



Universidad Nacional

171

Exp. 19-05-36500

Córdoba

República Argentina

Córdoba, 0 1 DIC 2005

VISTO:

Las presentes actuaciones, en las que la Facultad de Ciencias Agropecuarias solicita autorización para firmar el Acta para la Ejecución del Proyecto Conjunto N° 001-2005 y sus Anexos; Parte I Caracterización de Proyecto; Parte II Contenidos y Docentes de Cada Curso; Parte III Aspectos Administrativos y Valores de Inscripción, con la Escuela de Ejecutivos S.R.L., que obra a fojas 1/27, con el objeto de llevar a cabo tres Cursos de Extensión; y

CONSIDERANDO:

Que a fojas 83/89 obran los antecedentes de los Convenios Marco y Específico oportunamente suscriptos con la Escuela de Ejecutivos;

Que, la Secretaría de Relaciones Institucionales no formula objeción alguna al trámite en cuestión, como lo expresa en su informe de fojas 100;

Los informes producidos por las Secretarías de Asuntos Académicos a fojas 91 y de Administración a fojas 96;

Que tras el análisis jurídico-formal del texto propuesto, la Dirección de Asuntos Jurídicos emite a fojas 98/vta. el Dictamen N° 33.213;

Por ello, y en uso de facultades delegadas en el suscripto por el H. Consejo Superior mediante Resolución 344/99,

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Aprobar el Acta para la Ejecución del Proyecto Conjunto N° 001-2005 y sus respectivos Anexos, a celebrar con la Escuela de Ejecutivos S.R.L., que obra a fojas 1/27, cuya fotocopia constituye el Anexo de la presente, y autorizar al señor Decano de la Facultad de Ciencias Agropecuarias, Prof. Ing. Agr. M.Sc. Daniel E. Di Giusto, a suscribirla en representación de la Universidad.

ARTICULO 2°.- La Facultad de Ciencias Agropecuarias deberá tener en cuenta la observación y sugerencia formulada por la Secretaría de Asuntos Académicos en su informe de fojas 91 -párrafo 4°.

ARTICULO 3°.- Comuníquese y dése cuenta al H. Consejo Superior.

mae.-

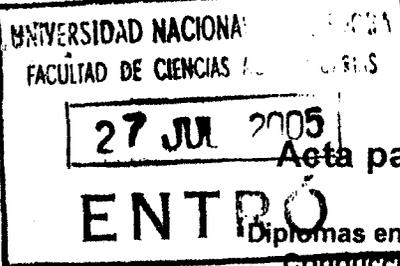
RESOLUCIÓN N°:

Prof. Ing. JORGE H. GONZALEZ
RECTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Prof. Ing. FELIX R. ROCA
SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

2840



19-05-36500



Acta para la Ejecución del Proyecto Conjunto: N° 001-2005

Diplomas en Técnicas Avanzadas de Venta y Negociación; Programa de Formación en Conducción de Recursos Humanos; Organización y Dirección de Negocios en la Agroindustria.

De una parte, la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba, representada en este acto por el Ing. Agr. Daniel E. Di Giusto, en su carácter de Decano, actuando en el ejercicio de su cargo, que desempeña en la actualidad, conforme a los Estatutos por los que se rige la Universidad - en adelante "LA FACULTAD" -, con domicilio en Av. Valparaíso s/n, 1° piso Edificio Central, Ciudad Universitaria, Córdoba, República Argentina; y, por la otra, La Escuela de Ejecutivos S.R.L., en la persona de su Socio Gerente, Lic. Ignacio Moyano Camihort, con domicilio en calle la Rioja 1175, Córdoba - en adelante "LA ESCUELA DE EJECUTIVOS" -, intervienen para convenir en nombre de las entidades que representan, y al efecto.

EXPONEN

Que dado el Convenio Marco de Colaboración Entre la Universidad Nacional de Córdoba y la Escuela de Ejecutivos, aprobado por Resolución Rectoral N° 151 del 17/02/05 (Exp.19-04-35040)

Que dado el Convenio Especifico de Colaboración entre la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba y la Escuela de Ejecutivos aprobado por Resolución Rectoral N° 151 del 17/02/05 (Exp.19-04-35040)

Que en concordancia en todas y cada una de las cláusulas que en ambos convenios se detallan, especialmente en la "Cláusula Segunda" del Convenio Especifico de Colaboración entre la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba y la Escuela de Ejecutivos, acuerdan suscribir la presente Acta para la Ejecución de Proyecto Conjunto N° 001-2005

PRIMERA: Objeto del Proyecto

La presente acta tiene como objeto la realización de tres cursos de extensión, denominados "Diplomas" de ciento veinte horas presenciales de dictado de clases cada uno.

SEGUNDA: Características

Los objetivos generales del proyecto, particulares de cada curso, modalidad de dictado, destinatarios, requisitos de admisión, certificados de asistencia que se otorgarán, son las que se establecen en la carpeta adjunta, que de ahora en adelante se denomina "ANEXO" a Acta Proyecto Conjunto N° 001-2005 y que en sus veinticinco páginas, forman parte de la presente.

TERCERA: Plazo

La primera edición de cada uno de los tres cursos que se detallan en el Anexo serán dictados a partir del mes de Agosto de 2005 y Julio de 2006.

TERCERA: Cronogramas

Las clases se desarrollarán cada quince días, en días sábados. La Secretaría de Extensión de la Facultad y la Administración de la Escuela acordarán el calendario definitivo en función de la disponibilidad de aulas de ambas instituciones. El primero de los tres cursos deberá iniciar en un plazo no mayor a las seis semanas posteriores a la firma de la presente Acta. Los otros dos, en periodos sucesivos no mayores a las cuatro semanas.

