

**Diplomado en Gestión Comercial y Ventas para Médicos Veterinarios**

**Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias**

**Universidad de Chile**

En la actualidad, los médicos veterinarios cada vez más se ven fuertemente involucrados en la cadena de venta y comercialización de Bienes y Servicios; la creciente demanda laboral de estos profesionales (empresa farmacéutica, retailer, grandes empresas del Pet Market, cadenas de servicios y emprendimientos profesionales independientes), pone especial énfasis en el desarrollo y manejo de habilidades comerciales tangibles y acordes a la realidad del mercado. Las distintas escuelas de Medicina Veterinaria, si bien contemplan en sus planes de estudio de pregrado aspectos orientados a la economía, gestión y desarrollos de proyectos, carecen de la entrega de herramientas comerciales orientadas a la gestión de ventas y comercialización como tal.

Las empresas y emprendimientos propios de profesionales, requieren Médicos Veterinarios competentes en estos ámbitos, con alta orientación comercial, orientados a la comercialización de bienes y servicios y la atención de clientes; de la misma manera, el manejo de herramientas de gestión, mercadotecnia , marketing, atención a clientes, ventas y procesos de postulación laboral, favorecen de manera significativa las probabilidades de empleabilidad y ejecución exitosa de proyectos con orientación en estas áreas.

El conocimiento de los aspectos relevantes del coaching, como proceso de formación personal permanente, en el desarrollo profesional, así como la obtención de habilidades, desarrollo de herramientas y técnicas para la obtención de habilidades blandas y poder enfrentar los procesos de selección y acreditación de competencia en las empresas actuales son altamente deseables en los profesionales enfrentados a la condición de mercado laboral actual.

**PERFIL DE EGRESADO**

Diplomado dirigido a Médicos Veterinarios que se desempeñen en el área comercial o de apoyo a la gestión comercial de clínicas veterinarias, petshops y/o empresas dedicadas a la comercialización de productos y servicios veterinarios.

El curso de este diplomado permitirá a Médicos Veterinarios diferenciarse y generar una ventaja competitiva en el mercado de mascotas en empresas que requieran adquirir y manejar herramientas efectivas de venta y gestión comercial productiva.

**OBJETIVO GENERAL**

Capacitar a Médicos Veterinarios en el desarrollo y aplicación de una visión estratégica en ventas y gestión comercial en el mercado de las mascotas.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

* Desarrollar y aplicar estrategias y técnicas efectivas de venta para generar negocios rentables y a largo plazo.
* Generar herramientas de creación de valor para lograr diferenciación y ventajas competitivas en el mercado de las mascotas.
* Comprender y aplicar técnicas de negociación comercial para construir relaciones a largo plazo con clientes y proveedores.
* Detectar necesidades y desarrollar habilidades de interacción y atención a clientes bajo estándares de excelencia en la experiencia del servicio.
* Adquirir habilidades de coaching para liderar equipos comerciales y detectar necesidades a nivel organizacional para lograr el máximo potencial de la empresa.
* Conocer e integrar el contexto de negocios en la actividad profesional del Médico Veterinario en mercados laborales no tradicionales.
* Adquirir herramientas comerciales efectivas de gestión comercial.

**ESTRUCTURA CURRICULAR.**

**Descripción del plan de estudios.**

El currículo del diplomado se estructura en 6 módulos. Cada sesión cuenta con clases presenciales y archivos electrónicos que reflejan los principales contenidos tratados. Adicionalmente por cada módulo, se entregará una bibliografía seleccionada para su estudio.

**Módulos de estudio:**

**Módulo 1:** CONTEXTO DE NEGOCIOS E INTELIGENCIA DE MERCADOS:

Introducción a áreas de actividad profesional del médico veterinario en el mercado laboral no tradicional. Contextualización de modelos de negocios y participación del médico veterinario en áreas comerciales.

**Módulo 2:** VENTAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Módulo enfocado a capacitación del médico veterinario para desarrollar una visión sobre la estrategia y desarrollo de técnicas de venta, detección de necesidades de mercado y herramientas de generación de valor para las empresas y clientes.

**Módulo 3:** GESTION COMERCIAL

Aplicación de las matemáticas comerciales a la gestión comercial. El alumno quedará capacitado para gestionar el proceso de comercialización, desarrollar planes de venta, planificación, análisis de mercados, proyección de ventas, rentabilización de negocios y administración de cartera de clientes.

