

Análisis de la Actual Gestión Estratégica de Programas de Postgrado de Negocios

Inversiones Maquieira Caro
Carlos Maquieira

Diciembre 2005

Mandante: Fundación FACEA Universidad de Chile

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. PROGRAMAS	
1. Diploma en Gestión de Empresas.....	5
2. Diploma en Gestión y Estrategias Financieras.....	16
3. Diploma en Control y Análisis Financiero.....	21
4. Diploma en Gestión y Evaluación de Proyectos.....	24
5. Diploma en Gestión de Marketing.....	30
6. Diploma en Marketing Relacional, Fidelización y CRM.....	38
7. Diploma en Dirección de Ventas.....	41
III. CONCLUSIONES.....	68
ANEXO MATRIZ DE PROGRAMAS.....	69

I. INTRODUCCIÓN

Este informe se centra en la actual situación de los programas de Diploma que ofrece la Escuela de Negocios para Ejecutivos de la Universidad de Chile para el período académico 2005 y que puedan enlazarse con los programas de postgrado que actualmente ofrece la Escuela de Postgrado de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile. Por lo tanto debemos tener en mente que actualmente los programas que se ofrecen a nivel de postgrado son el MBA para profesionales e Ingenieros Comerciales y Civiles Industriales y el Magister en Finanzas para Ejecutivos. Finalmente, se recomienda la creación de nuevos programas de Magister considerando el mercado de Diplomas existente.

En este trabajo entonces se consideran sólo los siguientes Diplomas:

- Diploma en Gestión de Empresas
- Diploma en Gestión y Estrategias Financieras
- Diploma en Control y Análisis Financiero
- Diploma en Gestión y Evaluación de Proyectos
- Diploma en Gestión de Marketing
- Diploma en Marketing Relacional, Fidelización y CRM
- Diploma en Dirección de Ventas

Se ha efectuado un análisis competitivo de las Universidades que ofertan programas de Diploma similares. En la preparación del Benchmarking de cada programa, se ha considerado sólo la competencia relevante:

- Universidad Adolfo Ibáñez
- Universidad Católica
- Universidad de Chile Departamento de Industrias
- Universidad de Santiago
- Universidad del Desarrollo
- Universidad Central
- Universidad Alberto Hurtado
- IEDE
- Otra que se determine competencia relevante para algún programa específico

El estudio incluye una recopilación de la siguiente información:

- Universidad
- Programa
- Objetivos
- Contenidos
- Perfil general del mercado objetivo
- Valor
- Duración
- Director Académico
- Antigüedad
- Análisis de profesores
- Fortalezas del programa y la Universidad
- Debilidades del programa y la Universidad

1. DIPLOMA EN GESTIÓN DE EMPRESAS

Objetivos del Programa: Dar una formación de nivel superior en administración de empresas.

Contenidos del Programa:

- Cursos de nivelación
- Taller de inducción
- Contabilidad y análisis de estados financieros
- Métodos cuantitativos
- Gestión de empresas I
- Economía para la gestión I
- Gestión de empresas II
- Control de gestión
- Economía para la gestión II
- Marco legal
- Taller de habilidades gerenciales
- Finanzas de empresas I
- Gerencia estratégica de recursos humanos
- Marketing gerencial
- Finanzas de empresas II
- Economía de la organización
- E-business
- Evaluación de proyectos
- Gestión estratégica
- Plan de marketing
- Taller de estrategia aplicada
- Talleres ejecutivos experienciales

Mercado Objetivo: Mandos medios de diferentes áreas.

Valor: UF 240

Duración: 396 hrs.

Director Académico: Erich Spencer

Antigüedad: Versión XXX III

Industrias de Preferencia: Todas

Cargos Principales:

- Jefes de Departamento
- Jefes de Unidad
- Jefes de Proyecto
- Analistas
- Profesionales en general

Unidades de la Empresa: Todas.

Beneficios del Programa Para el Participante:

- Obtener formación de postítulo en administración de empresas.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Continuidad de estudios a MBA
- Profesores de primer nivel
- Reconocido prestigio de la Universidad
- Programa bien posicionado

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en FACEA
- Programa caro

Detalle de Programas Competitivos Existentes en el Mercado:

- a. **Universidad Diego Portales, Facultad de Administración y Economía**

Programa: Postítulo en Administración Gerencial Ejecutiva

Objetivos: Otorgar formación general en gestión estratégica.

Contenidos:

- Administración de empresas
- Finanzas de corto plazo
- Finanzas de largo plazo
- Gestión de Recursos humanos
- Economía para la gestión
- Marketing operativo y análisis de mercado
- Plan de negocios
- Legislación laboral
- Administración de la seguridad social
- Gestión productiva
- Trabajo final

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios y altos ejecutivos de empresas PYME.

Valor: UF 125

Duración: 228 horas, desde Abril, clases Viernes 18:00 hrs. a 22:00 hrs. y Sábado 09:00 hrs. a 19:00 hrs. cada quince días.

Director Académico: Mauricio Sánchez

Antigüedad: Versión V

Análisis de Profesores: No se exponen los profesores detallados por Diploma, sin embargo se promociona un fuerte contingente de profesores internacionales.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Profesores internacionales, de España principalmente.
- Posibilidad de continuar estudios en MBA.
- Horario muy compatible con la actividad laboral

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en Escuela de Postgrado en Ejército.
- Problemas de estacionamiento
- Dificultad para determinar profesores y Director Académico
- Imagen de la Universidad no consolidada
- Poca transparencia en el precio del programa
- Programa tradicional
- No considera talleres

b. Universidad de Santiago, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Administración de Negocios

Objetivos: Otorgar formación específica en administración.

Contenidos:

- Auto conocimiento y la personalidad humana (10 horas)
- Economía de empresas (15 horas - 5 sesiones)
- Entorno económico (15 horas - 5 sesiones)
- Análisis organizacional (15 horas - 5 sesiones)
- Desarrollo de habilidades interpersonales para el liderazgo superior (15 horas - 5 sesiones)
- Estrategia de habilidades para el liderazgo (15 horas - 5 sesiones)
- Análisis de costos (24 horas - 8 sesiones)
- Dirección de empresas (15 horas - 5 sesiones)
- Inteligencia emocional (15 horas - 5 sesiones)
- Dirección recursos humanos (15 horas - 5 sesiones)
- Análisis financiero para la toma de decisiones (15 horas - 5 sesiones)
- Dirección financiera (15 horas - 5 sesiones)
- Planificación estratégica (15 horas - 5 sesiones)
- Dirección de marketing (15 horas - 5 sesiones)
- Marketing estratégico (15 horas - 5 sesiones)
- Administración del cambio (15 horas - 5 sesiones)
- Negocios internacionales (15 horas - 5 sesiones)
- Evaluación de proyectos (15 horas - 5 sesiones)
- Control de gestión (15 horas - 5 sesiones)

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios, fundamentalmente Jefes y Asistentes de Gerencia.

