

PERFIL PROFESIONAL

JUAN CARLOS QUINTERO

Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Master en Dirección de Marketing de la Universidad San Pablo y el Instituto Europeo de Posgrados de Madrid, España, Diplomado en Gerencia del Servicio de la Universidad de la Sabana. Actualmente es maestrante en Administration & Innovation - MBA+i.

CARLOS ALBERTO ÁNGEL CAMPOS

Contador Público, Especialista en Gerencia de Logística. Amplio conocimiento y experiencia en empresas de productos de consumo masivo, logística integral de valores, así como en empresas de transporte, almacenamiento, distribución de mercancías a nacional e internacional, formulando soluciones innovadoras en toda la cadena de abastecimiento.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Asistencia mínima del 80% a cada uno de los módulos. Nota aprobatoria mínima de 3,5 para cada módulo.

Entrega y Sustentación del producto final "Propuesta Gerencial" concertado con los estudiantes y el docente líder, evaluado con nota mínima final de 3,5 según los siguientes criterios de evaluación:

- Cumple con las normas APA
- Aplica los contenidos temáticos desarrollados
- Aporta elementos que fortalecen la formación profesional del estudiante
- Dominio del trabajo sustentado.

FECHA Y HORARIO

Módulo 1º Mercadeo Estratégico.
Juan Carlos Quintero
Del 25 de Junio al 9 de Julio de 2019

Módulo 2º Estrategias en Gerencia del Servicio.
Carlos Alberto Ángel Campos
Del 10 de Julio al 23 de Julio de 2019.

Lunes a Viernes de 18:00 a 22:00 horas

Más Información

Coordinación de
Administración de
Negocios Internacionales

5829292 ext 226
negocios_inter@fesc.edu.co

www.fesc.edu.co

 [Fescomfanorte](#)  [@fescomfanorte](#)

 [Fesc_comfanorte](#)

SOY 
FESC
Educación Superior

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Tecnología en:
Gestión de Negocios
Internacionales

Gestión de Comercio
Internacional

DIPLOMADO

ESTRATEGIAS
COMERCIALES EN EL MARKETING
DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Duración total: 120 horas (80 horas presenciales,
40 horas de trabajo independiente)

JUSTIFICACIÓN

El diseño de estrategias de mercadeo y la gestión de comunicaciones integradas en la negociación internacional, propician un verdadero control de los procesos de producción y servicios, permitiendo así conocer las fortalezas y oportunidades particulares de la organización en donde el proceso administrativo (planear, organizar, dirigir y controlar) se conjuga efectivamente para la toma de decisiones adecuadas, las cuales se reflejan en el transcurso normal de las operaciones, obteniendo así ganancias representativas de orden económico y competitivo de los productos y servicios.

COMPETENCIA GENERAL

Al terminar el diplomado el participante estará en capacidad de aplicar las herramientas necesarias para determinar cómo gestionar la gerencia de ventas en el entorno económico actual de los Negocios Internacionales, teniendo en cuenta la realidad de los consumidores que cada día se vuelve más exigente y selectivo.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

La modalidad del diplomado propuesto es presencial, en el cual se desarrollará las diferentes secciones bajo el desarrollo de ejercicio y talleres teórico práctico que permiten un mejor aprendizaje por parte de los participantes.

El desarrollo de las actividades del diplomado serán realizadas bajo el esquema de taller práctico, donde los participantes crearán un modelo de negocio e implementarán estrategias de marketing electrónico para el posicionamiento de las empresas a través de los conocimientos y aplicación de las diferentes herramientas en la web.

FORMA DE PAGO

- Directo con la FESC
50% 15 de Junio y 50% 15 de Julio
- Consignación en la cuenta de ahorros
FESC de Bancolombia No. 61765706096.
- Crédito con Pinchincha, Coopfuturo,
Coomultrasan, etc.

MÓDULO I Mercadeo Estratégico

Juan Carlos Quintero
25 de junio al 9 de julio
Aula C 305

1. Marketing y posicionamiento de marca.

- Mercadeo y Ventas.
- Los argumentos de mercadeo.
- Branding y su arquitectura.
- Administración del portafolio de productos.
- Posicionamiento.
- Segmentación.
- Comunicación estratégica.
- Promoción de ventas y merchandising

2. Estrategia de Ventas

- Posicionamiento y determinación de público objetivo
- Definición de mapa de atributos
- Marcas competitivas y/o sustitutas
- Definición de mapa de posicionamiento

3. La Venta Consultiva

- Venta consultiva basada en confianza.
- Venta consultiva y lealtad de clientes.
- La inteligencia comercial a través de la creación de comunidades.
- Cómo crear propuestas de alto valor percibido y los cuatro pilares de la venta consultiva.

Sustentación: 25 de Julio de 2019

CONTENIDO TEMÁTICO

MÓDULO II Estrategias en Gerencia del Servicio

Carlos Alberto Ángel Campos
10 de julio al 23 de julio
Aula C 305

1. Logística 4.0.

- Tendencias de la Gestión de las Cadenas de Abastecimiento globales.
- Retos y Oportunidades en la cuarta revolución industrial.
- Tecnologías de vanguardia en la logística empresarial y en la Supply Chain Management.
- Generación de Valor y la logística como elemento clave de la competitividad.
- Gestión de las Cadenas Globales de Suministro.

2. Servucción

- La oferta de valor y el servicio.
- Entender las necesidades de los clientes para la construcción de relaciones.
- Creatividad y oportunidad en el servicio.
- Análisis de los procesos para la prestación de servicio procesos en función del cliente.
- Los clientes y proveedores en la prestación de servicio
- Mapeo de procesos para la prestación de los servicios.
- De la estructura funcional a la estructura por procesos.
- El rol del servicio en la cadena productiva.
- El servicio como eslabón en la cadena de valor.
- Elementos de la Servucción.
- Análisis de los ciclos del servicio

3. Ética y Responsabilidad Social

- La importancia de la ética y la Responsabilidad social empresarial.
- Ética en los negocios:
Mirada desde las operaciones y la logística.