

INEFOP en Coursera: Programa 11: Negocios: márketing, estrategia de negocios y finanzas					
Nombre del curso	Descripción del curso	Idioma del curso	Cursos con subtítulos	Institución	Nivel de dificultad
Gestión del canal de distribución y retailing	Hoy en día la estrategia de distribución es parte del ADN de muchas empresas y la gestión correcta de la misma es fundamental para el éxito de tu producto o servicio. Los canales necesitan ser planificados a largo plazo combinando las siguientes áreas principalmente: perfil de compañía, estructura de portafolio y posicionamiento de precio, política de go-to-market, trade y retail marketing, comercio electrónico y manejo de ventas global. \n\nEn la última década, ha habido dos revoluciones que han afectado las industrias, incrementando la importancia del manejo de los canales de distribución: \n\nLa revolución digital: considerando los desarrollos en el área de CRM, la cadena de abastecimiento, herramientas de planificación, sistemas de mercadería y reasignación, entre otros. \n\nEl enfoque de ventas: una estrategia clara de ventas puede ser un diferenciador para las empresas y un arma poderosa de competitividad. \n\nMantente al día respecto a cómo muchas compañías están agregando ambos aspectos a sus estrategias principales convirtiéndolos en puntos clave en su proceso de toma de decisiones.	Español	NO	IE Business School	Principiante
Contabilidad para no contadores	En este curso, ofrecido por la UNAM, vas a entrar al fascinante mundo de la contabilidad. Esta técnica te permitirá tomar decisiones en tu vida empresarial, corporativa, personal, profesional y de emprendedor. Entrarás al mundo de la Contabilidad para no Contadores. \n\nVas a lograr definir qué es la contabilidad, en qué consiste y cuáles son sus principios fundamentales. También descubrirás su utilidad en tu vida cotidiana y al profesional al que debes recurrir y confiar tu vida contable. Además, podrás saber qué nos dice la información financiera, qué y cómo debemos leerla y qué decisiones tomar basados en ella. \n\nPrepárate para conocer los principales Estados financieros, sus elementos y su utilidad en tu vida contable. \n\n¡Bienvenid@!	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Principiante
Administración financiera y su función en la empresa	Las finanzas corporativas son importantes en cualquier organización pues nos dan a conocer las necesidades de inversión y financiamiento de cualquier ente económico. Son indispensables para que el administrador financiero tome decisiones correctas en las áreas de operación, inversión y financiamiento para tal efecto, requiere de una serie de herramientas que le permitan planear, monitorear y controlar los recursos monetarios de una organización. \n\nA lo largo de este curso el administrador financiero obtendrá herramientas que le permitan analizar los estados financieros básicos, medir el desempeño de una organización, presupuestar los bienes de capital, estructurar el capital y establecer la política de dividendos así como valorar empresas a través de diferentes métodos. \n\nEn todo momento el administrador financiero, ya sea principiante o experto deberá tener en cuenta el dilema que surge de la teoría de la agencia, es por eso que en este curso se presenta la contrapropuesta del también llamado modelo Anglosajón o financiero es decir es decir el modelo Stakeholder o modelo de los interesados. Con esta óptica en mente, el administrador financiero tendrá un punto de vista adicional al tradicional paradigma de maximización de valor de los accionistas.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Principiante
Planificación y gestión estratégica para Pymes	Este curso fue diseñado para apoyar a empresarios de distintas regiones y países, a que logren desarrollar e implementar estrategias adecuadas que les permitan alcanzar sus objetivos y cumplir su misión. \n\nEl curso permite profundizar sobre el proceso de formulación de una estrategia, entregando conceptos y algunas herramientas para crear y capturar valor con una estrategia empresarial exitosa. Asimismo, se espera cubrir ciertas falencias que tienen los empresarios pyme en cuanto a la definición de modelo de negocio, análisis e interpretación contable y financiera y gestión de clientes. \n\nEste curso complementa los aprendizajes que los alumnos pueden adquirir a través del MOOC Gestión Empresarial exitosa para pymes, desarrollado anteriormente.	Español	NO	Pontificia Universidad Católica de Chile	Principiante