Valor: UF 115

Duración: 216 horas, de Abril a Diciembre, clases Martes, Miércoles y Jueves de 18:45 a 21:30.

Director Académico: Jorge Ortiz

Antigüedad: Versión XXI

Análisis de Profesores: Profesores sin gran currículum académico ni gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Con nueve créditos adicionales se obtiene Diploma en Habilidades Gerenciales o Diploma en Administración de Instituciones de Salud
- Programa muy detallado en contenidos y horas dedicadas
- Bajo precio

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Muy mala ubicación, desarrollado en el planetario en Estación Central.
- Mala imagen universitaria
- Foco en no profesionales
- No ofrece continuidad directa a programa MBA

c. Universidad de Chile, Departamento de Industrias

Programa: Diploma de Postítulo en Gestión de Empresas

Objetivos: Otorgar formación específica en gestión de empresas.

Contenidos:

- Economía para la Gestión de Negocios
- Contabilidad y Control
- Comportamiento Organizacional y Gestión de Recursos Humanos
- Gestión de Operaciones
- Gestión de Marketing
- Gestión Financiera
- Gestión Estratégica
- Taller de Habilidades Directivas

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios, con fuerte orientación a Ingenieros y profesionales de formación dura.

Valor: UF 180.

Duración: 180 horas, desde el 5 de Abril, clases Martes y Jueves de 18:15 a 21:15.

Director Académico: Eduardo Contreras

Antigüedad: XXII versiones.

Análisis de Profesores: Profesores con muy buen currículum, casi un 100% con estudios de postgrado en el extranjero. Varios profesores con cargos gerenciales en importantes compañías.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Posibilidad de continuar en MBA
- Alto contenido de tecnologías aplicadas a la gestión
- Programa ordenado y claro
- Alto rigor analítico
- Buena imagen universitaria para el segmento de ingenieros

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en el Departamento de Industrias en Domeyko.
- Programa árido
- Enfoque muy analítico
- Confusión para el mercado que no entiende la lógica del programa en DI
- Poco atractivo para profesionales blandos o personas sin profesión
- Excesiva cantidad de profesores con formación industrial

e. Universidad Católica de Chile, Facultad de Administración y Economía

Programa 1: Postítulo en Administración de Empresas

Objetivos: Otorgar formación en administración para titulados del Diploma en Administración de Empresas.

Contenidos:

- Idéntica malla Diploma
- Asignaturas según especialidad

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica de negocio.

Valor: UF 100 o UF 300

Duración: 154 o 308 hrs. con clases según especialidad.

Director Académico: Luis Hernán Palacios

Antigüedad: Versión XX

Análisis de Profesores: Profesores no detallados para el programa, sin embargo el cuerpo general de profesores es de primer nivel.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Imagen y prestigio de la Universidad Católica
- Visión estratégica
- Taller de habilidades
- Amplia disponibilidad de electivos
- Acceso a la red y base de graduados de Diplomas UC
- Posibilidad de actualizar datos on-line
- 20% de descuento en programas futuros
- Continuidad de estudios en MBA

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, Centro de Extensión de la Universidad Católica
- Problemas de estacionamiento
- Se inicia con un Diploma en Administración
- Programa principalmente de gestión tradicional
- Programa muy extenso
- Alto número de alumnos (60)

Programa 2: Diploma en Administración de Empresas

Objetivos: Otorgar formación en administración.

Contenidos:

- Nivelación
- Taller de liderazgo
- Dirección estratégica I
- Dirección estratégica II
- Entorno económico para los negocios
- Gestión financiera
- Gestión operativa
- Gestión de recursos humanos
- Estrategia competitiva
- Electivos (50% de los créditos)

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica de negocio.

Valor: UF 190

Duración: 154 hrs. con clases los días Lunes de 08:30 hrs. a 13:00 hrs.

Director Académico: Jorge Rivera

Antigüedad: Versión XX

Análisis de Profesores: Profesores no detallados para el programa, sin embargo el cuerpo general de profesores es de primer nivel.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Imagen y prestigio de la Universidad Católica
- Visión estratégica
- Taller de habilidades
- Amplia disponibilidad de electivos
- Acceso a la red y base de graduados de Diplomas UC
- Posibilidad de actualizar datos on-line
- 20% de descuento en programas futuros
- Continuidad de estudios en postítulo

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, Centro de Extensión de la Universidad Católica.
- Problemas de estacionamiento
- Se inicia con un Diploma en Administración
- Programa principalmente de gestión tradicional
- Programa muy extenso
- Alto número de alumnos (60)

f. **Universidad del Desarrollo, Facultad de Economía y Negocios**

Programa: Diploma en Dirección y Gestión de Empresas (tres menciones)

Objetivos: Otorgar formación general en administración.

Contenidos:

- Gestión de empresas
- Creatividad y desarrollo de ideas de negocio
- Marketing estratégico
- Contabilidad financiera
- Economía de empresas
- Administración estratégica de RR.HH.
- Evaluación de proyectos
- Curso 1 mención
- Curso 2 mención
- Liderazgo y trabajo en equipo
- Potenciando el espíritu emprendedor

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica.

Valor: UF 150

Duración: 150 hrs., desde Abril a Noviembre con clases los Lunes y Miércoles de 18:30 hrs. a 21:30 hrs.

Director Académico: William Díaz

Antigüedad: Versión III

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Currículum académico moderado y amplia experiencia ejecutiva y gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Buena imagen de marca en el segmento alto
- Orientación práctica
- Buena ubicación del programa en sede Las Condes
- Posibilidad de menciones
- Buena relación precio calidad
- Casos prácticos
- Taller de habilidades

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Programa nuevo para la Universidad
- No considera continuidad a MBA

g. IEDE Business School

Programa: Diploma en Gestión de Empresas

Objetivos: Otorgar formación general en gestión de negocios.

Contenidos:

- Dirección estratégica
- Marketing

- Gestión comercial
- Comportamiento humano
- Estructuras organizativas
- Contabilidad
- Dirección financiera
- Operaciones
- Tecnología

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con formación blanda.

Valor: UF 127

Duración: 192 horas, desde Abril con clases dos veces por semana de 18:30 hrs. a 22:00 hrs.

