Especialización en Gerencia Comercial

Universidad Pontificia Bolivariana

La especialización en Gerencia Comercial busca desarrollar las competencias de liderazgo y conocer las diferentes fuerzas conductuales, tecnológicas y administrativas que afectan la formulación, aplicación, evaluación y control de la gerencia comercial; con el fin de poner a disposición del mercado aquellos productos o servicios que se ajusten a las necesidades del mismo, adaptando el esfuerzo de ventas al ambiente de la compañía e integrándolo con los demás elementos de la estrategia de marketing.

Misión

Desarrollar las competencias de liderazgo y conocer las diferentes fuerzas conductuales, tecnológicas y administrativas que afectan la formulación, aplicación, evaluación y control de la gerencia comercial, con el fin de poner a disposición del mercado, aquellos productos o servicios que se ajusten a las necesidades del mismo, adaptando el esfuerzo de ventas al ambiente de la compañía e integrándolo con los demás elementos de la estrategia de marketing.

Propósitos

Comprender la importancia de la interrelación comercial y de mercadeo para la creación potencial de la demanda de los productos y/o servicios que se encuentren en el mercado.

Conocer los cambios de las expectativas crecientes de los clientes, la globalización de los mercados, la desmasificación de los mercados internos, la automatización de la fuerza de ventas, las oficinas virtuales, los canales electrónicos para establecer estrategias de relaciones duraderas con los clientes.

Diseñar un plan estratégico de ventas que contemple las políticas para la administración de las cuentas, la organización de la fuerza de ventas, la planeación de las ventas y el despliegue de los recursos de la empresa.

Describir la importancia de la compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas para lograr los objetivos de marketing.

Propender por una actitud positiva al cambio para explorar e identificar oportunidades de mejora de nuevos productos y servicios, y dotar de los métodos para evaluar los resultados e indicadores de la actividad comercial, adoptando medidas correctoras en caso de desviaciones.

El nuevo milenio exige hoy gerentes comerciales que estén en capacidad de comprender y desarrollar la función comercial en una empresa y articularla con las otras áreas funcionales de la organización, ampliando la visión de la gerencia comercial a nivel corporativo, operativo y táctico, logrando la comprensión del proceso administrativo de la gerencia comercial y su papel aglutinador en los esfuerzos de mercadeo, ventas y experiencia del cliente.

Con la especialización el estudiante podrá adquirir las habilidades necesarias para comprender la dimensión gerencial aplicada al área de ventas, desarrollando habilidades en técnicas de ventas actuales, entendiendo cómo hacer de sus fuerzas de ventas más competitivas y desarrollando habilidades para encontrar el tamaño adecuado de las mismas.

Así mismo, podrá estructurar estrategias de ventas, diferenciando claramente entre una estrategia de marketing y una de ventas, que si bien son complementarias es importante saber que la estrategia de ventas es el cómo de la estrategia corporativa y de mercadeo de la compañía. Con todo esto podrá desarrollar esquemas rápidos de análisis y de implementación de las estrategias de ventas y sus tácticas, controlando y midiendo financieramente la estrategia de ventas y proyectar los ingresos desde modelos matemáticos de proyecciones de ventas.