

DIPLOMADO EN GERENCIA COMERCIAL

Presentación:

El Diplomado en Gerencia Comercial de INFA brinda una capacitación integral y actualizada para desempeñarse con eficiencia en una empresa o entidad económica: incluye la formación administrativa, así como también aspectos de índole comercial, legal o de correcto procedimiento para el procesamiento, registro y control del conjunto de las operaciones administrativas que una empresa debe realizar.

Objetivos:

- Formar al estudiante en las diferentes vertientes de la disciplina administrativa y comercial.
- Brindar los conocimientos adecuados que acompañen los avances tecnológicos y los nuevos instrumentos de gestión aplicados a la empresa.
- Potenciar las condiciones de competitividad del estudiante.

Materiales didácticos:

Se contará con repartidos especialmente desarrollado para la carrera, apoyo de soportes audiovisuales, así como los recursos y materiales brindados por la institución y los docentes.

Sistema de Enseñanza:

La carrera se desarrolla a través de clases presenciales en formato modular y horario flexible que permite al estudiante insertarse en cada uno de los módulos individuales, debiendo completar la totalidad de los mismos para obtener la certificación final.

Público Objetivo

Dirigido a personas que deseen introducirse en el mundo laboral de la administración en el ámbito empresarial.

- Empresarios que requieran herramientas para el desarrollo administrativo de su emprendimiento.
- Profesionales, gerentes y trabajadores, que el desarrollo de sus actividades demanda un conocimiento exhaustivo de esta disciplina.

Perfil del egresado

El alumno egresado de la carrera Diplomado en Gerencia Comercial será capaz de:

Identificar y aplicar las funciones de planificación, organización, dirección, coordinación y control, a efectos de tomar decisiones eficientes y eficaces interactuando en el medio en que se desenvuelva.

Reconocer las formas de comunicación interna y externa de la organización.

Adquisición y desarrollo de capacidades de gestión administrativa en todos sus aspectos (captación, manejo, trámite y seguimiento de la información pertinente).

Identificar la cultura organizacional e incorporación a ella en forma proactiva.

Aprobación y Asistencia:

El alumno deberá tener el 80 % de asistencia.

Para aprobar la capacitación el alumno deberá obtener el 60% del puntaje total en cada una de las pruebas modulares y además en el proyecto final.

Carga horaria y frecuencia:

Cuatro veces por semana de dos horas cada clase. Total de 232 horas.

Duración:

8 meses

Temario – módulos

MÓDULO 1: ADMINISTRACION.

Objetivo: En esta materia se estudian las funciones de la administración, los procesos de planificación, organización dirección y control del trabajo y los recursos de comunicación e información de las empresas.

Duración: 20 HS

Temario:

- La Organización
- La empresa
- Funciones Adjetivas y Sustantivas
- Clasificación
- Eficacia, eficiencia/Productividad

- Evolución de la Teoría Administrativa
- Planeación
- Organización
- Comunicación
- Dirección
- Control

MÓDULO 2: CONTABILIDAD

Objetivo: Se desarrollan los principios fundamentales de la contabilidad, estudiando los diferentes libros de comercio, estado de situación patrimonial, balances, sueldos, comprobantes, asientos, y todo el conjunto de acciones y operaciones que pertenecen al ámbito contable.

Duración: 20 HS

Temario:

- Funciones de la contabilidad
- Libros de comercio
- Concepto y ecuación del patrimonio
- Hechos económicos y actos administrativos
- Plan de cuentas
- Registración contable: generación de asientos.
- Mayores.
- Balance de saldos. Balance general
- Estados contables: Estado de Situación Patrimonial y
- Estado de resultados.
- Plan de cuentas
- Balances y balancetes
- Ajuste de cuentas integrales
- Arqueo de caja
- Conciliación bancaria
- Permanencia de Inventario: FIFO, PPP
- Reevaluación y amortización de Bienes de Uso
- Qué es la Factura Electrónica, decreto y norma reglamentaria
- Comprobantes
- Facturas
- Qué es la factura electrónica
- Cálculo de IVA, desglose del Subtotal, IVA y Total
- Boleta de contado
- Remito
- Nota de Débito y Crédito
- Recibos oficiales
- Cheques, ley de cheques, depósitos Arqueo de caja
- Técnicas de archivo y conservación de documentos

MÓDULO 3: DERECHO LABORAL.

Objetivo: Solucionar los conflictos que surgen a diario en la Organización y saber negociar para mantener una buena relación sindical. Adquirir los conocimientos de Derecho laboral. OIT (CINTERFOR URUGUAY)

Duración: 16 HS

Temario:

NEGOCIACION

- Definición de conflicto y sus etapas
- Técnicas de manejo de conflictos
- Conflictos funcionales y disfuncionales
- Técnicas de negociación. Metodologías.
- Roles en la negociación.
- PNL. Aplicación en la negociación.

