



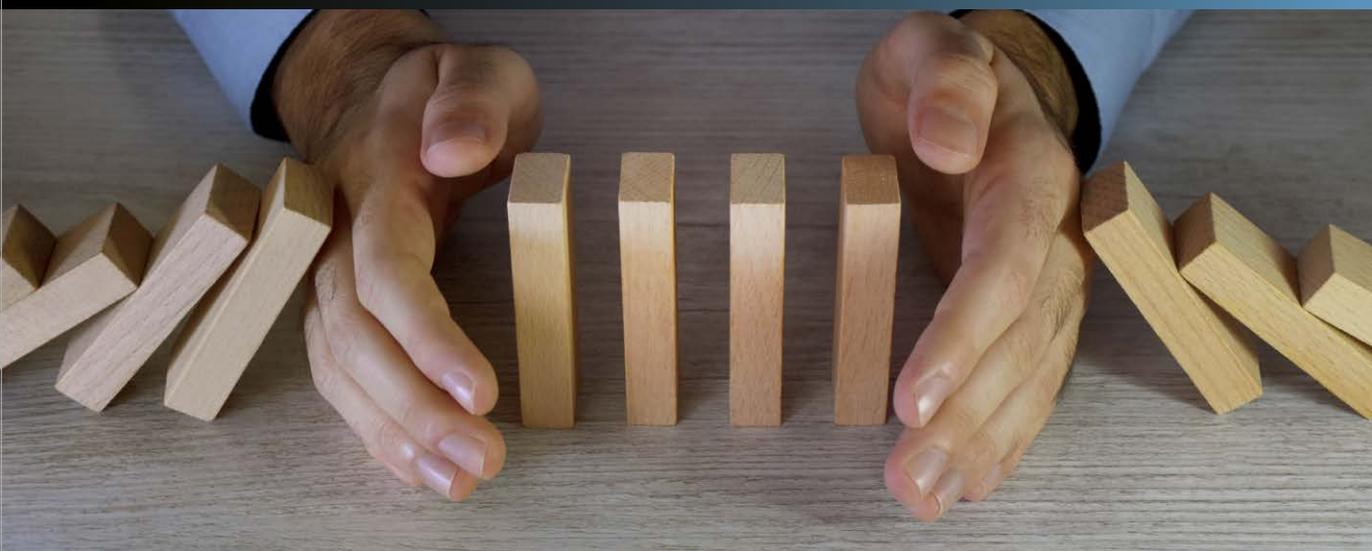
Diplomado en

HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN COMERCIAL

CURSO 1
COMUNICACIÓN Y
GESTIÓN DE CRISIS

CURSO 2
NEGOCIACIÓN
COMERCIAL

CURSO 3
FUNDAMENTOS DE EXPERIENCIA
DE CLIENTES



Curso
**COMUNICACIÓN
Y GESTIÓN DE CRISIS**

Con estos cursos los alumnos pueden enriquecer sus competencias profesionales y adquirir nuevas aptitudes a un menor costo y sin la rigidez horaria de los cursos presenciales. Su enfoque es eminentemente práctico y está orientado a desarrollar criterios para la toma de decisiones.

La excelencia académica de estos cursos está respaldada por el prestigio de la Escuela de Negocios, N° 1 en Chile, desde 2009, y dentro de las dos primeras de Latinoamérica según el ranking de MBA que elabora la revista AméricaEconomía.

OBJETIVOS

El curso Comunicaciones y Gestión de Crisis está orientado a desarrollar las herramientas conceptuales, analíticas y prácticas para gestionar la crisis de confianza y los escenarios de controversia que enfrentan las organizaciones.

Más específicamente permite disponer de un sistema de gestión de crisis por el cual reconocer sus factores estructurales, ciclos y patrones, identificar las fuentes de poder que la definen, y dar cumplimiento a las 3C o claves del Mensaje de Crisis siguiendo modelo de Regester y Larkin (2002).

METODOLOGÍA

La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de Foro de la Clases de discusión entre los participantes del curso.

El curso tiene una duración de 5 semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias, la participación en los Foro de la Clases y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo.

CONTENIDOS

- Análisis de Entorno de un problema
- Modelos de comunicación ante un problema
- El problema y como reconocerlo
- La pre-crisis y gestión de un problema
- La crisis vs. problema
- La planificación de lo inesperado
- La gestión comunicacional de la crisis
- Liderazgo y gestión de la crisis

PROFESOR



Juan Cristóbal Portales

Doctor en Comunicación Política, Universidad Complutense de Madrid, España. MSc. Political Communication, London School of Economics. Periodista, PUC. Especialista en las áreas de medios de comunicación, comunicación estratégica y política, comunicación interna, marketing estratégico, gestión de crisis y controversias. Asesor en diversas instituciones públicas (Ministerio de Agricultura, Senado de la República, Ministerio de Salud, entre otros), campañas internacionales (Colombia, Ecuador, Haití, República Dominicana), además de consultor en más de 20 proyectos en empresas nacionales y multinacionales, destacándose en Generadoras de Chile, ENAP, ENGIE, Diageo, Bavaria SabMiller, SGS, Bermello, Ajamil & Partners, Unilever, en áreas de desarrollo organizacional interno, desarrollo estratégico de RR.HH, comunicación estratégica con stakeholders y gestión de crisis.



