

Administración de Ventas
Profesor Antonio Jiménez

Esta materia introduce la naturaleza de las ventas personales, se define la venta personal y se ilustra la forma en que usamos las habilidades asociadas con la venta efectiva. Describiremos la importancia de las ventas y de los vendedores en los negocios, y las recompensas que da una carrera de ventas. Por ultimo detallaremos las actividades que efectúan los vendedores y las habilidades necesarios para ser un vendedor con éxito. La materia se aplica a la venta de productos en sectores como: consumo masivo, servicios y productos industriales e institucionales.

Bloques económicos
Profesor Carlos Ramirez

Los Bloques Económicos también llamados Acuerdos Preferenciales de Comercio (APC), se crean con el objetivo de reducir y en algunos casos eliminar las barreras al comercio y al movimiento de capitales que hay entre los países, con lo cual se busca incrementar los niveles de exportaciones e inversión que en últimas deben contribuir a un mayor crecimiento económico.

Cultural issues in international business: USA
Professor John A. Chambers

In general, to provide the participant with an understanding of factors that influences the development of the Mores and Values of a Business Culture. Specifically, to examine in detail those issues that resulted in the present Mores and Values of the Society of the United States and how these have been incorporated in the daily conduct of business.

Estrategias de Mercadeo en Internet
Profesor Luis Fernando Muñoz Roldán

Mercadeo por internet se refiere a los diferentes conceptos, estrategias y herramientas de conocimiento que se deben emplear para darle vida a una plataforma Web, definir planes de difusión, lograr su posicionamiento y atraer visitas masivas, conformando una comunidad virtual de visitantes, actores comerciales y empleados. La evolución en los métodos y las prácticas de mercadeo actuales para la generación de oportunidades de negocio, la realización de transacciones comerciales, y el aprendizaje constante, que se puede alinear con los objetivos y la estrategia de mercadeo de una organización, basado en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones.

Gestión de Relaciones con los Clientes

Profesor Antonio Jimenez

CRM, es una estrategia de negocio ejecutada por el área de ventas y mercadeo centrada en los clientes, y es básicamente la respuesta de la tecnología a la creciente necesidad de las empresas de fortalecer las relaciones con sus clientes.

Podríamos decir que son las soluciones tecnológicas para conseguir desarrollar la teoría del marketing relacional. El marketing relacional se puede definir como "la estrategia de negocio centrada en anticipar, conocer y satisfacer las necesidades y los deseos presentes y previsibles de los clientes".

Mercadeo de servicios

Profesor Juan Manuel Gonzalez

En este curso se integran los conceptos generales de mercadeo para complementarlos y aplicarlos en conjunto con los conceptos y herramientas fundamentales del mercadeo de servicios, buscando así lograr una mejor preparación para realizar una mejor gestión empresarial en los sectores público y privado.

Mercadeo político

Profesora Luciana Manfredi

El marketing político es el conjunto de herramientas y técnicas de investigación, planificación, y comunicación que se utilizan en el diseño y la ejecución de acciones estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña política. Es el conjunto de técnicas empleadas para influir en las actitudes y las conductas ciudadanas a favor de ideas, programas y candidatos.

Procesos de internacionalización

Profesor Rafael Muñoz

Este curso pretende introducir al estudiante en el mundo de los negocios internacionales, el sistema arancelario, los acuerdos comerciales, las estrategias de negocios, las modalidades de negociación y el conocimiento de las diferentes instituciones de comercio exterior colombiano.

Publicidad

Profesor Lobsang Salguero

El constante cambio del mercado afectado en los últimos tiempos por la globalización de la economía, ha exigido que el papel de Mercadeo sea más dinámico: al redefinir nuevos mercados, al entender los cambios en el comportamiento de los consumidores: sus hábitos y preferencias, y al apoyar las nuevas estrategias de comercialización que se mueven aceleradamente

Frente a este panorama las empresas han necesitado la generación de estrategias publicitarias y promocionales que permitan impactar al mayor número de individuos “target” con el menor costo posible y en las mejores condiciones de efectividad. Esta tarea complicada en su desarrollo por la saturación publicitaria de los medios a fomentado el uso de la Promoción de Venta como instrumento complementario de la oferta. Es esta la razón por la cual incluimos la promoción de ventas en este programa por su importante engranaje con la publicidad en la mezcla de mercadeo.

Servicio al cliente

Profesor Andrés Manzano

El servicio forma parte de la existencia del hombre, desde su nacimiento hasta su muerte, y a pesar de esta enorme importancia en la vida de las personas, el marketing de servicios adquiere relevancia y se estudia en profundidad a esta generación en donde el cliente espera más y es más exigente con su compra, esperando siempre una ventaja competitiva en sus transacciones.

Los estudiantes se enfrentarán a diversas situaciones que los harán reconsiderar, observar y analizar la incidencia del servicio, la forma de prestarlo y exigirlo y se dotará de herramientas, pautas y mecanismos para mejorarlo. Sabrán como monitorear los resultados y concretarlos en indicadores de gestión, base para la toma de decisiones.

Periodo 2009-1