

### PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
CC5609	Taller de Desarrollo Comercial			
Nombre en Inglés				
Commercial Development Workshop				
SCT	Unidades Docentes	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
3	5	1,5		3,5
Requisitos			Carácter del Curso	
CC3002			Electivo ICC	
Resultados de Aprendizaje				
<p>Al término del curso se espera que el estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adquiera habilidades de socialización útiles en ambientes comerciales</li> <li>- Tome requerimientos en forma constructiva y autónoma</li> <li>- Sea capaz de controlar el flujo de reuniones de trabajo</li> <li>- Realice presentaciones efectivas</li> <li>- Elabore propuestas técnico comerciales de forma autónoma.</li> </ul>				

Metodología Docente	Evaluación General
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clases expositivas</li> <li>- Tareas individuales y grupales</li> <li>- Presentaciones individuales y grupales de los alumnos.</li> </ul>	<p>La evaluación se basa en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos trabajos individuales (TI1 y TI2)</li> <li>- Una presentación individual (PI)</li> <li>- Un trabajo final grupal (TG)</li> <li>- Una presentación final grupal (PG)</li> </ul> <p><math>NF = 0,15*TI1 + 0,15*TI2 + 0,2*PI + 0,3*TG + 0,2*PG</math></p>

### Unidades Temáticas

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	Comportamiento Comercial	4
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
1.1 Uso eficiente del tiempo 1.2 Preparación de reuniones 1.3 Desarrollo de reuniones 1.4 Agenda pública vs Agenda privada	Al término de la unidad, el estudiante: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utiliza eficientemente su tiempo, priorizando actividades.</li> <li>- Realiza trabajo previo de preparación para sus reuniones de trabajo.</li> <li>- Se desenvuelve adecuadamente en un contexto de negocios.</li> <li>- Es capaz de discernir entre las necesidades y orientaciones de las empresas y las personas.</li> </ul>	“¿Quién se ha llevado mi queso?”, Spencer, 1998

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	Toma de Requerimientos	3
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
2.1 Uso de preguntas efectivas 2.2 Manejo de objeciones	Al término de la unidad, el estudiante: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es capaz de conducir una sesión de preguntas y respuestas.</li> <li>- Comprende la utilidad de la información recibida.</li> <li>- Es capaz de abrir y cerrar temas de acuerdo a su necesidad.</li> <li>- Maneja las objeciones del cliente en forma constructiva.</li> </ul>	“The New Strategic Selling”, Heiman, Sánchez, 1998

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	Presentaciones efectivas	5
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
3.1 Estructura de una presentación 3.2 Uso de elementos auxiliares 3.3 Aproximación al cliente 3.4 Sentido de negocio 3.5 Manejo de objeciones 3.6 Presentaciones improvisadas	Al término de la unidad, el estudiante: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura correctamente una presentación comercial.</li> <li>- Logra mantener el interés del público.</li> <li>- Utiliza eficazmente los materiales a su disposición para generar acercamiento con el público.</li> <li>- Es capaz de transmitir adecuadamente sus ideas en forma oral.</li> <li>- Maneja adecuadamente las objeciones del público.</li> <li>- Se comporta adecuadamente ante situaciones comerciales no planificadas.</li> </ul>	The Ben Graham Corporation, 2002

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
4	Elaboración de propuestas	3
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
4.1 Estructura 4.2 Antecedentes generales 4.3 Ámbito técnico 4.4 Ámbito comercial 4.5 Resumen ejecutivo	Al término de la unidad, el estudiante: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura correctamente una propuesta escrita.</li> <li>- Discierne entre la importancia de lo técnico y lo comercial.</li> <li>- Es capaz de entregar valor por medio de sus propuestas.</li> <li>- Alinea sus objetivos con las necesidades de sus clientes.</li> </ul>	



Bibliografía	
--------------	--

- |  |  |
|--|--|
| - “¿Quién se ha llevado mi queso?”, Spencer, 1998    |  |
| - “The New Strategic Selling”, Heiman, Sánchez, 1998 |  |

Vigencia desde:	Otoño 2011
-----------------	------------

Elaborado por:	Adolfo Carrasco
----------------	-----------------