CUARTA: Aspectos Financieros

El total de la inversión necesaria para la ejecución del proyecto correrá por cuenta de la Escuela de Ejecutivos. (Cláusula Sexta del Convenio Especifico de Colaboración entre La FACULTAD y LA ESCUELA DE EJECUTIVOS)



Los costos de organización, difusión, material de alumnos, honorarios docentes y todo otro gasto o inversión necesarias para la organización y dictado de las actividades objeto del presente corren por cuenta exclusiva de la Escuela de Ejecutivos. Se deja especial constancia de que La FACULTAD no asignará presupuesto ni asumirá responsabilidad alguna para afrontar gastos o inversiones derivadas de las actividades objeto del presente. La inversión necesaria y el riesgo económico financiero derivado del presente corren por cuenta exclusiva de la Escuela de Ejecutivos.

QUINTA: Aspectos Económicos

Los ingresos generados por cada uno de los tres cursos, descontados los impuestos que pudieran corresponder, pero antes de deducir cualquier gasto, recupero o amortización de inversión, se distribuirán de la siguiente forma: 15 % (quince por ciento) para la Facultad de Ciencias Agropecuarias y 85 % (ochenta y cinco por ciento) para la Escuela de Ejecutivos. De este último porcentaje, la Escuela de Ejecutivos afrontará los gastos, erogaciones y recupero de inversión. De resultar insuficientes, deberá completar el saldo con recursos propios y no podrá reclamar a la Facultad suma alguna, a excepción del porcentaje establecido en la presente.

SEXTA: Aspectos Administrativos

Para asegurar una correcta administración contable, los ingresos que generen estos cursos lo harán por la Administración de la Escuela de Ejecutivos.

SEPTIMA: Procedimiento Administrativo

- a) Los alumnos abonarán el valor de cada curso según se establece en el Anexo, pág 22 a 24
- b) La Escuela de Ejecutivos liquidará los días lunes de cada semana, los ingresos percibidos durante la semana anterior, según se establece en la cláusula quinta del presente, con los criterios que se detallan en los siguientes apartados "c" y "d"
- c) Cuando los alumnos abonen al contado, la Escuela liquidará el porcentaje correspondiente el siguiente día lunes.
- d) Cuando los alumnos abonen en "cuotas", firmarán documentos pagarés o entregarán cheques a nombre de la Escuela de Ejecutivos. Los primeros ingresos que efectivamente se perciban se destinarán exclusivamente a completar el porcentaje de la Facultad. Una vez completado este porcentaje, comenzará a percibir el que le corresponde la Escuela de Ejecutivos. El riesgo de mora o no pago que se deriva del financiamiento será asumido exclusivamente por la Escuela, que no podrá solicitar compensación ni reintegro a la Facultad.

OCTAVA: "Cierre Administrativo"

Una vez producidos todos los ingresos originados en inscripciones "al contado" y percibidas por parte de la Facultad el porcentaje que se establece en la cláusula quinta del presente para las inscripciones "financiadas", de la forma que se explicita en el punto "d" de la cláusula anterior, la Secretaría de Extensión de la Facultad y la Administración de la Escuela de Ejecutivos procederán a declarar – conjuntamente – el "Cierre Administrativo" del curso.

El mismo consistirá en un informe que detalle los ingresos devengados, los efectivamente percibidos, el valor que cada alumno devenga para su inscripción, el monto de dinero que cada parte percibe.

En prueba de conformidad se firman 2 (dos) ejemplares del mismo tenor y a un solo efecto en la Ciudad de Córdoba, a los días del mes de del año dos mil cinco, recibiendo cada parte su ejemplar.

Convenio Marco de Colaboración entre
Universidad Nacional de Córdoba y Escuela de Ejecutivos
Res. Rec. 151/05 Exp.19-04-35040

Convenio Específico de Colaboración entre la
Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de
Córdoba y la Escuela de Ejecutivos
Cláusula Segunda

**ANEXO Acta para la Ejecución de Proyecto Conjunto 001-
2005**

Diplomas en
Técnicas Avanzadas de Venta y Negociación
Programa de Formación en Conducción de Recursos Humanos
Organización y Dirección de Negocios en la Agroindustria

“
Córdoba, 05 de Julio de 2005

<http://www.escueladeejecutivos.org>
La Rioja 1125
X5000EVW - Córdoba - Argentina
Tel.: 54 - 351 - 4258325 / 4178585
e-mail: info@escueladeejecutivos.org

Contenido

Parte I

Introducción:	4
Objetivo del Proyecto	5
Destinatarios:	5
Requisitos de Admisión	6
Objetivos y destinatarios específicos para cada curso	6
Modalidad:	7
Certificados y Diplomas	7
Requisitos Académicos	8
Financiamiento del Proyecto	8

Parte II

I.- Técnicas Avanzadas de Venta y Negociación	10
Principales Contenidos:	10
Docentes	13
II.- Programa de Formación en Conducción de Recursos Humanos	14
Principales contenidos:	14
Docentes	17
III.- Organización y Dirección de Negocios en la Agroindustria	18
Principales contenidos:	18
Docentes	20

Parte III

Valores de Inscripción:	22
Descuentos y Beneficios Especiales	22
Ventajas especiales para los alumnos	23
Procedimiento Administrativo	24
Inscripciones - matriculación.	24
Medios de Pago	25



Parte I

Caracterización del Proyecto

Introducción:

El sector agroalimentario

Hacia julio de 2005, la transformación ocurrida en la actividad económica pos-crisis parece consolidarse. Es razonable esperar que el modelo agro-exportador de producción primaria se consolide para un horizonte de mediano y largo plazo.