Director Académico: Rodemil Avila

Antigüedad: Versión VI

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Currículum académico amplio y experiencia ejecutiva y gerencial destacable. Cuentan con profesores extranjeros.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Orientación práctica
- Buena ubicación del programa en sede General del Canto
- Visión estratégica
- Excelente sistema de control de gestión académico
- Programa muy innovador
- Metodología propia
- Excelente infraestructura
- Posibilidad de continuidad a MBA

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Imagen de marca erosionada por los problemas con otras escuelas españolas
- Bajo aporte conceptual
- Metodología extremadamente práctica
- Déficit de profesores full time afecta el ranking de IEDE

h. Universidad Adolfo Ibañez, Escuela de Negocios de Valparaíso

Programa: Diploma en Gestión de Negocios

Objetivos: Otorgar formación general en Estrategia.

Contenidos:

- Dirección estratégica
- Evaluación de proyectos
- Planificación de la estructura organizacional y de los recursos humanos
- Estrategias de marketing
- Planificación financiera y presupuestaria
- Gestión de la cadena de abastecimiento y logística

- Gestión de los recursos humanos
- Implementación del plan de marketing
- Generación de la información financiera de la empresa
- Taller habilidades gerenciales
- Talleres de integración
- Trabajo en equipo

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con potencial de desarrollo que valoran la red de contactos.

Valor: UF 180

Duración: 169 horas, desde el 5 Abril al 16 de Diciembre con clases los días Martes de 08:30 hrs. a 13:00 hrs.

Director Académico: Jorge Niño

Antigüedad: Versión XXXII

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Currículum académico moderado y experiencia ejecutiva y gerencial destacable.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Orientación práctica
- Buena ubicación del programa en sede Presidente Errázuriz
- Visión estratégica
- Liderazgo UAI en estrategia
- Taller de desarrollo de habilidades
- Juegos de simulación prácticos
- Excelente infraestructura

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Bajo aporte conceptual
- Programa amplio sin profundidad de contenidos
- Programa tradicional
- No tiene continuidad directa con programa MBA
- Excesiva dedicación a modelo Porter
- Problemas de estacionamiento
- Alto número de participantes por curso (hasta 60)
- Perfil de alumnos disímil
- No se orienta a profesionales

2. DIPLOMA EN GESTIÓN Y ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Objetivos del Programa: Dar una formación de nivel superior en finanzas corporativas.

Contenidos:

- Enfoques en finanzas
- Economía para la gestión financiera
- Información financiera, planificación y control

- Mercado de capitales
- Activos derivados
- Finanzas Internacionales
- Finanzas de empresas
- Administración y análisis financiero
- Taller de negocios

Mercado Objetivo: Mandos medios del área de finanzas.

Valor: UF 155

Duración: 204 hrs.

Director Académico: Elena Valenzuela

Antigüedad: Versión XXI

Industrias de Preferencia: Todas

Cargos principales:

- Jefe de Finanzas
- Jefe de Tesorería
- Analista de Crédito
- Analista de Riesgo
- Ejecutivo de Crédito
- Tesorero
- Contralor
- Jefe de Contabilidad
- Analistas y Jefes de Control de Gestión
- Analistas y jefes de Planificación
- Analistas y Jefes de Auditoría
- Otros

Unidades de la Empresa: Finanzas y Tesorería.

Beneficios del Programa para el Participante:

- Obtener formación de postítulo en una especialidad tradicional

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Profesores de primer nivel internacional
- Reconocido prestigio de la Universidad
- Programa bien posicionado

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en FACEA
- Nombre confuso
- Programa caro

Detalle de Programas Competitivos Existentes en el Mercado:

- a. **Universidad Diego Portales, Facultad de Administración y Economía**

Programa: Diploma en Administración Financiera

Objetivos: Otorgar formación general en gestión de finanzas.

Contenidos:

- Economía y entorno financiero
- Planificación y gestión tributaria
- Decisiones de largo plazo
- Decisiones de corto plazo
- Evaluación de proyectos
- Mercado de valores y fuentes de inversión

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios.

Valor: UF 125

Duración: 120 horas, desde Abril, clases Lunes y Miércoles de 18:00 hrs. a 22:00 hrs.

Director Académico: Mauricio Sánchez

Antigüedad: Indeterminado

Análisis de Profesores: No se exponen los profesores detallados por Diploma, sin embargo se promociona un fuerte contingente de profesores internacionales.

Fortalezas del programa y la Universidad:

- Profesores internacionales, de España principalmente.
- Eventual posibilidad de continuar estudios en MBA en finanzas

Debilidades del programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en Escuela de Postgrado en Ejército.
- Problemas de estacionamiento
- Dificultad para determinar profesores y Director Académico
- Imagen de la Universidad no consolidada
- Poca transparencia en el precio del programa
- Programa carente de novedad

b. **Universidad Alberto Hurtado, Facultad de Administración y Economía**

Programa: Diploma en Finanzas Corporativas

Objetivos: Otorgar formación específica en finanzas.

Contenidos:

- Gestión de Tesorería y Finanzas de Corto Plazo
- Valorización
- Financiamiento
- Fusiones & Adquisiciones
- Finanzas Corporativas Internacionales
- Administración del Riesgo
- Proyecto Aplicado en Finanzas Corporativas

- Seminario de Finanzas Corporativas
- Taller de Habilidades Directivas

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios, fundamentalmente analistas.

Valor: UF 110

Duración: 160 horas, desde el 1 de Abril hasta el 17 de Diciembre, con clases cada quince días los viernes de 14:00 hrs. a 18:30 hrs. y sábado de 8:30 hrs. a 13:00 hrs. Durante el segundo trimestre el programa cuenta con profesores de Estados Unidos. Debido a esto habrá una modificación en el horario, que implicará alargar la jornada de algunos días sábados de este trimestre.

Director Académico: Pedro Pfeffer

Antigüedad: Indeterminado

Análisis de Profesores: Profesores de primer nivel, con amplia formación académica y experiencia ejecutiva y gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido y moderno
- Página web clara y descriptiva
- Excelente presentación de contenidos y profesores
- Cuenta con profesores de Estados Unidos
- Programa muy detallado en contenidos y horas dedicadas
- Buena relación precio calidad
- Obtención de un Certificado en Finanzas extendido por Georgetown University

Debilidades del programa y la Universidad:

- Muy mala ubicación, desarrollado en Casa Central en Almirante Barroso.
- Imagen universitaria no consolidada

c. **Universidad Católica de Chile, Facultad de Administración y Economía**

Programa: Diploma en Finanzas

Objetivos: Otorgar formación general en finanzas.

Contenidos:

- Nivelación
- Taller de liderazgo
- Estrategia financiera
- Información financiera
- Finanzas de corto plazo
- Finanzas de largo plazo
- Finanzas internacionales
- Productos derivados

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica

Valor: UF 170

Duración: 154 hrs. con clases los Miércoles de 16:30 hrs. a 21:00 hrs.