Fundamentos de Finanzas Empresariales	No importa qué rol desempeñes en tu compañía, ni el nivel de responsabilidades que tienes, ni si eres empleado o emprendedor; el curso de Fundamentos de las Finanzas Empresariales te brinda las herramientas para que adquieras los conocimientos necesarios para entender las finanzas de tu empresa y seas capaz de tomar mejores decisiones. \n\nAl final de este curso estarás en la capacidad de interpretar mejor el lenguaje financiero; obtener y analizar indicadores financieros; diagnosticar la salud financiera de las empresas y planear su futuro de acuerdo con lo encontrado; calcular valores presentes y futuros; construir tablas de amortización de deudas; explicar el concepto de valor de dinero en el tiempo; y comparar y decidir entre dos o más proyectos de inversión. \n\nEste curso te provee conceptos y herramientas que permiten que puedas analizar el entorno financiero al que te enfrentas en tus quehaceres cotidianos en el ámbito profesional. Aunque el curso está enfocado al ámbito corporativo, puedes usar este conocimiento en tu vida personal. \n\nDurante el curso desarrollarás capacidades que te permitirán aplicar tus principios lógicos y el conocimiento adquirido para tomar decisiones financieras acertadas. \n\nObjetivos de aprendizaje: \n\nDefinir qué son las Finanzas Empresariales y sus objetivos. \n\nNombrar e interpretar los principales estados financieros de las empresas. \n\nAnalizar la situación financiera de las empresas mediante el cálculo de indicadores de liquidez, rentabilidad, operación y endeudamiento. \n\nPlanear el futuro de las empresas de acuerdo con un diagnóstico financiero. \n\nCalcular los pagos de una deuda con terceros de acuerdo a ciertas condiciones pactadas. \n\nAplicar los conceptos de valor del dinero en el tiempo en situaciones prácticas cotidianas. \n\nComparar diferentes alternativas de proyectos de inversión y desarrollar la capacidad de seleccionar el más conveniente de acuerdo a criterios de evaluación. \n\nRequisitos previos: \n\nEste curso está diseñado para todos aquellos que quieran divertirse con las finanzas y aplicar diferentes herramientas de análisis financiero a situaciones prácticas. No interesa qué rol llevan a cabo en la empresa, donde trabajan, si son emprendedores o si planean serlo; todos están bienvenidos al curso independientemente de su experiencia profesional o académica. \n\nNo se necesita ningún curso previo. \n\nSe recomienda conocimientos básicos de matemáticas y de Excel. \n\nTener muchas ganas de seguir avanzando en tu vida profesional, sin importar el cargo que ejerzas.	Español	NO	Universidad de los Andes	Principiante

IA para todos	La IA no es solo para ingenieros. Si desea que su organización esté mejor preparada en el uso de la IA, este es el curso que todos deberían hacer, especialmente sus colegas no técnicos. En este curso, aprenderá lo siguiente: - El significado detrás de la terminología común de IA, incluidos términos como redes neuronales, aprendizaje automático, aprendizaje profundo y ciencia de datos - Lo que la IA puede realmente hacer, y lo que no - Cómo detectar oportunidades para aplicar la IA a los problemas en su propia organización - La experiencia de crear proyectos de ciencia de datos y aprendizaje automático - Cómo trabajar con un equipo de IA y crear una estrategia de IA en su empresa - Cómo guiar debates sociales y éticos entorno a la IA Si bien este curso es en gran parte no técnico, los ingenieros también pueden hacerlo para aprender sobre los aspectos comerciales de la IA.	Español	NO	DeepLearning.AI	Principiante
Introducción al mercado	El estudio de mercado nos ayuda a identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar y evaluar estrategias de promoción y venta de los productos y/o servicios de tu empresa o idea de negocio, y a su vez mejorar la relación que existe entre la empresa y sus clientes, consumidores, proveedores, etc. En este curso conoceremos las herramientas que se utilizan en la mercadotecnia para la venta y promoción de un producto y/o servicio, así como algunos métodos para la determinación de su precio y las características con las que contará dicho producto.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Principiante
Requerimientos, planeación, ejecución y medición de estrategias para redes sociales	¿Te has preguntado cómo se manejan las campañas a través de las redes sociales? ¿Cómo es el proceso que se realiza? ¿Cómo puedo sacar provecho de ellas para posicionar mi producto o mi servicio? Estas y muchas más preguntas nos hacemos al ser parte de los consumidores que adquirimos un producto o servicio y que el medio por el cual nos enganchemos a él, fue una red social, pero también y principalmente como proveedor, nos interesa cómo sacar provecho de ellas para favorecer nuestro negocio. En este curso podrás conocer cuáles son los elementos que necesitas considerar para realizar tu estrategia de redes sociales. El pilar de todo esto es tener una técnica apropiada que te ayude paso a paso a llevar a cabo cada etapa, en donde todo comienza con una buena planeación. Es preciso, así mismo, contar con una estructura que permita pasar de la planeación a la ejecución y finalmente saber qué y cómo medir de los resultados. Una estrategia debe de ser realista y medible, por ello, este curso está diseñado para que aumentes las posibilidades de éxito utilizando la metodología que sugerimos.	Español	NO	Tecnológico de Monterrey	Principiante
