

HERRAMIENTAS PARA LA INSERCIÓN LABORAL Y GENERACIÓN DE AUTOEMPLEO

- Una oportunidad para reinventarte -



El Programa está conformado por módulos que se complementan para dar una visión completa y coherente con los desafíos actuales de las áreas comerciales. Desde la visión estratégica, se recorren las temáticas claves para una implementación y gestión comercial exitosa. La secuencia de los módulos, así como la metodología participativa, están dirigidos a una formación comprensiva sea cual sea la responsabilidad y conocimientos que hoy tiene el participante.

CONTENIDO - EJES TEMÁTICOS

- **Planificación estratégica.** (Prof. Juan Cosidó)

Este módulo trabaja la construcción de un marco estratégico referencial de la organización, emprendimiento o empresa, siguiendo los preceptos de la Universidad de Deusto (País Vasco) y basado en el enfoque de Kaplan & Norton, autores de referencia sobre planificación estratégica. Con un formato taller práctico, se comenzará por definir el propósito de la organización, el mapa estratégico, el cuadro de mandos integral y el plan de acción.

- **Reconocimiento del valor competitivo diferencial.** (Prof. Juan Cosidó)

Vinculado al modelo anterior, trabajaremos la propuesta de valor de nuestra empresa, utilizando el modelo Canvas, revisaremos el modelo de negocio y todos los aspectos relacionados al éxito empresarial.

- **Experiencia de cliente.** (Prof. Juan Cosidó)

Realizaremos un taller práctico de experiencia de cliente como la estrategia de diferenciación más relevante en la actualidad, construiremos mapa de empatía, Buyer Persona, Customer Journey Map, Blueprint para la mejora del producto y servicio que conlleva.

- **Estrategia y gestión de equipo comercial.** (Prof. Juan Cosidó)

A través de metodologías del caso, vamos a trabajar sencillos casos sobre la construcción y gestión de equipos comerciales, trade marketing y distribución, dirección de ventas. Sistemas de incentivos.

- **Marketing de productos versus marketing de servicios.** (Prof. Juan Cosidó)

En este módulo trabajaremos la evolución del marketing desde el marketing tradicional de productos hasta el marketing digital. Trabajaremos herramientas para la mejora de los servicios y la creación de un marketing exitoso.

- **Rol de las redes sociales en el área comercial y marketing digital.** (Prof. Jordi López)

En este módulo se abren todas las posibilidades que ofrece el marketing digital, las redes sociales, los influencer, la marca personal, plan de marketing digital, podcast, content marketing, inbound marketing y todas las tendencias actuales.

- **Estrategia de precios: análisis, fijación y decisión de precios.** (Prof. Juan Cosidó)

Trabajaremos la construcción de precios, especialmente desde la perspectiva de los costes, cómo afectan los descuentos en nuestros resultados empresariales y veremos la relación entre los precios y los beneficios. Orientaciones a una gestión eficaz de la empresa en coordinación con estrategias de precios.

- **Identidad corporativa, reputación de empresa y valor de marcas.** (Prof. Nacho Vallejo)

Comunicación 360 grados, comunicación integrada, gestión de la identidad de marca, branding, como generar y trabajar marca son algunos de los temas que se van a tratar en este módulo.

- **Planificación del programa de comunicación de la empresa.** (Prof. Nacho Vallejo)

Sostenibilidad, reputación y gestión de la comunicación para el éxito empresarial, el rol del DIRCOM (Director de comunicación) en las empresas, gestión de la comunicación de la PYME, como realizar un plan de comunicación.



HERRAMIENTAS PARA LA INSERCIÓN LABORAL Y GENERACIÓN DE AUTOEMPLEO

- Una oportunidad para reinventarte -



Se trabajará en equipos reducidos con casos reales que aportan los participantes, bajo la supervisión del equipo de profesores. Estos espacios permiten una comprensión mayor de las propias habilidades y limitaciones.

- Conferencias participativas para introducir conceptos y fomentar el aprendizaje entre pares.
- Trabajos individuales y en equipo para aplicar los conceptos adquiridos.
- Análisis de casos para entrenarse en la toma de decisiones.
- Ejercicios de aplicación práctica.

PLANTEL DOCENTE



Juan Cosidó Gutiérrez (50), español.

Responsable académico del programa y facilitador. Trabaja como director académico en UCU Business School. Máster en Dirección y Administración de Empresas, UCU®. Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial en ESIC, Diplomado en comunicación organizacional UCU. Experto en experiencia de cliente, certificado IZO, diplomado ICEMD en Customer Experience y en Inbound Marketing, certificado DERE (Directorio Ejecutivo para la Rentabilidad de la Empresa) con la metodología 6 R, de fidelización de clientes. Miembro de la dirección académica de UCU Business School, como profesor de grado y postgrado. En la actividad profesional privada se ha desempeñado también en diversos puestos como gerente general y de marketing/comercial en sector de servicios en España y Uruguay. Con el marketing en la sangre, Juan es profesor y director académico de Administración y Marketing. Consultor especializado en marketing y experiencia del cliente asociado a la red de consultores de MdS e IZO en Latinoamérica, fue director general de Family Office de origen Luxemburgués (Gullwing Group) en Uruguay, Gerente de marketing y gerente general de distintas organizaciones en España y Uruguay.

Jordi López Forment (41), español

Docente responsable del módulo de marketing digital. Diplomado en estadística por la UAB. Máster en Marketing y ventas por EUNCET y Máster en Comunicación Científica por UPF.

Se dedica desde los años 90 a la comunicación corporativa y al marketing desde 2007, ya sea como consultor en agencias, como encargado de comunicar el trabajo de un grupo de investigación académico, como director de comunicación en un emprendimiento o como coordinador y profesor en cursos y postgrados a ambos lados del atlántico.

Cree en la necesidad de implantar la comunicación efectiva en la cultura empresarial. En la actualidad como freelance se está especializando en las necesidades de las pequeñas y medianas empresas e intenta acompañarlas en el desafío de la evolución digital de sus procesos.



Nacho Vallejo (52), español

Socio fundador, Director y Director General Creativo de Amén. Es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay y actualmente Profesor de Creatividad de la carrera. Ha trabajado para los principales anunciantes en la mayoría de las categorías de consumo. Fue conferencista en Chile, Perú, Colombia, Panamá, Cuba y en diferentes eventos en Uruguay. Algunos reconocimientos: 1994 - Gran Premio de Outdoor en Eagle Awards. 1995 - Gran Premio de TV en el Festival de Gramado. 2006 - Gran Premio Promo (Gran Ojo Promo) en el Ojo de Iberoamérica. 2007 - Grand Slam de FIAP (Uruguay) 2013 - Gran premio de Radio en el Caracol de Plata. Obtuvo Grandes Campanas en todas las ediciones de la Campana de Oro ininterrumpidamente mientras participó desde la fundación de Amén sumando 18 en los últimos 11 años. También obtuvo premios en diversos festivales internacionales como FIAP, Festival de NY o Lápiz de Platino y reconocimientos en Cannes Lions.