Director Académico: Gustavo Maturana

Antigüedad: IX

Análisis de Profesores: Profesores no detallados para el programa, sin embargo el cuerpo general de profesores es de primer nivel.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Imagen y prestigio de la Universidad Católica
- Visión estratégica
- Taller de habilidades
- Acceso a la red y base de graduados de Diplomas UC
- Posibilidad de actualizar datos on-line
- 20% de descuento en programas futuros

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, Centro de Extensión de la Universidad Católica.
- Problemas de estacionamiento
- Poco desarrollo de temas nuevos de finanzas
- Horario incompatible con actividad laboral normal

d. Universidad Adolfo Ibañez, Escuela de Negocios de Valparaíso

Programa: Diploma en Dirección Financiera

Objetivos: Otorgar formación general en Dirección Financiera.

Contenidos:

- Contabilidad financiera y análisis de estados financieros
- Métodos cuantitativos
- Finanzas corporativas
- Administración de tesorería corporativa
- Valuación y análisis accionario
- Valuación y análisis de título de renta fija
- Valuación y análisis de productos derivados
- Tributación y empresa
- Análisis y valuación de seguros corporativos
- Taller de habilidades gerenciales

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con potencial de desarrollo que valoran la red de contactos.

Valor: UF 180

Duración: 180 horas, desde el 7 Abril al 17 de Diciembre con clases los días Jueves de 17:30 hrs. a 21:45 hrs.

Director Académico: Cristián Johnson

Antigüedad: Versión XI

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Currículum académico moderado y experiencia ejecutiva y gerencial destacable.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Orientación práctica
- Director Académico de reconocida trayectoria
- Buena ubicación del programa en sede Presidente Errázuriz
- Visión estratégica
- Continuidad de estudio en Magister en Dirección Financiera
- Excelente infraestructura

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Bajo aporte conceptual
- Poco liderazgo de la Universidad en finanzas
- Programa amplio sin profundidad de contenidos
- Programa tradicional
- Problemas de estacionamiento
- Alto número de participantes por curso (hasta 60)

3. DIPLOMA EN CONTROL Y ANÁLISIS FINANCIERO

Objetivos del Programa: Dar una formación de nivel superior en control de gestión y análisis financiero.

Contenidos:

- Contabilidad financiera para la gerencia
- Gestión estratégica de empresas
- Derecho y empresa
- Planificación estratégica, costos y control gerencial
- Análisis de estados financieros
- Análisis financiero
- Tópicos avanzados de control

Mercado Objetivo: Mandos medios del área de finanzas.

Industrias de Preferencia: Todas

Cargos Principales:

- Jefe de Finanzas
- Jefe de Tesorería
- Analista de Crédito
- Analista de Riesgo
- Ejecutivo de Crédito
- Tesorero
- Contralor
- Jefe de Contabilidad
- Analistas y Jefes de Control de Gestión
- Analistas y jefes de Planificación
- Analistas y Jefes de Auditoría
- Otros

Unidades de la Empresa: Finanzas, Tesorería y Control de Gestión.

Valor: UF 145

Duración: 198 hrs.

Director Académico: Fernando Bravo

Antigüedad: Versión IV

Beneficios del Programa para el Participante:

- Obtener formación de postítulo en una especialidad nueva de finanzas

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Profesores de primer nivel internacional
- Reconocido prestigio de la Universidad
- Programa bien posicionado

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en FACEA
- Nombre confuso
- Programa caro

Detalle de Programas Competitivos Existentes en el Mercado:

a. **Universidad de Chile, Facultad de Ingeniería**

Programa: Diploma de postítulo en Estrategias y Control de Gestión

Objetivos: Otorgar formación específica en control de gestión financiero y estratégico.

Contenidos:

- Estrategias: formulación
- Estrategias: aspectos de implantación de estrategias: aspectos de implantación
- Control de gestión: control financiero
- Control de gestión: sistemas de control
- Taller de gestión estratégica: desarrollo de proyecto y sesiones de exposición*

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios, fundamentalmente analistas.

Valor: UF 70

Duración: El Diploma se desarrollará en 73 horas cronológicas, estructuradas en 27 sesiones vespertinas de 2.5 horas, más la sesión final de 5.5 horas, los martes y jueves de 18:15 a 20:45.

Director Académico: Eduardo Contreras

Antigüedad: Versión XII

Análisis de Profesores: Profesores de primer nivel, con amplia formación académica y experiencia ejecutiva y gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Página web clara y descriptiva
- Programa muy bien diseñado para el control de gestión estratégico
- Muy buena imagen del DII en temas de gestión
- Programa barato

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Muy mala ubicación, desarrollado en DII.
- Programa muy corto

b. Universidad de Santiago de Chile, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Control de Gestión

Objetivos: Otorgar formación operativa en control de gestión estratégico y operativo.

Contenidos:

- Fundamentos del control de gestión
- Control de gestión estratégico
- Instrumentos y sistemas de información en la dirección de empresas
- Recursos humanos
- Análisis y acciones correctivas
- Análisis de casos y aplicación de herramientas específicas

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios sin visión estratégica

Valor: UF 50

Duración: Todas las actividades docentes se realizarán los días viernes de 19:00 a 22:00 horas y los días sábados de 08:30 a 13:30 horas. Con un total de 120 horas cronológicas.

Director Académico: Gladys Soto

Antigüedad: Versión IV

Análisis de Profesores: Profesores sin gran formación académica de prestigio, sin experiencia ejecutiva destacable.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien diseñado en contenidos y horas
- Programa completo
- Programa barato

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, casa Central Universidad en Planetario

4. DIPLOMA EN EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS

Objetivos del Programa: Dar una formación de nivel superior en evaluación y gestión de proyectos.

Contenidos:

- Elementos de economía para la evaluación de proyectos
- Métodos cuantitativos para el estudio de proyectos
- Preparación de proyectos
- Evaluación privada de proyectos
- Opciones reales y project finances
- Evaluación social de proyectos y aplicaciones
- Administración de proyectos
- Taller de evaluación de un proyecto

Mercado Objetivo: Mandos medios del área de finanzas y control de gestión.

Industrias de Preferencia: Todas

Cargos Principales:

- Jefe de Finanzas
- Jefe de Tesorería
- Analista de Crédito
- Analista de Riesgo
- Ejecutivo de Crédito
- Tesorero
- Operación
- Jefe de Contabilidad
- Analistas y Jefes de Control de Gestión
- Analistas y jefes de Planificación
- Analistas y Jefes de Auditoría
- Otros

Unidades de la Empresa: Finanzas, Tesorería y Operaciones

Valor: UF 145

Duración: 189 hrs.