Negocios Internacionales II	Vivimos en un mundo cada vez mas globalizado, en el cual el éxito en los negocios internacionales se ha convertido en el factor determinante del desarrollo económico y la prosperidad. Esta materia, Entorno Global de Negocios, Parte II, sigue a la primera materia (Entorno Global de Negocios, Parte I) e introduce al alumno a una comprensión fundamental de como administrar una organización o empresa internacional. Esta materia utiliza una pedagogía basada en la investigación y preguntas para entender las relaciones entre países en el entorno global de negocios. Se examina el entorno empresarial global al hacer y responder a preguntas claves: Las preguntas son: 1. ¿Como se determinan los Tipos de Cambio?, 2. ¿Como debe estructurar su empresa internacional? 3. ¿Como puede adaptar su producto o servicio para el mercado global? 4. ¿Como es trabajar en otro país o administrar expatriados? 5. ¿Como puede empezar, administrar y crecer una empresa pequeña en mercados en el exterior? 6. ¿Como esta el Entorno Global de Negocios? Este enfoque basado en la investigación y preguntas genera oportunidades de reflexión para que los alumnos comprendan mejor el entorno global en el que operan las empresas. Los videos se entregan de una manera cautivador, que fomenta la reflexión y la investigación. Las clases serán impartidas por el instructor en el español y en el Inglés.	Español	NO	University of New Mexico	Principiante
Entender el diseño	¿Qué es el diseño? ¿Qué hacen los diseñadores para practicar su arte y que crean? ¿Qué importancia tiene el diseño de las corporaciones en la sociedad y la cultura? ¿Quiénes son algunos de los diseñadores más importantes de nuestra época y que han hecho? ¿Cómo uno puede convertirse en diseñador? Estas son algunas de las preguntas que exploraremos en este curso introductorio de diseño. Con frecuencia se ha descrito el diseño como solución de problemas, el proceso de convertir las ideas en realidad o los medios, mediante los cuales podemos hacer que el mundo sea un lugar mejor. En este curso, hablaremos de una variedad de definiciones de diseño, la naturaleza del proceso de diseño y formas de práctica de diseño como el diseño de productos, diseño de experiencia de usuario, diseño gráfico, diseño interior y diseño de modas. Hablaremos de estos temas mediante los análisis de casos de varias cosas icónicas y cotidianas que nos rodean. Este curso le ayudará a entender tales conceptos como el pensamiento creativo, estrategia de diseño, investigación de diseño, y el proceso del diseño para que los aplique a su propio trabajo.	Español	NO	Arizona State University	Principiante

<p>La Disrupción del Blockchain</p>	<p>Muchas personas ya conocen al bitcoin, la moneda digital que en pocos años pasó de valer unos pocos centavos a miles de dólares. Pero esto es sólo la punta del iceberg de un fenómeno mucho más grande. \n\nEl blockchain, la tecnología en la que se basa el bitcoin, tiene el potencial de disrumpir los negocios, las finanzas, las leyes y hasta los gobiernos.\n\n¿Imaginas un mundo sin bancos? ¿Sin abogados? ¿Imaginas una red social que te pague cada vez que publiques un post? ¿Una plataforma para compartir música, donde todos los ingresos queden en manos del artista? \n\nEste es uno de los primeros programas sobre blockchain disponibles en Coursera. Es dictado por Federico Ast, profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Austral, Doctor en Dirección de Empresas y emprendedor con amplia experiencia en la industria del blockchain. Es fundador de Kleros, un proyecto que utiliza el blockchain para la transformación de los sistemas legales y de justicia.\n\nLas 5 semanas del curso te ofrecerán un amplio panorama teórico y práctico del impacto del blockchain en el ámbito legal, tecnológico, económico y social.\n\nTe invitamos a una inmersión en una de las tecnologías de mayor potencial de transformación de los próximos años.\n\n¡Bienvenido a la disrupción del blockchain!"</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad Austral</p>	<p>Principiante</p>