Somos testigos de cómo el sector termina de transformarse del histórico "mano de obra intensiva" al presente "capital intensivo" que - al menos en producción primaria - expulsa la tradicional mano de obra y a los pequeños productores.

Para productores y empresas se observa un constante aumento de los costos de explotación; reordenamiento en los precios relativos de la economía que afectan de manera especial a los bienes de capital, los insumos y los servicios.

Y como aspecto de coyuntura más destacado, la creciente burbuja inmobiliaria que hace impacto de lleno sobre el valor de los arrendamientos y de la propiedad de la tierra.

Se agrega una fuerte y creciente presión impositiva de un estado que ha elegido al sector agro-exportador como principal fuente de financiamiento, incluso sin haber explicitado políticas activas de apoyo o complementación.

Los precios de venta finales se forman en mercados extranjeros, con variables no influenciadas en lo absoluto. Los productores nacionales no tienen más opción que aceptarlos asumiendo costos de oportunidad o estando dispuestos a afrontar crecientes riesgos e inversiones para diferir en el tiempo la realización de las ventas.

El concepto tradicional de "producción intensiva" es lo que está cambiando ante nuestros ojos.

El sector agro-exportador se está convirtiendo en "extensivo" en el uso de la superficie, pero "intensivo" en el uso del capital, la tecnología, del conocimiento. A la vez, "selectivo" y "restrictivo" en el uso del factor trabajo.

Demanda cada vez menores proporciones de mano de obra, cada vez más especializada. El know-how requerido para la gestión y dirección de la organización de la empresa del sector agroindustrial es cada vez más sofisticado y especializado.

Toda esta situación que se consolida hace que se presente una interesante paradoja: aumento de la superficie cultivada, niveles de cosechas récord frente a rentabilidades unitarias marginalmente decrecientes.

Con esto, no puede más que esperarse mayor concentración de la actividad hacia los agentes económicos destacados, mayor uso del capital, mayor uso de la tecnología y del conocimiento. El efecto multiplicador hacia el resto de la economía no pasará ya por el productor primario; se ha iniciado un tiempo de oportunidades para la industria proveedora del sector, para las organizaciones que le brindan servicios y para los profesionales especializados.

Por otro lado, la mano de obra especializada ya no lo será solo en aspectos técnicos tradicionales. El nuevo escenario es de competencias y saberes no históricos en el sector, que más tienen que ver con el diseño, la organización y la gestión de organizaciones empresariales eficientes, dinámicas y proactivas.

Objetivo del Proyecto

Hacia la sociedad: Proponer, específicamente a los actores económicos de la cadena agroalimentaria, el desarrollo de competencias relacionadas al diseño, dirección y a la gestión de negocios.

Con esto aspiramos a que a través del conocimiento, las personas y las organizaciones tengan mayores y mejores posibilidades de identificar y aprovechar las oportunidades que – independientemente de lo complejo – el sector presenta.

Para nuestras instituciones: Una vez más, marcar la vanguardia, enseñar desde el ejemplo, desde la acción. No solo formar profesionales y técnicos en los saberes tradicionales que con comodidad manejamos.

Preocuparnos por ponernos un paso adelante, facilitar el camino a través de la educación. Complementarnos no solo para transferir el conocimiento; sino para cuestionarnos sobre la pertinencia de nuestra oferta, de nuestra visión de la realidad.

Asumir que compromiso social no se trata solo de poner foco en los sectores postergados, sino que simultáneamente hay que educar y entrenar a los actores que tienen el desafío y la oportunidad de convertirse en multiplicadores de la economía.

Desde este lugar haremos nuestro aporte hacia la creación de la riqueza nacional, de manera que cuando llegue el tiempo y la oportunidad del debate sobre la mejor y más justa política de distribución, nuestra opinión no solo tenga el peso de las instituciones que representamos, sino también el valor que se les reconoce a quienes hablan desde el compromiso, los antecedentes y la gestión.

Destinatarios:

Ejecutivos, empresarios y profesionales que se desenvuelvan en el sector agroalimentario.

Especialmente a miembros de empresas proveedoras de productos y servicios, pymes del sector.

Profesionales y técnicos de las Ciencias Agropecuarias, mayores de veinticinco años de edad.

Profesionales de otras disciplinas, mayores de veinticinco años de edad, especialmente si su quehacer está vinculado al sector.

Productores, prestadores de servicios y propietarios de PyMEs, con experiencia en la gestión, exclusivamente, mayores de 21 años de edad.



Requisitos de Admisión

No tiene requisitos académicos previos.

Los asistentes deberán ser mayores de 25 años de edad.

En el caso de personas de entre 21 y 25 años de edad, pertenecientes a pymes del sector, deberán presentar carta de recomendación de su empresa, según modelo según modelo provisto.

En todos los casos, los postulantes deberán completar un formulario de relevamiento de expectativas y antecedentes.

Objetivos y destinatarios específicos para cada curso

Técnicas Avanzadas de Venta y Negociación

Destinatarios:

Ejecutivos de cualquier nivel de la organización, que tengan responsabilidad sobre la gestión comercial de su empresa.

Personas que busquen prepararse y entrenarse para la gestión comercial.

Objetivo:

Formar y entrenar en técnicas de venta básicas y avanzadas.

Formar y entrenar en técnicas básicas y avanzadas de negociación con orientación comercial.

Entrenar para la gestión. Transferir tecnología de planificación y organización para la función comercial.

Programa de Formación en Conducción de Recursos Humanos

Destinatarios:

Propietarios, directivos, ejecutivos y supervisores.

