubre 2017 a abril de 2018
Duración en horas:
120
Inversión:
US\$1,640
Forma de Pago:
8 cuotas de US\$ 205.00

Eventos Informativos

Lugar: Campus FEPADÉ, edificio de maestría, Antiguo Cuscatlán

Reuniones Informativas

Fechas:
Miércoles 6 de septiembre
Jueves 21 de septiembre
Hora: 6:30 p.m.

Desayuno Informativo

Fecha:
Miércoles 13 de septiembre
Hora: 7:30 a.m.

Favor confirmar asistencia

Mayor Información

 contacto@iseade.edu.sv

 2212-1728 / 2212-1734

 www.iseade.edu.sv

PBX: 2212-1700



▶ CATEDRÁTICOS



HEIKE KLÜMPER-HILGART (ALEMANIA)

Ejecutiva de alto nivel con larga trayectoria en compañías con presencia mundial, especialmente en Latinoamérica –región en la que ha vivido por más de 10 años- y Europa, donde reside actualmente. Ha formado su expertise desempeñándose como Global Leader de Desarrollo de producto para W.L.GORE, GmbH, Gerente de Categoría para The Walt Disney Co., Gerente de Diseño de Productos para NICI AG y Sara Lee, entre otras.

Licenciada en Diseño de Modas y Mercadeo por la Staatliche Modeschule en Stuttgart, Alemania, certificada en “Programas de Desarrollo de Liderazgo” por la Universidad de “W.L.Gore&Associates (Alemania, Gran Bretaña y EUA)” y certificada como “Coach y Mentor para la prevención de Stress y Burnout” en la “Burnout Akademie” de Frankfurt. Autora del libro “Powerpausen für Powerfrauen”.



MANUEL ARMANDO VALLE

Experto en planificación y ejecución de proyectos comerciales y operaciones. Ha formado su experiencia a nivel nacional e internacional desempeñándose como Gerente Comercial y Logística de COEX (Comercial Exportadora) y Director de PRAXIS México. Es catedrático de programas de maestría en varias universidades en México y El Salvador y socio fundador de PRAXIS. Es ingeniero Industrial y cuenta con dos maestrías: una en Dirección de Proyectos de la Universidad Ramón Llull (La Salle) de Barcelona, y otra, en Administración de Empresas del Instituto Superior de Economía y Administración de Empresas, ISEADE.



LUIS MEZA

Experto en mercadeo y publicidad. Ha desempeñado altos cargos en las principales agencias de publicidad del país en los últimos 25 años, entre los que destacan: Director Regional de Servicio al Cliente en Publicidad Comercial Lowe & Partners; Presidente Ejecutivo y Director Regional de CREA, DRAFTFCB; Directivo de la ASAP y CNP. Licenciado en Mercadeo y Publicidad, es máster en Mercadeo Político, cuenta con un diplomado en Gerencia de Mercadeo del INCAE y con 3 certificaciones (Inbound Marketing, e-mail marketing e inbound sales) de Hubspot Academy. Actualmente preside DIGITAL BLUE, la primera empresa especializada en Inbound Marketing en El Salvador.



RICARDO S. ASCENSIO SILVA

Experto en procesos de ventas de alta inversión, con enfoque en ROI y servicio al cliente, ha desarrollado una amplia experiencia en posiciones de dirección comercial en empresas de tecnología en Costa Rica y El Salvador. Experto en automatización de procesos logísticos, rutas y ventas, a través de Sistemas de Información Geográfica. Ha desarrollado planes estratégicos de mercadeo y ventas con empresas representantes de productos de IT exclusivos en el territorio nacional para mercados altamente especializados. Es Ingeniero en Electrónica de la Universidad Autónoma de Centro América (UACA), Costa Rica y es consultor senior asociado de PRAXIS con expertise en ventas de alta inversión, de productos intangibles, coaching de ventas, actualmente es Gerente Comercial para productos especializados en Gestión de Capital Humano para El Salvador, con la empresa ASEINFO.



JOSÉ ALFONSO LAÍNEZ V.

Experto en estrategia internacional, ha formado su experticia desarrollando negocios internacionales y dirigiendo fuerzas comerciales en 17 países, desempeñándose como Gerente Internacional de Mercadeo y Ventas de Industrias St.Jack’s, Gerente General de IMG Latin América, Director de País de SABO Internacional, entre otras. Como socio fundador y Director Ejecutivo de PRAXIS, ha desarrollado estrategias comerciales de alto impacto para diferentes industrias y liderado proyectos en diversas latitudes del continente, Europa y Medio Oriente. Es Ingeniero Industrial, Máster en Dirección de Empresas y Master Trainer en Gestión Empresarial, certificado por International Trade Centre (UNCTAD/WTO) de Ginebra.