



# Gerenciando El Cambio

Desarrollando una organización en tiempo de crisis

## Desarrollo Organizacional

El comportamiento organizacional investiga la interacción entre individuos, grupos, estructuras y variables organizacionales, para describir, entender, predecir y proponer las mejores estrategias para desarrollar las actividades humanas en el trabajo.

Su objetivo es mejorar la efectividad en el trabajo, en la administración de personal, así como en la organización en general.

“Para el logro de la efectividad, cada empresa debe buscar el equilibrio entre:

- \* El logro de sus objetivos
- \* Su funcionamiento
- \* La obtención de sus recursos y
- \* La satisfacción personal de sus constituyentes.

Estos son los cuatro criterios genéricos de la efectividad organizacional en continuo avance y capacitación”.

Somos asesores y hacemos los seminarios a la medida de las organizaciones, pero hemos preparado un currículo de 5 seminarios.

Estos seminarios son:

- 1-Seminario Principios y Hábitos de la gente efectiva.
- 2- Seminario de Gerencia y Toma de Decisiones.
- 3- Fundamentos de Mercadeo.
- 4- Fundamentos de Ventas.
- 5- El Plan de Mercadeo.

También desarrollamos un seminario para motivar a las personas a que sean emprendedores: Seminario para nuevos emprendedores cristianos.

**1-Seminario Principios y Hábitos de la gente efectiva:** Contempla 4 principios de conducta y 7 hábitos que toda persona debe tratar de adquirir y desarrollar en su vida.

**Principios:**

- \*Control de tu vida.
- \*Interacción.
- \*Equilibrio Personal-Profesional.
- \*Integridad.

**Hábitos:**

- \*Ser Proactivo.
- \*Comienza con el fin en mente. La Visión y Misión.
- \*Poner de Primero lo Primero.
- \*Pensar en Ganar - Ganar.
- \*Escucha y Explica. Entender y después ser entendido.
- \*Cooperación. Crear Sinergismo.
- \*Renovación y mejora continua.

**2- Seminario de Gerencia y Toma de Decisiones:** Contempla principios básicos que debe conocer toda persona que tiene responsabilidades dentro de la organización.

Definiciones de Gerente y Gerencia.

Bases de la Gerencia.

Complejidad de la Gerencia.

Funciones y Habilidades del Gerente:

Atributos del Gerente: Lo que debe estimular. Lo que no debe permitir.

Objetivos a futuro: Ayer y Hoy.

Factores críticos del éxito.

Filosofía de la empresa.

Por qué de la Toma de Decisiones.

Tipos de niveles de decisiones.

Tipos de estilos de decisiones.

Variables y Limitaciones.

Clasificación de los problemas.

Elementos presentes en la Toma de Decisiones:

\*Autoridad.

\*Poder.

\*Conflicto.

Comunicación

Liderazgo

Delegación de atribuciones y responsabilidades

Evaluación y aceptación al cambio.

**3- Fundamentos de Mercadeo:** Conocimientos básicos del área de mercadotecnia, con lo cual se puede implementar el Plan de Mercadeo.

### **1-Concepto de Mercadeo.**

1.1-Elementos de la mercadotecnia.

1.2-Enfoque de la mercadotecnia.

### **2-El Sistema de Mercado.**

2.1- Análisis del Sistema de Mercado.

2.2-Principales participantes del microambiente de la compañía.

### **3-Las variables Incontrolables.**

3.1-Demograficas.

3.2-Económicas.

3.3-Ambiente Natural.

3.4-Ambiente Tecnológico.

3.5-Ambiente Político.

3.6-Ambiente Cultural.

#### **4-Las Variables Controlables.**

4.1- Producto.

4.2-Precio.

4.3-Plaza o mercado.

4.4-Producto.

#### **5-El Consumidor.**

5.1-Características personales del consumidor.

5.2-El Proceso de decisión de compra.

#### **6-Segmentación de Mercado.**

6.1-Enfoque de los mercados.

6.2- Etapas de la mercadotecnia de mercados meta.

6.3-Posicionamiento.

7- El Producto.

7.1-Atributos, marca, el empaque, el etiquetado.

7.2- Línea de Productos.

7.3-Extensión de la línea de productos.

#### **8- Ciclo de la vida del producto.**

8.1-Desarrollo del producto.