Director Académico: Por definir

Antigüedad: Versión XX

Beneficios del Programa para el Participante:

- Obtener formación de postítulo en una especialidad tradicional

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Profesores de primer nivel internacional
- Reconocido prestigio de la Universidad
- Programa bien posicionado

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en FACEA
- Programa caro

Detalle de Programas Competitivos Existentes en el Mercado

a. Universidad Diego Portales, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Evaluación y Administración de Proyectos

Objetivos: Otorgar formación general en evaluación y gestión de proyectos.

Contenidos:

- Análisis del entorno económico
- Conceptos básicos de proyectos de inversión
- Proceso de la preparación y familiarización de proyectos de inversión
- Estudio financiero y evaluación del proyecto
- Administración de proyectos
- Tesina de integración temática

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios.

Valor: UF 70

Duración: 120 horas, desde Abril, clases Lunes y Miércoles de 18:00 hrs. a 22:00 hrs.

Director Académico: Por definir

Antigüedad: Versión III

Análisis de Profesores: No se exponen los profesores detallados por Diploma, sin embargo se promueve un fuerte contingente de profesores internacionales.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Profesores internacionales, de España principalmente.

Debilidades del programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en Escuela de Postgrado en Ejército.
- Problemas de estacionamiento
- Dificultad para determinar profesores y Director Académico
- Imagen de la Universidad no consolidada
- Poca transparencia en el precio del programa
- Programa carente de novedad

b. Universidad Católica de Chile, Escuela de Economía

Programa: Diploma en Evaluación Social de Proyectos

Objetivos: Otorgar formación general en evaluación social de proyectos

Contenidos: No detallado

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión social

Valor: UF 120

Duración: Indeterminado, con clases full time en la primera fase, el Diploma se extiende desde el 30 de mayo y el 15 de diciembre del 2005.

Director Académico: Ernesto Fontaine

Antigüedad: Versión XXX

Análisis de Profesores: Profesores no detallados para el programa, sin embargo el cuerpo general de profesores es de primer nivel.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Imagen y prestigio de la Universidad Católica
- Sólidos conceptos académicos
- Prestigio internacional del Director Académico

Debilidades del programa y la Universidad:

- Mala ubicación, Campus San Joaquín.
- Horario incompatible con actividad laboral

c. Universidad del Desarrollo, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Gerencia de Proyectos

Objetivos: Otorgar formación general en gestión y evaluación de proyectos.

Contenidos:

- Formulación y evaluación de proyectos
- Administración de Proyectos I
- Administración de Proyectos II
- Administración de Operaciones
- Administración de Portafolio
- Oficina de Administración de Proyectos (Project Management Office PMO)

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica.

Valor: UF 115

Duración: 120 hrs., con clases uno fin de semana por medio durante ocho meses partiendo en Abril.

Director Académico: Ejecutivo de Unisys

Antigüedad: Versión II

Análisis de Profesores: Profesores no detallados en el programa pero se indica que cuenta con ejecutivos internacionales de Unisys y del Project Management Institute de Chile (PMI).

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Buena imagen de la Universidad en el segmento alto
- Sólidos conceptos académicos

- Apoyo de Unisys
- Posibilidad de obtener título adicional del PMI
- Horario cómodo

Debilidades del programa y la Universidad:

- Maya poco innovadora
- Universidad poco posicionada en gestión de proyectos

d. Universidad de Chile, Facultad de Ingeniería

Programa: Diploma en Preparación y Evaluación de Proyectos

Objetivos: Otorgar formación general en gestión y evaluación de proyectos.

Contenidos:

- La Información contable
- Análisis económico
- Métodos de estimación de demanda
- Decisiones de inversión
- Análisis estratégico del mercado
- Taller de evaluación de proyectos
- Riesgo y flexibilidad en evaluación de proyectos
- Evaluación social e impacto medioambiental

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con formación en Ingeniería y Ciencias Exactas.

Valor: UF 85

Duración: El programa se desarrolla en 144 horas cronológicas, estructuradas en un total de 48 sesiones de carácter expositivas de tres horas cada una, de 18:15 hrs. a 21:15 hrs. los lunes y miércoles. Por otro lado, se consideran, en forma adicional, cuatro sesiones de reforzamiento a lo largo del diplomado.

Director Académico: Eduardo Contreras

Antigüedad: Versión XXIX

Análisis de Profesores: Profesores de primer nivel con estudios de postgrado y gran experiencia ejecutiva.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Imagen de reconocido prestigio
- Sólidos conceptos académicos

Debilidades del programa y la Universidad:

- Maya poco innovadora
- Programa árido

5. DIPLOMA EN GESTIÓN DE MARKETING

Objetivos del Programa: Dar una formación de nivel superior en marketing estratégico y operativo.

Contenidos del Programa:

- Marketing gerencial
- Métodos cuantitativos para la gestión de marketing
- Comunicaciones integradas
- Investigación de marketing
- Seminario internacional
- Gerencia de ventas
- Tópicos de marketing
- Gestión estratégica de e-business
- Plan de marketing

Mercado Objetivo: Mandos medios del área de marketing.

Valor: UF 160

Duración: 204 Hrs.

Director Académico: Pedro Hidalgo

Antigüedad: Versión XXI

Industrias de Preferencia: Todas

Cargos Principales:

- Subgerente de Marketing
- Jefe de Marketing
- Ejecutivos Comerciales
- Asistente de Marketing
- Jefes de Producto
- Analistas de Marketing
- Product Manager
- Segment Manager
- Publicistas
- Creativos Agencia
- Ejecutivos de Medios
- Account Manager
- Otros

Unidades de la Empresa: Marketing y Comercialización.

Beneficios del Programa para el Participante:

- Obtener formación de postítulo en una especialidad tradicional

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Profesores de primer nivel
- Reconocido prestigio de la Universidad

- Programa bien posicionado

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en FACEA
- Posicionamiento medio de la Universidad en Marketing
- Programa caro

Detalle de Programas Competitivos Existentes en el Mercado:

a. **Universidad Diego Portales, Facultad de Administración y Economía**

Programa: Diploma en Marketing Gerencial

Objetivos: Otorgar formación general en marketing estratégico.

Contenidos:

- Entorno competitivo y gestión estratégica en marketing
- Conducta del consumidor y cambios en el mercado
- Planificación estratégica y decisiones en marketing
- Investigación de mercado
- Sistema de inteligencia en marketing y comunicaciones
- Política y estrategia en marketing
- Decisiones de marketing no tradicional (CRM)
- Administración estratégica de la fuerza de venta
- La calidad total como modelo de gestión en marketing
- Trabajo Final

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios.