Curso **NEGOCIACIÓN COMERCIAL**

En una sociedad cada vez más diversa, compleja y dinámica, las negociaciones se convierten en una competencia fundamental. La riqueza de nuestras relaciones y la propia definición de nuestros intereses, complementado con la adquisición de herramientas y métodos efectivos, nos permitirán conseguir acuerdos valiosos, constructivos y de largo plazo.

Sin embargo, suele ocurrir que la inseguridad y ansiedad dificultan el éxito de las negociaciones, por lo que debemos aprender a enfrentar estos problemas y aceptar el hecho de que no existen dos situaciones ni dos negociadores iguales, adaptándonos a esas diferencias de forma realista e inteligente y sin perder la ética ni el respeto propio. Solo se podrán reducir las inseguridades y la ansiedad si logramos complementar la reflexión con la práctica.

OBJETIVO

En la búsqueda de una nueva forma de interactuar con otros, ir más allá de lo teórico y transformar la experiencia en algo vivo que pueda permanecer en sus vidas incluso a nivel personal.

METODOLOGÍA

La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de Foro de la Clases de discusión entre los participantes del curso.

El curso tiene una duración de 5 semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias, la participación en los Foro de la Clases y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo.

CONTENIDOS

- Introducción y estilos de resolución de conflictos
- Intereses posiciones y alternativas
- Negociación distributiva y colaborativa
- La preparación para negociar y las habilidades para su éxito
- Habilidades emocionales en la negociación
- Habilidades Comunicacionales y escucha activa
- Habilidad relacional y Confianza
- Creatividad para mejorar opciones

PROFESOR



Ricardo Úbeda

Doctor en Economía y Finanzas, Universitat Ramón Llull, España. Profesor Titular e Investigador de la Escuela de Negocios UAI. Profesor visitante-colaborador University of San Francisco, EE.UU., Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, México, Fu Jen University, Taipei, Taiwán y ADEN International Business School en Honduras, El Salvador y Guatemala. Sus ámbitos de actividad consideran análisis financiero, modelamiento de negocios y sistemas de control de gestión, diseño de organizaciones de abastecimiento. En este contexto ha asesorado más de 50 empresas pymes y multinacionales en España, Chile, Colombia, China, Estados Unidos, Perú, Francia entre las que destacan, Claro, Entel, Salfacorp, Celima, Minera Pelambres, Larraín Vial, Aramark, Banco Santander, La Polar, Codelco, Repsol, Endesa, Televisión de Cataluña, Bodegas Torres, Agro Berries, Sol Meliá, NuSkin, Almirall Prodesfarma, Arborna Ausonia, Aldingás y Quimipiel entre otras.



Curso

FUNDAMENTOS DE EXPERIENCIA DE CLIENTES

El curso Fundamentos de Experiencia de Clientes busca ofrecer un proceso de diseño de experiencias y servicios reales, que permita a los participantes comprender, planificar, diseñar e implementar estos procesos y herramientas en sus organizaciones, desde la comprensión profunda del cliente y del análisis del mercado. Al mismo tiempo, permitir el aprendizaje y la aplicación de las herramientas de investigación, diseño, creación e implementación pertinentes para un proceso de esta naturaleza.

OBJETIVOS

- Identificar la evolución de la orientación al cliente según la estrategia definida por la empresa
- Identificar los conceptos básicos que permiten entender las experiencias como enfoque de gestión y su relación con los servicios.
- Identificar los elementos de la calidad de servicio, usando el plan de satisfacción del cliente.
- Elaborar un modelo de satisfacción y percepciones, según la definición de estrategia definida por la empresa.
- Identificar los elementos que hay que considerar a la hora de diseñar y poner en marcha las experiencias.
- Ejecutar los componentes de la oferta de servicio, según el plan de diseño de la compañía.
- Examinar el rol de personas y procesos de soporte en la entrega del servicio o experiencia.
- Aplicar herramientas de diseño, usando el plan estratégico de satisfacción de clientes actual.

METODOLOGÍA

El curso es 100% online asíncrono, i.e. no hay clases en vivo ni horarios. En la plataforma encontrarás cápsulas con contenido audiovisual, lecturas obligatorias, complementarias, y evaluaciones por cada unidad.

CONTENIDOS

- Introducción a la atención orientada al cliente
- Servicios y experiencia ¿De qué estamos hablando?
- Dimensiones de la calidad en la prestación de servicio
- Los clientes
- Elementos básicos del diseño de servicios y experiencias
- La oferta
- Los soportes
- Reflexiones

PROFESOR



Claudio Mundi

Administración Pública, Universidad de Chile. Diploma en Administración de Empresas, Universidad Adolfo Ibáñez. Entre 1993 y 1996 trabajó para USAID, la Agencia para Desarrollo Internacional de los Estados Unidos, donde fue responsable por la supervisión de una cartera de proyectos de cooperación, entre los cuales destaca el programa de apoyo a la Reforma Procesal Penal chilena a través de la Corporación de Promoción Universitaria. Ha trabajado en Admiark Gfk, eClass y en la consultora Praxis, dedicada a la gestión de experiencia de cliente. Actualmente es asesor independiente en temas de diseño de estrategias de servicio, diseño de sistemas de monitoreo de clientes y diseño de experiencias. Profesor e Investigador del Centro de Experiencias y Servicios UAI.