A quienes tengan la responsabilidad de dirigir a otras personas.

A quienes busquen prepararse para dirigir a otras personas.

Objetivo:

Formar y entrenar en técnicas de conducción de recursos humanos:

Formar y entrenar en las funciones o responsabilidades básicas de quienes dirigen a otras personas: liderar, motivar, comunicar para coordinar acciones, desarrollar eficacia y productividad en el trabajo en equipo.



Organización y Dirección de Negocios en la Agroindustria

Destinatarios:

Propietarios, familiares, directivos y ejecutivos de empresas del sector.

Profesionales graduados de disciplinas no vinculadas a la administración de empresas.

Personas que busquen prepararse y entrenarse para la dirección de empresas.

Objetivo:

Formar y entrenar en técnicas de organización de empresas.

Formar y entrenar en técnicas de planificación.

Identificar las principales áreas funcionales de la organización y analizar los principios de gestión y los criterios para las principales decisiones.

Modalidad:

Presencial. Reuniones cada quince días. (Horario de 09:00 a 18:00).

Total de horas Presenciales: 120 hs (96 de curricula obligatoria y 24 de curricula electiva)

Agenda: Bloque 1: 09:00 a 13:00 / Bloque 2: 14:00 a 18:00

Cursos electivos: Se computan como válidos los bloques temáticos de otros cursos de este mismo proyecto y los Programas Articulados que dicta el Instituto de Formación Continua de la Escuela de Ejecutivos.

Los cursos del Instituto de Formación Continua de la Escuela de Ejecutivos se dictan en cuatro clases de tres horas cada uno. Los temas son diversos pero complementarios. Inician - al menos - tres cursos por mes. Información detallada en www.escueladeejecutivos.org/agenda

Total de Reuniones no electivas: Doce.

Certificados y Diplomas

Según se establece en la cláusula décimo segunda del convenio específico de colaboración entre la Facultad de Ciencias Agropecuarias UNC y la Escuela de Ejecutivos:

La Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba y la Escuela de Ejecutivos otorgarán conjuntamente un Certificado Analítico que informe el desempeño del alumno y un Diploma, únicamente para los casos en que se completen las exigencias curriculares, de asistencia y evaluaciones.

No está prevista la posibilidad de inscripción o asistencia a módulos independientes. No se entregarán certificados de asistencia a quienes no cumplan los requisitos académicos establecidos en el siguiente punto "Requisitos Académicos".

Requisitos Académicos

Para obtener el Diploma y el Certificado Analítico:

- ✦ Asistencia superior a 80 %. (Se computa por cada Bloque Temático).
- ✦ Dos exámenes parciales para cada Bloque Temático, metodología múltiple opción.
- ✦ Evaluaciones finales (monografías o trabajos prácticos), en cada Bloque Temático.
- ✦ Investigación bibliográfica, según consigna. Presentación y defensa de las conclusiones.
- ✦ Elaborar un proyecto de gestión (Plan de Negocios o Plan Comercial, según se indique en cada caso).

Control de asistencia y académico

Será responsabilidad de la Administración de la Escuela de Ejecutivos, quien informará semanalmente a la Facultad el avance en el desempeño de los Alumnos.

Financiamiento del Proyecto

Según se establece en las cláusulas **sexta, séptima y octava** del Convenio de Colaboración Específica celebrado entre la Facultad de Ciencias Agrarias UNC y la Escuela de Ejecutivos.



Parte II

Contenidos y Docentes de Cada Curso



I.- Técnicas Avanzadas de Venta y Negociación

Principales Contenidos:

- ✦ Técnicas de Venta.
- ✦ Técnicas de Negociación.
- ✦ Modelos Avanzados de Venta y Negociación.
- ✦ Técnicas de Gestión de Cobranzas.
- ✦ Organización del Proceso de Venta: Manual de Ventas - Plan de Ventas.
- ✦ Taller: Información y Control de Gestión
- ✦ Seminario: PNL
- ✦ Seminario: Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios.

Programa:

Módulo 1: Técnicas de Venta (16 hs. – Dos reuniones)

Parte I: El Proceso de Venta

Por qué compra la gente?
Las necesidades del cliente.
La decisión de compra en la mente del cliente.
La venta como un proceso de comunicación.
Principales componentes.

El vendedor profesional: Características.
Áreas de desarrollo: De la personalidad, de habilidades, de las técnicas, del desempeño.
El perfil: Apariencia, Conocimientos, Aptitudes, Actitudes.

Parte II: Principales Componentes

La prospección. Principales fuentes.
La entrevista y sus partes. Estructura de una conversación.
Las objeciones: concepto. Manejo de objeciones.
El cierre y sus tácticas.

Parte IV: Técnicas de Atención de Clientes.

La gestión de la calidad en el cara a cara.
El cliente que entra a nuestro local u oficina.
La visita al cliente en su domicilio.
Estructura de una conversación persona a persona.
Modelos de atención telefónica. Estructura de una conversación telefónica.

Parte III: El Arte de Vender

Módulo 2: Técnicas de Negociación. (16 hs – Dos reuniones)

Parte I: Conflicto y Negociación:

La naturaleza de los conflictos.
Tipos de conflicto.
Casos : diagnóstico de conflictos y diseño de estrategias para la negociación.

Dominar e integrar
Acordar e intercambiar
Casos: diagnóstico para la aplicación de las diferentes tácticas.

Parte II: Tácticas para el manejo de conflictos

Parte III: El marco para la negociación

El valor de la información



La planificación de la negociación.
Casos : la influencia del marco en los posibles resultados.