Valor: UF 80

Duración: 120 horas, desde Abril, clases Martes y Jueves de 18:00 hrs. a 22:00 hrs.

Director Académico: Por definir

Antigüedad: Versión IV

Análisis de Profesores: No se exponen los profesores detallados por Diploma, sin embargo se promociona un fuerte contingente de profesores internacionales.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Profesores internacionales, de España principalmente.
- Programa que recoge todos los tópicos del marketing moderno (CRM, Marketing Relacional).

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en Escuela de Postgrado en Ejército.
- Problemas de estacionamiento
- Dificultad para determinar profesores y Director Académico
- Imagen de la Universidad no consolidada
- Poca transparencia en el precio del programa

b. Universidad de Santiago, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Gerencia de Marketing

Objetivos: Otorgar formación específica en gestión comercial y de marketing.

Contenidos:

- Gerencia de marketing (24 horas)
- Costos y presupuestos para marketing y ventas(24 horas)
- Administración de bases de datos (24 horas)
- E-commerce (24 horas)
- Gerencia de ventas (24 horas)
- Gerencia de publicidad (24 horas)
- Marketing relacional (24 horas)
- Marketing estratégico (24 horas)
- Marketing internacional (24 horas)

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios, fundamentalmente asistentes.

Valor: UF 85

Duración: 216 horas, de Abril a Diciembre, con clases Lunes, Miércoles y Jueves de 18:45 a 21:30.

Director Académico: Jaime de la Fuente

Antigüedad: Versión XII

Análisis de Profesores: Profesores sin gran curriculum académico ni gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido y moderno
- Programa muy detallado en contenidos y horas dedicadas
- Bajo precio

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Muy mala ubicación, desarrollado en el planetario en Estación Central.
- Mala imagen universitaria
- Mala imagen de la Universidad en marketing

c. Universidad de Chile, Departamento de Industrias

Programa: Diploma en Marketing Decisional

Objetivos: Otorgar formación específica en gestión de marketing con orientación a la gestión numérica.

Contenidos:

- Diseño e implementación del plan de marketing
- Inteligencia de mercados

- Modelando el comportamiento
- Gestión estratégica de ventas
- Precios
- Gestión de agencias y plan de medios

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios, con fuerte orientación a Ingenieros.

Valor: UF 110 y UF 18 cada módulo por separado.

Duración: 123 horas, desde el 7 de junio, clases Martes y Jueves de 18:15 a 21:15.

Director Académico: Máximo Bosch

Antigüedad: Versión V

Análisis de Profesores: Profesores con muy buen curriculum, casi un 100% con estudios de postgrado en el extranjero. Varios profesores con cargos gerenciales en importantes compañías.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Posibilidad de tomar el programa en bloques
- Alto contenido de tecnología aplicada al marketing
- Director Académico de renombre
- Buena imagen universitaria para el segmento de ingenieros

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en el Departamento de Industrias en Domeyko.
- Programa árido
- Enfoque muy tecnológico
- Confusión para el mercado que no entiende la lógica del programa en DII
- Poco atractivo para profesionales blandos o personas sin profesión
- Excesiva cantidad de profesores con formación industrial

d. Universidad Católica de Chile, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Marketing

Objetivos: Otorgar formación general en Marketing Estratégico y Operativo.

Contenidos:

- Nivelación
- Taller de liderazgo
- Estrategia comercial
- Dirección estratégica de RR.HH.
- Información comercial y ventajas competitivas
- Productos, marcas y creación de valor
- Estrategia de precios y rentabilidad
- Contabilidad y finanzas
- Dirección estratégica
- Comunicaciones y persuasión de marketing

- Desarrollo de un plan de marketing
- Estrategia de ventas y distribución comercial

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica.

Valor: UF 170

Duración: 162 hrs., desde el 28 de Marzo al 6 de Diciembre con clases los Martes de 08:30 hrs. a 13:00 hrs.

Director Académico: Jorge Herrera

Antigüedad: Versión IXX

Análisis de Profesores: Profesores no detallados para el programa, sin embargo el cuerpo general de profesores es de primer nivel.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Imagen y prestigio de la Universidad Católica
- Visión estratégica
- Taller de habilidades
- Acceso a la red y base de graduados de Diplomas UC
- Posibilidad de actualizar datos on-line
- 20% de descuento en programas futuros

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, Centro de Extensión de la Universidad Católica.
- Problemas de estacionamiento
- Poco desarrollo de temas nuevos de marketing
- Programa principalmente de gestión de marketing tradicional
- Horario incompatible con actividad laboral normal

e. **Universidad del Desarrollo, Facultad de Economía y Negocios**

Programa: Diploma en Marketing

Objetivos: Otorgar formación general en Marketing Estratégico y Operativo

Contenidos:

- Empresa, estrategia y marketing: N° horas: 24
- Sistemas de información de mercado: N° horas: 24
- Dirección de producto: N° horas: 24
- Decisiones de precio: N° horas: 24
- Decisiones de canales: N° horas: 24
- Comunicaciones integradas: N° horas: 24
- Plan de marketing: N° horas: 24
- Tópicos de marketing: N° horas: 24

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica.

Valor: UF 105

Duración: 192 horas, desde el 25 de Abril con clases los Lunes y Miércoles de 19:00 hrs. a 22:00 hrs.

Director Académico: Jorge Ardiles

Antigüedad: Versión I

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Currículum académico moderado y amplia experiencia ejecutiva y gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Buena imagen de marca en el segmento alto
- Orientación práctica
- Buena ubicación del programa en sede Las Condes
- Visión estratégica
- Buena relación precio calidad
- Casos prácticos
- Taller de habilidades

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Programa nuevo para la Universidad
- Malla curricular poco innovadora
- Poco desarrollo de temas nuevos de marketing

f. IEDE Business School

Programa: Diploma en Marketing

Objetivos: Otorgar formación general en marketing estratégico.

Contenidos:

- Análisis y pronóstico del entorno
- Visión estratégica de la empresa
- Planeamiento estratégico en marketing
- Sistemas de información e investigación de mercados
- Estrategias y plan de marketing
- Marketing en internet y otros tópicos
- Presupuesto y control de la gestión del marketing

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con formación blanda

Valor: UF 127

Duración: 192 horas, desde Abril con clases dos veces por semana de 18:30 hrs. a 22:00 hrs.