**Módulo 4**: MARKETING Y BRANDING

El alumno aprenderá a reconocer y gestionar los análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. Aprenderá los pasos en las decisiones de compra de los clientes en el punto de venta y cómo explotarlo al máximo, tanto en el uso de los espacios adecuados, como en la calidad de las acciones complementarias que se desarrollan en éstos.

**Módulo 5:** COACHING Y LIDERAZGO

El objetivo del módulo de coaching y liderazgo es formar profesionales capaces de internalizar y adquirir habilidades para desarrollar el máximo potencial individual y colectivo de equipos comerciales, con el fin de lograr eficiencia, efectividad y diferenciación competitiva del mercado. Aprenderán técnicas de selección profesional para formar equipos de alto rendimiento.

**Módulo 6:** COACHING MOTIVACIONAL EMOCIONAL

El objetivo del ciclo motivacional emocional es integrar en los alumnos la importancia de la consciencia de las emociones en el desarrollo comercial profesional dentro de una organización. Aprenderá a consolidar relaciones de largo plazo con clientes y compañeros de trabajo basados en la confianza y eficiencia laboral profesional. Comprenderá la importancia de contar con herramientas prácticas de motivación para liderar equipos comerciales.

**Recursos metodológicos:**

Para el desarrollo del diplomado se contempla el uso de los siguientes recursos metodológicos:

* Clases teóricas presenciales: Espacios de aprendizaje conceptual, donde el docente  propone distinciones, antecedentes y experiencias, de forma que con el apoyo de la propia experiencia del alumno y lecturas complementarias se construya nuevo conocimiento para afrontar los desafíos del sector.
* Clases teórico prácticas: Se realizan actividades demostrativas en las que se invita a participar activamente a los estudiantes, con el objetivo de aplicar los contenidos teóricos, guiados por los docentes que participen.

* Prácticas Grupales de Aprendizaje (PGA): Se trata de facilitar esta vez el aprendizaje en grupos de trabajo, que deberán diseñar e implementar acciones destinadas al desarrollo de un trabajo, seminario o exposición en función de los contenidos entregados para cada módulo.

* Prácticas Personales de Aprendizaje (PPA): Consisten en la realización de análisis de lecturas complementarias, que buscan incrementar los niveles de autoconciencia de los participantes respecto de sus estilos y prácticas de trabajo, así como de su propia capacidad de gestionar su carrera y su empleabilidad en un contexto marcado por cambios rápidos y profundos.

**Descripción Módulo de Estudios:**

Módulo 1**. CONTEXTO DE NEGOCIOS E INTELIGENCIA DE MERCADOS** (16 hrs)

* Introducción a áreas de actividad profesional del MV en mercado laboral no tradicional
  + Visitador médico
  + Ejecutivo y Representante de Ventas
  + Comercialización de Servicios
  + Retailer

Módulo 2**: VENTAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES** (28 hrs)

* Creación de valor a través de la venta. Maslow
* Modelo decisional del cliente
* Servicio postventa y fidelización de clientes
* CRM y Click View
* Bases para la negociación comercial a largo plazo
* Jefatura de ventas

Módulo 3: **GESTION COMERCIAL** (30 hrs)

1. Matemáticas comerciales
2. Tasa de interés simple y compuesto
3. Descuento bancario simple
4. Amortización
5. Depreciación
6. Margen comercial y MarkUp
7. ROI, Provisión de gastos. Forwarder. Tasa de Cambio
8. Descuento comercial
9. Análisis de Pareto. Aplicación teórica y práctica.
10. Gestión de productos
11. Definición y Ciclo de Vida
12. Mix- Amplitud y Profundidad
13. Assortment
14. Layout y optimización del punto de venta
15. Pricing. Fijación y Banda de Precios
16. Forecast de ventas y plan de rentabilidad de negocios
17. Abastecimiento rentable y manejo de inventario, provisión de Gastos.
18. ROI: rentabilidad sobre la inversión

Módulo 4: **MARKETING Y BRANDING** (20 hrs)

1. Introducción al Marketing
2. Desarrollo de la marca en 360°
3. Wallet Share
4. Misión de compra del cliente
5. Desarrollo de categorías
6. Implementación de Salas de venta (POP)
7. Estudios de mercado
8. Plan de marketing
9. Introducción al MK digital

Módulo 5: **COACHING Y LIDERAZGO** (16 hrs)

* Técnicas de selección profesional para formar equipos de alto rendimiento
* Preparación curricular. Cómo enfrentar un proceso de selección laboral
* Cultura organizacional orientada al cliente
* Gestión de experiencia motivacional
* Misión y visión de la empresa unificado
* Eficiencia y efectividad profesional