La creación de la relación y el clima adecuado.
Cómo aplicar el poder y la autoridad.
Cómo preguntar, cómo responder.

Parte IV: Técnicas para aumentar el poder negociador

Módulo 3: Modelos Avanzados de Venta y Negociación. (16 hs – Dos reuniones)

a.- Técnicas avanzadas de venta.

Parte I: Elementos de estrategia de negocios aplicados a la venta.

Concepto de commodity comercial y "comoditización" de los mercados.

Comoditización y competencia en precios.

Concepto de valor percibido por el cliente.
Relación con el precio de mercado.

Estrategias de competencia para mercados comoditizados o bastardeados.

La estrategia de gestión de nichos de mercado.

Diversificación de nichos de mercado.

Parte II: Diferenciación y construcción de argumentos de venta.

Relación entre "valor" y "valor percibido".

Técnicas para aumentar el valor percibido por el cliente.

Un "argumento de venta": qué es y cómo se lo construye.

Valor percibido, argumentación y diferenciación de los competidores directos y de sustitutos.
Las objeciones. Técnicas para rebatirlas.
Las objeciones y la construcción de argumentos.

b.- Modelos avanzados de negociación empresarial.

Parte I: Comunicación y Negociación

Los actos del lenguaje.

Cómo, a través del lenguaje, se forma se influye en la estructura mental de las personas

Parte II: Negociación y diseño de los componentes del proceso

Posiciones.

Diseño y dominio de la emocionalidad.

Emociones e Intereses en el Proceso Negociador.

Acuerdos, Propuestas y Alternativas para Cerrar con Éxito una Negociación.

Módulo 4: Técnicas de Gestión de Cobranzas. (16 hs – Dos reuniones)

Parte I: ASPECTOS RELACIONADOS CON LA ETAPA DE VENTA

Errores y omisiones más frecuentes al momento de la generación de la deuda.

Datos y verificaciones del cliente.

Ventas riesgosas.

Posventa.

Parte II: MORA TEMPRANA

Segmentación de cartera.

¿Cuándo y cómo cobrar?

¿Perder o no perder el cliente?

Gestión de Mora y morosidad "aceptable".

Formas de invitar al pago.

Parte III: NEGOCIACIÓN APLICADA

Negociar para cobrar: el valor del no conflicto.

Novación, pago en especie, quita, compensación.

Clases de deuda.

Lograr el Reconocimiento de deuda.

Cobrar a Entes públicos.

Parte IV: ASPECTOS JURÍDICOS

Capital + Intereses, ¿cuándo corresponden honorarios y gastos?



Carta Documento y otras herramientas perjudiciales.
Noción de Juicio Ejecutivo y medidas cautelares (embargos, etc.)
¿Cuándo conviene el concurso o la quiebra?
Tercerización de cobranzas y gestión de mora.

Avanzado 1: Calificación del Riesgo

Entrevista personal y visita al establecimiento
Renovación de la información
Estudio de aspectos contables

Estudio de aspectos jurídicos
Límite de crédito
Riesgos necesarios.

Avanzado 2: Índices de Morosidad

Venta riesgosa
Cliente riesgoso
Índice de morosidad aceptable
Mitos sobre la mora
Control del límite de crédito
Alarmas de morosidad.

Módulo 5: Organización del Proceso de Venta: Plan de Ventas - Manual de Ventas (16 hs – Dos reuniones)

Parte I: Dirección efectiva de reuniones de venta

Uso de la reunión de venta para la capacitación del equipo.
Establecer el objetivo de la reunión.
Dinámica de grupos y habilidades de discusión en grupos.
Cómo fomentar la participación.
Técnicas de conducción de reuniones

Parte II: Plan de Ventas

Planificación y planificación estratégica. Proceso.
Plan de ventas.
La definición de objetivos.
Búsqueda de información.

Análisis de la posición competitiva.
Construcción de argumentos y elementos de diferenciación.
Análisis y asignación de zonas.
Posibilidades de crecimiento.
Tablero de comando en gestión de ventas.

Parte III: Manual de Ventas

El sentido del manual de ventas.
Definición de objetivos y estándares de gestión.
Características de productos, segmentación.
Técnicas de prospección y seguimiento.
El manual del vendedor como herramienta de capacitación.

Talleres y Seminarios

Taller: Información y Control de Gestión - 8 hs 1 Reunión -

Seminario: Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios - 8 hs 1 Reunión -

Docentes

Módulo	Tema	Docente
1	Técnicas de Venta	Alejandro Wald
1	Técnicas de Venta	Alejandro Wald
2	Técnicas de Negociación	Miguel Macalusso
2	Técnicas de Negociación	Miguel Macalusso
T1	Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios	Gabriel Mello
3	Modelos Avanzados de Venta y Negociación	Ignacio Moyano
3	Modelos Avanzados de Venta y Negociación	Miguel Macalusso
4	Técnicas de Gestión de Cobranzas	Carlos Martiniau
4	Técnicas de Gestión de Cobranzas	Carlos Martiniau
T2	Información y Control de Gestión	Jorge Dutto
5	Proceso de Venta	Alejandro Wald
5	Proceso de Venta	Alejandro Wald

II.- Programa de Formación en Conducción de Recursos Humanos

Principales contenidos:

- ✦ Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas.
- ✦ Conducción: Liderazgo
- ✦ Conducción: Comunicación.
- ✦ Trabajo en Equipo y Dirección de Reuniones.
- ✦ Conducción: Técnicas de Motivación. Técnicas de Delegación.
- ✦ Seminario: Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios.
- ✦ Taller: Organización del Tiempo.
- ✦ Taller: Control de Gestión.