NORMAS Y REGLAMENTOS

- Reglamento interno y su importancia
- Relaciones sindicales y las negociaciones
- Justicia laboral: organización, competencia y proceso laboral
- Prescripción de los créditos laborales: Aplicación de la ley, momento a partir del cual se empiezan a computar los plazos, diferencias entre suspensión e interrupción, mecanismos de interrupción
- Administración del trabajo: Procedimiento inspectivo, sanciones aplicables

CONTRATOS DE TRABAJO

- Jornada de trabajo: régimen para comercio, industria.
- Descanso semanal e intermedio
- Horas extras
- Feriados
- Vacaciones anuales
- Salario vacacional, aguinaldo
- Notoria mala conducta
- Despido
- Seguro de desempleo
- Relaciones laborales
- Libertad sindical
- Convocatorias de los consejos de salarios

MÓDULO 4: LIQUIDACION DE SUELDOS.

Objetivo: Aprender a diseñar un sistema de remuneraciones y saber el impacto en la motivación y resultados del personal así como en la organización. Poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos con respecto a la Remuneración del trabajador.

Duración: 14 HS

Temario:

- Sistemas de remuneraciones, de compensaciones y beneficios.
- Salario fijo y variable.
- Salario: elementos marginales en dinero y en especie, metodologías de fijación de salarios y plazo para el pago.
- Beneficios e incentivos.
- Sueldos y jornales
- Salario vacacional, Cálculo, aportes, etc.
- Horas extras: calculo
- Feriados especiales
- Aguinaldo: calculo y plazos de pago
- Licencia: Calculo, licencia no gozada, aportes
- Indemnización por despido
- IRPF: Deducciones

MÓDULO 5: LIDERAZGO Y MOTIVACION.

Objetivo: Convertir los grupos en equipos de trabajo, Potenciar las habilidades de liderazgo. Utilizar correctamente la motivación para cada tipo de persona, diseñar estrategias de motivación.

Duración: 14HS

Temario:

GRUPOS O EQUIPOS?

- Clasificación de grupos en formales e informales
- Diferentes roles y funciones de los miembros de los grupos
- Fases de la evolución de los equipos
- Conocer a los demás. Estereotipos.

CONDICIONES PARA TRABAJAR EN EQUIPO

- Normas de los grupos, de trabajo en equipo y tipos de trabajos
- Fomentar las herramientas y habilidades necesarias para la función de conducción

LIDERAR Y COORDINAR EQUIPOS

- Supervisor como líder
- Liderazgo y poder
- Leyes de trabajo en equipo.

MÓDULO 6: RECURSOS HUMANOS.

Objetivo: Desarrollar el proceso de análisis y descripción de puestos de trabajo en la organización. Interiorizarse en la metodología para la elaboración del manual descriptivo de Puestos, visualizar los beneficios del mismo para la organización. Brindar las herramientas para la búsqueda y selección del personal apropiado para la Organización aportando conocimientos para el desarrollo del proceso y las dificultades que puedan surgir además de las diferentes posibilidades de resolución para las mismas. Seleccionar técnicamente al personal para que su perfil sea el adecuado al cargo que se desea ocupar. Brindar herramientas para la capacitación y el desarrollo de las competencias del personal. Saber detectar las necesidades de capacitación e identificar factores para elaborar el plan y medir sus resultados. Desarrollo de sistemas de evaluación de desempeño y la participación de los cargos medios en el mismo. Utilizar las herramientas para el desarrollo de los colaboradores y saber detectar posibles dificultades en la aplicación de la evaluación.

Duración: 26HS

Temario:

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE CARGOS

- División del Trabajo y Estructura Organizacional
- Concepto de procesos de trabajo en la organización
- Modelos Organizacionales. Concepto e importancia del diseño de cargos.
- Métodos de descripción y análisis de cargos.
- Obtención de información para el análisis de puestos.
- Aplicación de la información sobre el análisis de puestos.
- Formularios de aplicación y métodos.
- Objetivos del Manual descriptivo de cargos. Participación.
- Valoración de cargos: conceptos y características fundamentales
- Comparación de cargos: Principales Métodos de jerarquización interna
- La escala Salarial: Creación, ajustes y mantenimiento.
- Comparación externa de cargos y salarios.

RECLUTAMIENTO Y SELECCION

- Metodologías de Reclutamiento: Fuentes externas e internas. Redactar avisos.
- El CV y su análisis.
- Etapas del proceso de selección
- Pruebas y técnicas de evaluación en la selección de personal
- La entrevista
- Antecedentes y referencias La incorporación a la empresa: Proceso de Socialización.
- El contrato psicológico.