Módulo 6: **CICLO MOTIVACIONAL EMOCIONAL** (12 hrs)

* Bases en neurolingüística
* Herramientas de motivación para equipos comerciales
* Dirección de nuevas generaciones profesionales
* Integración comercial en la Medicina Veterinaria
* Conocimiento basado en la experiencia

**EQUIPO DE DOCENTES**

**Felipe Vergara**. Médico Veterinario Universidad de Chile. Gerente Comercial Grupo Mor Brand Holding; CEO de “Wellness Pet Center”; Diplomado en Dirección Comercial y Ventas. Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. Con cursos en Estrategia de Negocios. Universidad Adolfo Ibañez. Escuela de Negocios, Taller de Creación de Valor a Productos. Estrategias de Comercialización (CCS), Seminario "Casos chilenos y ROI en Marketing Digital". Facultad de Economía y Negocios. Universidad de Chile, Taller de Negociación Efectiva. Universidad Adolfo Ibañez. Escuela de Negocios, Curso “Construcción y Gestión de la Marca: Branding”. Ekonegocios, Curso “Evaluación de Decisiones Estratégicas" dictado desde Silicon Valley por Patricio del Sol Ph.D. Stanford, Pontificia Universidad Católica de Chile, curso en Gestión comercial, administración de retailer (Universidad Sodimac). Asesor y desarrollo de Equipo de Médicos Veterinarios para proyecto Mascotas en SODIMAC S.A , Asesor comercial para empresas PROBIO S.A. ,BERBES S.A.; D&S en proyecto MUNDO VIVO, GREENSUPPLY;CHAMPION S.A. **Director programa.**

**Macarena Cruz**. Médico Veterinario Universidad de Viña del Mar. Sales Manager Grupo Mor Brand Holding. CEO de “Wellness Pet Center”, Diplomado en Dirección Comercial y Ventas, Universidad Adolfo Ibañez. Seminario "Casos chilenos y ROI en Marketing Digital". Facultad de Economía y Negocios. Universidad de Chile. **Co-director programa.**

**Klaus Köbrich.** Médico Veterinario Universidad de Chile. Magíster en Gestión Agropecuaria y Doctor en Gestión Agropecuaria. **Coordinador programa.**

**Mario Maino**. Médico Veterinario Universidad de Chile. Doctorado en Economía Agraria.

**Patricio Lagos**. Médico Veterinario Universidad de Viña del Mar. Jefe Desarrollo Negocios y Marketing Laboratorio Agrovet. Diplomado “Business, Marketing, Management and Related Support Services” en Universidad Adolfo Ibañez. Curso en “Liderazgo Efectivo para el Trabajo en Equipo” y “Evaluación de Decisiones Estratégicas” en Pontificia Universidad Católica de Chile.

**Rodrigo Orellana**. Ingeniero Comercial de La Universidad Diego Portales con un MBA en la Universidad Adolfo Ibáñez. Experiencia en el manejo de gerencias generales y comerciales (Laboratorio Drag Pharma y actualmente Clínicas Veterinarias Dr. Pet). Comprobadas habilidades gerenciales en negociación, ventas, marketing, finanzas y desarrollo humano. Diplomado en Análisis de los Estados Financieros – PUC.

**Macarena Hodar.** Médico Veterinario Universidad de Viña del Mar. Customer Marketing Manager Superpremium Nestlé Purina PetCare Chile. Diplomado en Integración de Recursos Análogos y Digitales, Marketing Digital, Universidad del Pacífico.

**Javiera Correa**. Magister en Administración de Empresas, MBA. Pontificia Universidad Católica. Coach de Transformación Personal, Emprendedora de Proyectos y Negocios. Estudios de Programación Neurolingüística. Manager en Inner Guidance Institute, Bali, Indonesia.

**VALORES Y PROCESO DE INSCRIPCIÓN**

El valor del Diplomado de Gestión Comercial y Ventas para Médicos Veterinarios es de $1.800.000 pesos.

El proceso de inscripción requiere del envío de los siguientes documentos, para luego entrar al proceso de selección.

- Ficha de inscripción

- CV resumido

- Certificado de Egreso o Título

- Carta de intención para ingresar al Diplomado

- Informar forma de pago en el correo

**El Diploma sólo se impartirá con un mínimo de 15 estudiantes. Fecha de inicio Abril- Mayo 2019, fecha por confirmar.**