Director Académico: Rodemil Avila

Antigüedad: Versión VII

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Currículum académico amplio y experiencia ejecutiva y gerencial destacable. Cuentan con profesores extranjeros.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Orientación práctica
- Buena ubicación del programa en sede General del Canto
- Visión estratégica
- Excelente sistema de control de gestión académico
- Programa muy innovador
- Metodología propia
- Excelente infraestructura
- Posibilidad de continuidad a Magister en Marketing y Gestión Comercial

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Imagen de marca erosionada por los problemas con otras escuelas españolas
- Bajo aporte conceptual
- Metodología extremadamente práctica
- Déficit de profesores full time afecta el ranking de IEDE

g. Universidad Adolfo Ibañez, Escuela de Negocios de Valparaíso

Programa: Diploma en Marketing Integral

Objetivos: Otorgar formación general en Marketing Estratégico.

Contenidos:

- Fundamentos de gestión: una visión estratégica
- Entendiendo las herramientas de marketing
- Hacia un enfoque estratégico de marketing
- Tomando decisiones tácticas en marketing
- Aplicación de conceptos y talleres de habilidades gerenciales
- Trabajo aplicado
- Talleres habilidades gerenciales
- Juego de simulación Pharmsin

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con potencial de desarrollo que valoran la red de contactos.

Valor: UF 180

Duración: 162 hrs., desde el 5 Abril al 16 de Diciembre con clases los días Martes de 08:30 hrs. a 13:00 hrs.

Director Académico: Pablo Luis Canepa

Antigüedad: Versión XI

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Currículum académico moderado y experiencia ejecutiva y gerencial destacable.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Orientación práctica
- Director Académico de reconocida trayectoria
- Buena ubicación del programa en sede Presidente Errázuriz
- Visión estratégica
- Liderazgo UAI en Marketing
- Continuidad de estudio a Magíster en Marketing y Comercial
- Taller de desarrollo de habilidades
- Juegos de simulación prácticos
- Excelente infraestructura

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Bajo aporte conceptual
- Programa amplio sin profundidad de contenidos
- Programa tradicional
- Excesiva dedicación a modelo Porter
- Problemas de estacionamiento
- Alto número de participantes por curso (hasta 60)

6. DIPLOMA EN MARKETING RELACIONAL Y FIDELIZACIÓN

Objetivos del Programa: Dar una formación de nivel superior en estrategias de marketing relacional, fidelización y CRM.

Contenidos del Programa:

- Marketing gerencial
- Investigación de clientes
- Fidelización de clientes
- Telemarketing
- Marketing directo
- CRM
- Database marketing
- E-marketing
- Trabajo práctico

Mercado Objetivo: Mandos medios del área de marketing y fidelización de clientes.

Valor: UF 125

Duración: 180 Hrs.

Director Académico: Juan Enrique Negri

Antigüedad: Versión I

Industrias de Preferencia: Todas

Cargos Principales:

- Jefe ó de Marketing Directo
- Jefe de Marketing Relacional
- Jefe de Fidelización
- Jefe de CRM

- Jefe de Database Marketing
- Jefe de Producto Fidelización
- Asistentes
- Otros

Unidades de la Empresa: Marketing y Comercialización.

Beneficios del Programa para el Participante:

- Obtener formación de postítulo en una nueva especialidad del marketing

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Profesores de primer nivel
- Reconocido prestigio de la Universidad
- Programa sin competencia

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en FACEA
- Nombre confuso
- Programa caro

Detalle de Programas Competitivos Existentes en el Mercado: No se registran

7. DIPLOMA EN DIRECCIÓN DE VENTAS

Objetivos del Programa: Dar una formación de nivel superior en jefatura de equipos de venta.

Contenidos del Programa:

- Marketing y su integración con ventas y plan de marketing
- Investigación de mercados
- Gestión de las relaciones con clientes CRM
- Matemáticas comerciales
- Análisis de costo y rentabilidad
- Gestión profesional de ventas
- Planificación de ventas
- Organización de la fuerza de ventas
- Selección de fuerza de ventas
- Estimación del potencial del mercado y estimado de ventas
- Remuneración de la fuerza de ventas
- Metas de ventas
- Capacitación de la fuerza de ventas
- Venta de servicios e intangibles
- Administración del tiempo y cartera comercial (territorio)
- Dirección y liderazgo
- Evaluación del desempeño y calificación de la fuerza de ventas
- Estrategias de empresas
- E-Business e Internet
- Sistema de información geográfica (GIS)
- Software para la gestión comercial
- Telesales
- Taller de liderazgo y trabajo en equipo
- Taller de comunicación y expresión
- Taller de negociación

Mercado Objetivo: Mandos medios del área de ventas.

Industrias de Preferencia: Todas.

Cargos Principales:

- Jefe de Venta
- Jefe de Zona
- Jefe de Grupo
- Ingeniero de Ventas
- Supervisor de Venta
- Jefe de Distrito
- Representante de Venta
- Otros

Unidades de la Empresa: Ventas y Comercialización.

Valor: UF 145

Duración: 192 hrs.

Director Académico: Carlos Dittborn

Antigüedad: Versión III

Beneficios del programa para el participante:

- Obtener formación de postítulo en una especialidad de alto desarrollo.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido
- Profesores de primer nivel
- Reconocido prestigio de la Universidad
- Programa amplio y completo en técnicas de gestión de ventas

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Mala ubicación, desarrollado en FACEA
- Posingamiento medio de la Universidad en Marketing y Ventas
- Programa muy caro

Detalle de Programas Competitivos Existentes en el Mercado:

a. Universidad Mayor, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Gestión Profesional de Ventas

Objetivos: Otorgar formación general en dirección de vendedores.

Contenidos:

- Estrategia de marketing y gestión de ventas
- Análisis de mercados y potenciales clientes
- Herramientas cuantitativas para la gestión de ventas
- Comportamiento de compra de los consumidores
- El Proceso técnico de la venta profesional
- Estrategias de negociación para la venta profesional
- Tecnología y eficiencia en la gestión de venta
- Ética en la gestión de venta
- Gestión de puntos de venta
- La venta industrial

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios.

Valor: UF 50

Duración: 117 horas, desde el 25 de Abril al 29 de Julio, clases Lunes, Miércoles y Viernes de 18:30 hrs. a 21:45 hrs.

Director Académico: Alejandro Ipinza

Antigüedad: Versión III

Análisis de Profesores: Buen equilibrio de profesores en términos teóricos y prácticos. Nada muy destacable.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Ubicación del programa en sede Manuel Montt.
- Contenidos modernos con énfasis en tecnología
- Concentración del programa en un semestre

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Imagen de la Universidad no consolidada
- Poca transparencia en el precio del programa

b. Universidad de Santiago, Facultad de Administración y Economía

Programa: Diploma en Dirección y Supervisión de Fuerzas de Venta

Objetivos: Otorgar formación específica en gestión de vendedores.