Programa:

Módulo 1: Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas en el Sector Agroindustrial (16 hs. – Dos reuniones)

Parte I: Planificación

El proceso administrativo.
 Relación entre la función planificación y la función control.
 Planificación, planificación estratégica y planificación estratégica competitiva.
 Los objetivos. Características y componentes.
 Claves a la hora de fijar objetivos de gestión.
 Claves para controlarlos

Parte II: El Proceso de Planificación

Componentes del plan estratégico.
 El entorno como condicionante.
 Análisis de contingencias. Riesgo operativo y riesgo de contexto: Cómo se gestiona cada uno.
 Fortalezas-Debilidades / Amenazas-oportunidades como método de análisis de entorno.

Estrategias y tácticas.
 Cronogramas y presupuestos.

Parte III: Organización

La función organización.
 Principios de organización.
 Estructura formal.
 Organización informal.
 Tipos de organización formal. Sus ventajas y desventajas.

Parte IV: Organización y Gestión

División funcional. Especialización de tareas.
 Técnicas para diseñar estructuras flexibles.
 Criterios para la evaluación del desempeño de las estructuras.
 Departamentalización. Criterios, ventajas y desventajas.

Módulo 2 - Conducción: Liderazgo (16 hs. – Dos reuniones)

Parte I: Liderazgo (Sobre el poder en las organizaciones)

Poder y fuentes de poder en las organizaciones.
 El poder y los objetivos de las organizaciones.

Técnicas para el desarrollo del liderazgo.
Estilos de liderazgo.
Liderazgo. Definición y fuentes.
Liderazgo y "promesas".
El arte de la promesa efectiva y transformadora.

Parte II: Autoridad

Autoridad. Definición y fuentes.

Cómo generar y gestionar liderazgo y autoridad en las organizaciones.

Cómo construir círculos virtuosos entre autoridad y liderazgo.

Teorías y modelos.

La construcción del liderazgo en la práctica organizacional. Clavés de gestión.

El afianzamiento de la autoridad en la práctica organizacional. Clavés de gestión.

Módulo 3 - Conducción: Comunicación (16 hs. - Dos reuniones)

Parte I: La comunicación en las organizaciones

La comunicación como proceso.
Elementos del proceso.
Modelos tradicionales.
El sentido de la comunicación en las organizaciones

Parte II: Comunicación y productividad

Comunicación para la coordinación de acciones.

Comunicación para lograr ambientes productivos, efectivos y armoniosos.

Cómo utilizar la comunicación como fuente de liderazgo.

Cómo desarrollar el poder, cómo desarrollar la confianza.

Los actos del lenguaje.

La comunicación como principal herramienta para el desarrollo del liderazgo.

Módulo 4 - Conducción: Técnicas de Motivación. Técnicas de Delegación. (16 hs. - Dos reuniones)

Parte I: El comportamiento humano en las organizaciones

El compromiso de la gente.
Comportamiento humano. El rendimiento.
Diferentes teorías. Jerarquía de necesidades, motivación - higiene, características del puesto.
Causas que producen desmotivación.
Conductas que generan motivación.
Motivación e incentivos.

Parte II: Modelos

Técnicas de motivación.
Análisis de valor de los factores elementales.
Plan de carrera.

Motivación de las personas a través de su propio desarrollo.

Enriquecimiento de puesto.

Parte III: La práctica de la delegación

Modelos de diagnóstico: ¿Cuándo es posible delegar?.

¿En quién es posible delegar?.

Confiabilidad y madurez de los colaboradores: Cómo desarrollarlas e incrementarlas.

Parte IV: Técnicas

Empowerment .
Etapas del proceso.
La delegación invertida .

Módulo 5 – Trabajo en Equipo y Diseño de la Emocionalidad en las Organizaciones
(16 hs. – Dos reuniones).

a.- Trabajo en Equipo

Parte I: El trabajo en equipo que las organizaciones necesitan

Características de un grupo.
Colaboración Vs. Competencia.
Etapas en la evolución de un grupo.
Lo propio y lo grupal.
La fijación de objetivos

Parte II: Dirección de reuniones

Elementos de planificación y diseño de reuniones.
Objetivos y agenda.
Roles, características.
Productividad.
Claves de gestión de la dirección de reuniones.

b.- Diseño y dominio de la emocionalidad en las organizaciones.

Parte I: Reconstrucción Lingüística de Emociones

Aplicación de la Ontología del Lenguaje y la Programación Neurolingüística al descubrimiento y rediseño de las emociones y estados de ánimo.
Reconstrucción lingüística de las emociones

Parte II: Las Emociones básicas

Los patrones efectores de las emociones básicas: alegría, enojo, tristeza, ternura, miedo y aceptación.
Las emociones complejas: el resentimiento, la resignación, el optimismo y el entusiasmo.
Aprendizaje y práctica de los modelos de centrado corpóreo emocional: cómo pasar rápidamente de cualquier emoción negativa a la paz.
Diseño de emociones para diferentes circunstancias_ comunicación empática, liderazgo, negociaciones complicadas, motivación, delegación.