8.2-Introducción.

8.3-Crecimiento.

8.4-Madurez.

8.5-Declinación.

9-Canales de Distribución.

9.1-Importancia.

9.2-Funciones.

9.3-Determinantes de la escogencia.

**10-Introduccion del Plan de Mercadeo.**

#### **4- Fundamentos de Ventas**

1-La Superación Personal del Vendedor.

1.1-La motivación personal.

1.2- Hábitos y Actitudes.

1.3- El Poder de la Imaginación.

1.4- Fijación de Metas.

1.5- El Retardo.

1.6- Personalidad del Vendedor exitoso.

2- Pasos de Las Ventas

3- La Actitud de las personas es la diferencia.

4- Conducta del Consumidor.

5- satisfacción y fidelidad.

**5- El Plan de Mercadeo:** El Plan de Mercadeo es una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. Así tenemos que el Plan Estratégico de Mercadeo forma parte de la planificación estratégica de una compañía.

**1 - Resumen Ejecutivo**

**2 - Análisis de la Situación**

2.1-Análisis de la Organización

2.2-Análisis de las Ventas

2.3-Análisis de la Competencia

2.4-Análisis de los Clientes

2.5-Supuestos para Planificar

2.6-Presupuesto

### **3- Objetivos**

3.1- Objetivos Corporativos

3.2- Objetivos de la División

3.3- Objetivos de Mercadeo

3.4- Objetivos de los Programas

### **4- Estrategias de Mercadeo**

4.1- Alternativas Estratégicas

4.2- Cliente-Objetivo

4.3- Competidores- Objetivo

4.4- Estrategia Central

### **5- Programas de Mercadeo**

5.1- Precios

5.2- Publicidad y Promoción

5.3- Ventas y distribución

5.4- Mercadeo directo

5.5- Mercadeo por Internet y Redes

6- Desarrollo del producto

7- Servicio

8- Investigación de mercados

### **6- Documentos Financieros**

6.1- Presupuestos

6.2- Estados Financieros pro-forma

## **7- Monitoreo y Control**

7.1 Datos Secundarios

7.11. Informes de ventas

7.12. Pedidos

7.2- Información Primaria

7.2.1. Informes de ventas

## **8- Planes De Contingencia y Otros Documentos Misceláneos**

8.1- Planes de Contingencia

8.2- Estrategias alternativas a considerar

8.3- Misceláneos

**6- Seminario para nuevos emprendedores cristianos:** Está diseñado para descubrir potenciales empresarios, rompiendo el paradigma del “Yo no puedo”, explicado con historias de la Biblia y casos de estudio de situaciones empresariales.

En la práctica se les ayuda a plasmar y organizar sobre el papel las ideas creativas de negocios que Dios le ha dado a muchos de los asistentes, en otros despertara el interés y la oportunidad de comenzar nuevos negocios que les aumente los ingresos familiares y sean además columnas financieras de la iglesia.

A una persona que no es financieramente libre, se le hace más difícil servir en la iglesia.

Temas del Seminario:

1- Importancia del conocimiento.

1.1- Jesucristo el Ejecutivo.

2- Rompiendo paradigmas.

2.1- Los paradigmas guían nuestra conducta.

2.1.1- Caso de la mujer joven/mayor

2.2- La vida no es cara en Venezuela, lo que pasa es que usted no genera suficiente dinero.

2.3- Pobre del que no ha fracasado porque no ha intentado nada.

2.4- Cambia tu manera de pensar para que cambie tu manera de vivir.

2.4.1- Caso esclavo, príncipe y rey.

3- El día es hoy y el momento ya.

3.1-Caso de Moisés / Josué.

4- ¿Con quién me asociare?

4.1-Caso de los Reyes y la muralla.

5- Liderazgo del Siglo XXI.

6- Conceptualizando la empresa.

6.1- Visión, misión, objetivos, principios y organigrama.

6.2-Correr detrás del éxito, no del dinero.

6.3-Caso de un millonario no integro.

6.4-Suicidio entre millonarios y personas de éxito financiero.

7- Fundamentos de Mercadeo.

7.1- Producto, Precio, Plaza, Promoción, Canales de distribución.

7.2- Posicionamiento de la mente del consumidor.

8- Fundamentos de Ventas.

9- Fundamento de Gerencia y Toma de Decisiones.