Contenidos:

- Marketing gerencial (24 hrs.)
- Costos y presupuestos para marketing y ventas (24 hrs.)
- E- Comercio (24 hrs.)
- Gerencia de ventas (24 hrs.)
- Marketing estratégico (24 hrs.)
- Marketing relacional (24 hrs.)
- Capacitación y desarrollo de fuerzas de venta (24 hrs.)
- Administración de bases de datos (24 hrs.)
- Liderazgo y motivación de fuerzas de venta (24 hrs.)

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios, fundamentalmente asistentes.

Valor: UF 85

Duración: 216 horas, de Abril a Diciembre, clases Lunes, Miércoles y Jueves de 18:45 hrs. a 21:30 hrs.

Director Académico: Jaime de la Fuente

Antigüedad: Versión III

Análisis de Profesores: Profesores sin gran curriculum académico ni gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Programa muy bien definido y moderno
- Programa muy detallado en contenidos y horas dedicadas
- Bajo precio

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Muy mala ubicación, desarrollado en el planetario en Estación Central.
- Mala imagen universitaria
- Mala imagen de la Universidad en ventas

c. Universidad del Desarrollo, Facultad de Economía y Negocios

Programa: Diploma en Dirección Estratégica Comercial y de Ventas

Objetivos: Otorgar formación estratégica en dirección comercial.

Contenidos:

- El significado del área comercial y de ventas
- Conceptos fundamentales de venta
- La Planificación y la presupuestación comercial y de ventas
- La estructuración y el manejo de los grandes clientes
- Los indicadores de gestión como elementos claves
- La competitividad, conceptos y manejo de las variables
- Conceptos de decisión y manejo de los precios

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con visión estratégica.

Valor: UF 25

Duración: 40 horas, desde Agosto con clases en días y horarios no definidos.

Director Académico: Jorge Rencoret

Antigüedad: Versión II.

Análisis de Profesores: No hay mix de profesores, el diploma completo lo dicta el Director Académico. Currículum académico moderado y amplia experiencia ejecutiva y gerencial.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- El Diploma más barato del mercado
- Orientación práctica
- Buena ubicación del programa en sede Las Condes
- Excelente relación precio calidad
- Casos prácticos

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Programa sin ninguna rigurosidad académica
- Enfoque mono profesor
- Malla curricular obsoleta
- Poco desarrollo de temas de gestión de vendedores
- Excesivos contenidos de marketing
- No hay contenidos de tecnología en gestión de vendedores

d. **Universidad Adolfo Ibañez, Escuela de Negocios de Valparaíso**

Programa: Diploma en Dirección Estratégica de Ventas

Objetivos: Otorgar formación estratégica en gestión de ventas.

Contenidos:

- Análisis de industria y estrategia competitiva
- Estrategia de venta enfocada al cliente : el modelo de compra
- Taller de habilidades efectivas de venta
- El equipo de ventas como capital humano:
- El proceso de formación del director y los equipos de ventas
- Taller de coaching efectivo de venta
- La nueva venta y la excelencia operativa
- Las finanzas y las ventas
- Técnicas y herramientas financieras para la gestión de ventas

- Taller de presentaciones efectivas.
- Taller de liderazgo sistémico.
- Taller de negociación.

Perfil General del Mercado Objetivo: Mandos medios con potencial de desarrollo que valoran la red de contactos.

Valor: UF 180

Duración: 164 horas, del 5 de abril al 6 de diciembre del 2005, con clases los Martes de 17:30 a 20:45 hrs., excepto 8 martes en el año en que el horario es de 15:15 a 20:45 hrs.

Director Académico: Eugenio García Huidobro

Antigüedad: Versión II

Análisis de Profesores: Buen mix de profesores. Curriculum académico moderado y experiencia ejecutiva y gerencial destacable.

Fortalezas del Programa y la Universidad:

- Orientación práctica
- Director Académico de reconocida trayectoria
- Buena ubicación del programa en sede Presidente Errázuriz
- Visión estratégica
- Liderazgo UAI en marketing y ventas
- Taller de desarrollo de habilidades
- Juegos de simulación prácticos
- Excelente infraestructura

Debilidades del Programa y la Universidad:

- Bajo aporte conceptual
- Programa amplio sin profundidad de contenidos
- Programa tradicional
- No considera las nuevas tecnologías de gestión de vendedores
- Excesiva dedicación a modelo Porter
- Problemas de estacionamiento
- Alto número de participantes por curso (hasta 60)

III. CONCLUSIONES

Este breve análisis permite extraer algunas consideraciones de utilidad para La Escuela de Negocios para Ejecutivos de La Universidad de Chile:

- Hay una gran diversidad de precios, duración y calidad en la oferta de Diplomas.
- Destaca la calidad y estructura de los programas de La Universidad de Santiago, los que tienen un bajo precio debido al reducido posicionamiento que tiene dicha Universidad.
- La Universidad Diego Portales está migrando todos sus Diplomas a formato MBA, ya que tiene una oferta amplia, pero es cada vez menor el número de programas que obtiene cubre las vacantes mínimas de participantes para ser dictado en condiciones de rentabilidad.
- Destaca la calidad y cuerpo de profesores del programa en Logística que ofrece la Universidad Mayor a un precio muy reducido.
- Existe una confusión muy grande en el mercado ya que los nombres bajo los cuales ofrece sus programas cada Universidad es muy amplio y no siempre guarda estricta relación con los contenidos. La única excepción a esta regla es la Universidad Católica que utiliza nombres simples y cortos en todos sus programas.
- Destaca la calidad de los profesores y de los programas de la Universidad Alberto Hurtado, que en todos ofrece una Certificación entregada por alguna Universidad Americana.
- La oferta es amplia y extensa con un número alto de programas de especialidad muy focalizados, especialmente en las instituciones privadas con menos trayectoria, que están ingresando al nicho de los programas de Magíster de nicho.
- El nivel de precios de la Universidad de Chile está dentro del rango más alto, siendo superada solo por la Universidad Católica y la Universidad Adolfo Ibáñez.

IV. ANEXO MATRIZ DE PROGRAMAS

Programa / Universidad	ENE	DII	PUC	UAI	US	UDD	UM	UDP	UC	UAH	IEDE
Diploma en Gestión de Empresas	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI			SI
Diploma en Gestión y Estrategias Financieras	SI		SI	SI				SI		SI	
Diploma en Control y Análisis Financiero	SI	SI			SI						
Diploma en Gestión y Evaluación de Proyectos	SI	SI	SI			SI					
Diploma en Gestión de Marketing	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI			SI
Diploma en Marketing Relacional, Fidelización y CRM	SI										
Diploma en Dirección de Ventas	SI			SI	SI	SI	SI				