Talleres y Seminarios

Seminario: Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios. - 9hs 1 Reunión -

Taller: Control de Gestión – Cuadro de Mando - 9hs 1 Reunión -



Docentes

Módulo	Tema	Docente
1	Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas.	Enzo Tártara
1	Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas.	Enzo Tártara
2	Liderazgo	Flavia Miscevich
2	Liderazgo	Flavia Miscevich
3	Comunicación	Miguel Macalusso
3	Comunicación	Miguel Macalusso
4	Motivación y Delegación	Flavia Miscevich
4	Motivación y Delegación	Flavia Miscevich
T1	Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios	Gabriel Mello
5	Trabajo en Equipo	Alejandro Wald
5	Diseño de la Emocionalidad	Miguel Macalusso
T2	Cuadro de Mando	Jorge Dutto

III.- Organización y Dirección de Negocios en la Agroindustria

Principales contenidos:

1. Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas.
2. Estrategia Competitiva y Gestión de Marketing
3. Sistemas de Costos, Presupuestación y Tablero de Control.
4. Gestión Financiera.
5. Conducción de Recursos Humanos.
6. Seminario: Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios.
7. Taller: Plan de Negocios.
8. Taller: Técnicas de Trabajo en Equipo

Programa:

Módulo 1: Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas (16 hs. – Dos reuniones)

Parte I: Planificación

El proceso administrativo.
Relación entre la función planificación y la función control.
Planificación, planificación estratégica y planificación estratégica competitiva.
Los objetivos. Características y componentes.
Claves a la hora de fijar objetivos de gestión.
Claves para controlarlos

Parte II: El proceso de Planificación

Componentes del plan estratégico.
El entorno como condicionante.
Análisis de contingencias. Riesgo operativo y riesgo de contexto: Cómo se gestiona cada uno.
Fortalezas-Debilidades / Amenazas-opportunidades como método de análisis de entorno.

Estrategias y tácticas.
Cronogramas y presupuestos.

Parte III: Organización

La función organización.
Principios de organización.
Estructura formal.
Organización informal.
Tipos de organización formal. Sus ventajas y desventajas.

Parte IV: Organización y gestión

División funcional. Especialización de tareas.
Técnicas para diseñar estructuras flexibles.
Criterios para la evaluación del desempeño de las estructuras.
Departamentalización. Criterios, ventajas y desventajas.

Módulo 2: Estrategia Competitiva y Gestión de Marketing (16 hs. – Dos reuniones)

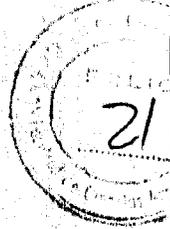
Parte I: Estrategia Competitiva

Estrategias competitivas genéricas.
Ventaja competitiva.
Cadena de valor.

Asociatividad

Parte II: Modelos

Posicionamiento.
Criterios de segmentación de mercados.



Desarrollo de mercados.
Análisis de mezcla de mercados y productos.

Parte III: Mezcla de Marketing

Las decisiones de marketing.
Técnicas para la fijación de precios.
Competencia en precios.

Valoración de segmentos objetivo.
Promoción.
Análisis de producto.

Parte IV: Gestión de Marketing

Marketing operativo y marketing estratégico.
Plan de marketing.

Módulo 3: Sistemas de Costos, Presupuestación y Tablero de Control (16 hs. – Dos reuniones)

Parte I: Conceptos de Costos

Conceptos de costos.
Directos e indirectos.
Fijos y variables.
Análisis de punto de equilibrio.

Parte II: Métodos de análisis de costos

Sistemas tradicionales.
Asignación de costos.
Costos basados en actividades.

Parte III: Presupuestación

Elementos de un presupuesto.
Criterio económico y financiero.
Principales indicadores.

Parte IV: Tablero de Control

El sentido del control.
Cuadro de mando integral.
Cómo construirlo.
Cómo identificar indicadores relevantes.

Módulo 4: Gestión Financiera y Criterios de Evaluación de Proyectos. (16 hs. – Dos reuniones)

Parte I: Elementos

Cálculo del interés. Tasas reales, nominales y equivalentes.
Decisiones financieras: inversión, financiamiento y distribución de utilidades.

Parte II: Valoración del riesgo

Concepto de riesgo.
Riesgo empresarial, económico y financiero.
Valoración de las alternativas de financiamiento.

Parte III: Flujos de fondo

El valor del dinero en el tiempo.
Presupuesto de caja.
La construcción de flujos de fondo.

Parte IV: Criterios de evaluación de proyectos

Periodo de recupero.
Tasa interna de retomo.
Valor presente neto.

Módulo 5: Conducción de Recursos Humanos. (16 hs. – Dos reuniones)

Parte I: Liderazgo

El poder en las organizaciones.
Liderazgo y autoridad.
Técnicas para desarrollarlos

Parte II: Comunicación

El sentido de la comunicación en las organizaciones.
Barreras y filtros. Cómo neutralizarlos.
Elementos de ontología del lenguaje.

Los actos del lenguaje.

Parte III: Motivación

El compromiso de la gente.
Modelo de Maslow.
Modelo de Herzberg.
Enriquecimiento de puesto.
Plan de desarrollo de carrera.

Parte IV: Delegación

Desarrollo de subordinados.

Empowerment.
Técnicas de dirección de reuniones.

Claves en la técnica de delegación de responsabilidades.

Talleres y Seminarios

Seminario: Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios. - 9hs 1 Reunión -

Taller: Plan de Negocios. - 9hs 1 Reunión -

Docentes

Módulo	Tema	Docente
1	Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas	Ignacio Moyano
1	Elementos de Planificación Estratégica y Organización de Empresas	Ignacio Moyano
T1	Gestión de la Ética en el Mundo de los Negocios	Gabriel Mello
2	Estrategia Competitiva y Gestión de Marketing	Tristana Barseghian
2	Estrategia Competitiva y Gestión de Marketing	Tristana Barseghian
3	Sistemas de Costos, Presupuestación y Tablero de Control	Enzo Tártara
3	Sistemas de Costos, Presupuestación y Tablero de Control	Enzo Tártara
4	Gestión Financiera y Criterios de Evaluación de Proyectos	María Laura Salvador
4	Gestión Financiera y Criterios de Evaluación de Proyectos	María Laura Salvador
5	Conducción de Recursos Humanos.	Flavia Misceovich
5	Conducción de Recursos Humanos.	Flavia Misceovich
T2	Plan de Negocios.	Tristana Barseghian



Parte III

Aspectos Administrativos y Valores de Inscripción



Valores de Inscripción:

A.- Matrícula:

\$ 90. - al momento de la reserva o inscripción.