DESARROLLO DE PERSONAL. CAPACITACION

- Gestión de conocimiento
- Definición y Objetivos de la Capacitación
- Detección de las necesidades de capacitación y elaboración de planes para la misma

- Planificación y técnicas de capacitación
- Medición de los resultados en cuanto al rendimiento futuro del personal Beneficios de la evaluación de desempeño en relación a la estrategia Organizacional

EVALUACION DEL DESEMPEÑO

- La evaluación del personal: concepto.
- Responsabilidad de la evaluación del personal.
- Identificación de las dimensiones del rendimiento.
- Métodos de evaluación de desempeño
- Evaluación formal e informal
- El rol de los mandos medios
- Problemas o dificultades comunes en la evaluación
- La preparación de la entrevista y la devolución de la misma
- Mejora del desempeño: Estrategias

MÓDULO 7: MARKETING

Duración: 66 HS

Temario:

EL CONSUMIDOR

- Necesidad / Deseo / Demanda
- ¿Qué es la comercialización? – Concepto de comercialización
- Funciones de la comercialización
- La marca – Concepto de marca
- La identidad corporativa y la imagen corporativa
- Claves para conseguir el éxito sostenido de la marca
- La marca del distribuidor
- Variables básicas del marketing
- Utilidad del marketing
- Áreas de actividad que componen la gestión de marketing
- Determinantes del marketing

MARKETING MIX

- El modelo de las 4 P
- Los últimos veinticinco años de marketing
- Marketing de servicios
- Productos versus servicios
- Marketing industrial
- Análisis FODA
- Evolución y futuro del marketing

PRODUCTO

- Concepto de producto
- Atributos del producto

- Ciclo de vida del producto
- Fase de lanzamiento o introducción
- Fase de turbulencias
- Fase de crecimiento
- Fase de madurez
- Fase de declive
- Conclusiones sobre las fases
- Extensión del ciclo de vida del producto
- Análisis de la cartera de productos
- Jefe de producto

PRECIO

- Política de precios
- Estrategia de precios
- Consideraciones a realizar antes de la fijación de precios

PROMOCION Y PUBLICIDAD

- Comunicación
- Publicidad
- Medios de comunicación
- Estrategias publicitarias
- La importancia de la publicidad
- Realización de una campaña
- Fijación de objetivos
- Realización del briefing
- Los medios
- Televisión
- Prensa
- Internet
- Radio

PLAZA, MERCADO Y DISTRIBUCION

- El mercado en el marketing
- División del mercado
- Mercados de bienes de consumo
- Mercados de bienes industriales
- Mercados de servicios
- Relación entre la oferta y demanda
- El cliente
- Tipos de clientes

MARKETING ESTRATEGICO

- Misión
- Visión
- Definición de negocio
- Concepto de marketing estratégico
- Marketing estratégico versus marketing operativo
- Estrategia

- Planes
- Objetivos
- Segmentación de mercado
- Variables de segmentación
- Mercado meta
- Matriz Ansoff
- Posicionamiento
 - Dimensiones
 - Selección

- Modelo de rivalidad amplificada
- Análisis de las fuerzas competitivas de Porter
- Barreras de entrada y de salida
- Productos sustitutos
- Estrategia de actuación frente a la competencia
- El Plan de Marketing

MÓDULO 8: MARKETING DIGITAL

Duración: 16 HS

Temario

COMUNICACIÓN E INTERNET

- Publicidad
- Branding
- Definición de marca
- Concepto de marca
- Posicionamiento

INTERNET Y LAS PERSONAS (EL CONSUMIDOR INTERNAUTA)

- Mercado Online
- Tendencias de comunicación
- Las ventas en Internet
- Embudo de conversión
- Estrategias de captación
- Fidelización de clientes

INTERNET Y LAS EMPRESAS

- Sitios Web
 - Landing Pages
 - Institucional
 - E-Commerce
 - Blogs
- Comercio electrónico
 - Mercado libre
 - OLX
 - Clasificados Online

- Plataformas
- Redacción comercial
- Gestión de contenidos

COMUNIDADES

- Redes sociales
 - Facebook
 - Google +
 - Twitter
 - Instagram
 - Youtube

PLANIFICACION ESTRATEGICA

- Objetivos
- Planificación de medios
 - ROI
 - Presupuestos
- Ejecución
- Analítica y seguimiento
 - Google Analytics
 - Facebook Insights

MÓDULO 9: VENTAS

Duración: 24 HS

Temario

VENTAS

- Psicología de la Venta
- Actitud y Motivación
- El Proceso de la Venta
- Necesidades de los Clientes
- Manejo de Dudas y Objeciones
- Demostraciones de Producto
- El cierre de la Venta
- Planeamiento y Pronóstico de Ventas
- Presupuesto de Ventas
- Administración del Tiempo

DIRECCION DE VENTAS

- Conceptos de Administración y Supervisión
- El Concepto de Liderazgo
- Concepto de Conducción
- Concepto de Servicio
- La Administración de Ventas
- Delegación
- Objetivos del Control
- Los presupuestos
- Planeamiento
- Establecimiento de Territorios de Ventas
- Selección del Vendedor
- Tácticas para el cierre de ventas
- Venta corporativa

MÓDULO 10: TUTORIA DEL PLAN DE NEGOCIOS (16HRS)