B.- Curso:

El valor de la inscripción puede ser abonado mediante alguna de las siguientes formas:

- Un pago de \$1690
- Tres Pagos \$ 576
- Seis Pagos \$ 322
- Doce Pagos \$165

Descuentos y Beneficios Especiales

Veinte por ciento (20 %)

- Graduados de la Facultad de Ciencias Agropecuarias UNC
- Ex alumnos de la Escuela de Ejecutivos. (Programas Seniors, Articulados o Posgrados).
- Miembros de empresas que hayan celebrado acuerdos de afinidad o Convenios de Transferencia de Tecnología con la Facultad de Ciencias Agropecuarias UNC.
- Miembros de empresas que hayan celebrado acuerdos de afinidad con la Unidad de Acuerdos Corporativos de la Escuela de Ejecutivos.
- Dos personas que se inscriban simultáneamente al mismo o diferentes programas.

Diez por ciento (10 %)

- Miembros del Instituto de Formación Continua de la Escuela de Ejecutivos. (Registros anteriores al 1/06/2005)
- Miembros de empresas que hayan realizado actividades de capacitación interna con la Escuela de Ejecutivos.
- Referidos de ex-alumnos o graduados de la Facultad de Ciencias Agropecuarias UNC (Con nota de recomendación).
- Referidos de antiguos alumnos de la Escuela de Ejecutivos (Con nota de recomendación).

Los descuentos no son acumulativos. En caso de poder aplicarse más de uno, el participante podrá optar por el que más lo beneficie.

La inscripción incluye:

- Manuales.
 - Material de clase y guías de estudio.
 - Contenidos Directamente Relacionados.
 - Jornadas Especiales Obligatorias
 - Jornadas Especiales Complementarias.
 - Bloque Temático Electivo
- Derecho a exámenes obligatorios.
 - Derecho a exámenes recuperatorios.
 - Seguro de diferimiento de pagos. (1)
 - Sistema de Clearing Académico. (2)
 - Copia electrónica de todo el material impreso.

No incluye

Trámite de Diplomatura. (\$ 30.-, una vez que el alumno acredite haber cumplido con las exigencias académicas de su programa).

Ventajas especiales para los alumnos

(1) Seguro de Diferimiento de Pagos

En el caso de que, por cualquier motivo, el alumno se viera imposibilitado de abonar las cuotas mensuales, estas se diferirán por tres meses, sin recargo ni costo administrativo de ninguna índole.

(2) Sistema de Clearing Académico

En el caso de que el alumno no pudiera continuar el cursado puede diferir su programa para el año siguiente; cambiar de programa, enviar otra persona en su lugar. Todo esto, sin costo adicional.

Procedimiento Administrativo

Inscripciones - matriculación.

Las inscripciones se realizarán exclusivamente con el pago del valor de la matrícula.

A diferencia del valor del Programa, que se abonará en sede de la Facultad; la matrícula de inscripción deberá ser pagada por el alumno en la Administración de la Escuela de Ejecutivos, ya sea personalmente o a través del habitual servicio de mensajería que utiliza la Escuela para este fin.

Estos ingresos por el pago de matrícula serán asignados por la Escuela de Ejecutivos al pago de comisiones a agentes de ventas. Por lo tanto, no se aplicará la distribución que se establece en la Cláusula DÉCIMA del ACTA ACUERDO ENTRE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA Y LA ESCUELA DE EJECUTIVOS

Formularios

Para inscribirse los alumnos deberán completar:

- Formulario de Solicitud de Inscripción.
- Formulario de Relevamiento de Antecedentes y Expectativas.

Las inscripciones pueden realizarse:

a) Personalmente en:

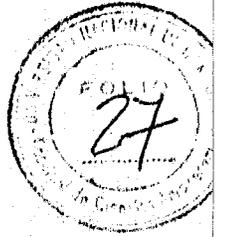
- Sede de la Escuela de Ejecutivos. La Rioja 1175 Córdoba. De lunes a viernes de 09:30 a 20:00 hs.
- Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba. Avda. Valparaíso s/n Piso 2. Ciudad Universitaria, de lunes a viernes de 09:00 a 13:00 hs.

b) Telefónicamente:

- (0351) 4258325 / 4178585
De lunes a viernes de 9:30 a 20:00
- (0351) 4334103/05 int. 506
De lunes a viernes de 09:00 a 13:00 hs.

c) Internet:

<http://www.escueladeejecutivos.org/formulario/inscripcion.htm>
inscripciones@escueladeejecutivos.org



Medios de Pago

Los pagos correspondientes al valor del curso, ya sea en único pago o mediante financiación en cuotas, deberán ser realizados por los Sres. Alumnos ante el Área Económica Financiera de la Facultad, en el horario de Lunes a Viernes de 9:00 a 13:30 hs.

La Facultad podrá habilitar una Caja de Ahorros a fin de facilitar el trámite de pago de los Sres. Alumnos.

La financiación podrá ser realizada:

- A través cheques diferidos, a los valores arriba indicados.
- A través de documentos, a sola firma. (En el caso de mora superior a los 60 días por parte del alumno, la Facultad procederá a endosarlos a nombre de la Escuela de Ejecutivos, para que esta se ocupe de la gestión de recupero de los mismos).