<p>Formulación y evaluación de proyectos complejos</p>	<p>Bienvenido al curso de Formulación y evaluación de proyectos complejos de ingeniería, soy Andrés Felipe Gómez y te estaré acompañando a lo largo de estas 8 semanas en las que aprenderás los fundamentos básicos para poder determinar si un proyecto es factible o no, desde su ideación hasta su operación, por lo que podrás formular y evaluar proyectos desde las diferentes dimensiones que incorpora la complejidad de este. \n\nAl finalizar este curso estarás en capacidad de entender qué hace que un proyecto sea complejo, cuáles son las etapas de su ciclo de vida para su formulación, y el proceso lógico para evaluar su factibilidad desde múltiples dimensiones del conocimiento. Con todo este nuevo conocimiento adquirirás una nueva lógica sobre la cual podrás ver los proyectos, por lo que este curso te permitirá no solo adquirir conocimientos base para diversas certificaciones, sino que te permitirá desarrollarte, o profundizar, en el campo laboral de la gerencia de proyectos. Este curso lo pensamos para ti, con la calidad que la Universidad de los Andes les ofrece a sus alumnos.\n\nAdicionalmente, este curso ofrece 36 PDU's para aquellas personas certificadas como PMP, PMI-RMP o PMI-SP de acuerdo con el Triángulo del Talento del PMI®. Los PDU's están distribuidos de la siguiente manera:\n\nTécnica – 20 PDU's\n\nLiderazgo – 6 PDU's\n\nEstrategia/Negocios – 10 PDU's</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad de los Andes</p>	<p>Principiante</p>
<p>Los obstáculos y la conducción en las negociaciones</p>	<p>En este curso se analizará para su aplicación la ubicación y señalamiento de los obstáculos que se presentan durante el proceso de negociación. Es interesante observar que en este análisis no sólo se plantean los obstáculos, sino se hacen observaciones sobre las condiciones que se presentan para identificar el obstáculo con las habilidades y estrategias que se ofrecen para su manejo efectivo. La presentación de los nueve obstáculos que propone nuestro modelo de negociación se hace en forma de aparición secuencial, lo que permite la previsión necesaria para evitarlos. Finalmente incorporaremos un elemento nuevo al proceso de negociación, que es el factor del tiempo y del ritmo, para que cada una de las fases cumpla con un requerimiento de exactitud en su cumplimiento.</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad Nacional Autónoma de México</p>	<p>Principiante</p>
<p>Introducción al mundo de las negociaciones</p>	<p>En este primer curso, los participantes conocerán el proceso de una negociación, la naturaleza de uno mismo (capacidades y potencialidades) y la de los oponentes, para establecer negociaciones efectivas, en donde se establece una dinámica de propuestas y transacciones racionales y emocionales, en el marco de la globalización, para generar un ambiente de negociación y cooperación creativa, para diseñar estrategias para lograr resultados de negociación, diseñar argumentos para negociar, saber escuchar y comunicarse y convenir en un intercambio de los recursos y bienes en juego, favorable a los intereses de ambas partes. .</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad Nacional Autónoma de México</p>	<p>Principiante</p>
<p>Analíticas y Métricas de Marketing</p>	<p>En este primer curso se comprenderá el comportamiento de los usuarios y el impacto en la medición de interacciones que se dan en las Páginas web, Landing page o búsquedas de información de navegadores tradicionales. También podremos distinguir las principales herramientas de la analítica que se utilizan en el mercado y la importancia en el uso de Google Analytics. También será relevante identificar los principales objetivos comerciales y de marca a través del uso de las herramientas y métricas de analítica web.\n\nLos objetivos del curso son los siguientes:\n\n1. Comprender el comportamiento de los usuarios y el impacto en la medición de interacciones que se dan en las Páginas web, Landing page o búsquedas de información de navegadores tradicionales.\n\n2. Distinguir las principales herramientas de analítica que se utilizan en el mercado y la importancia en el uso de Google Analytics.\n\n3. Identificar los principales objetivos comerciales y de marca a través del uso de las herramientas y métricas de analítica web.\n\nEs importante aclarar que junto con los alcances de los cursos 1 y 2 podremos entender la importancia que tienen las métricas en Marketing, haciendo un enlace entre lo tradicional y lo digital, con la intención de proporcionar las habilidades para desarrollar y editar sitios web para hacerlos más atractivos, así como enlazarlos con el uso de las redes sociales adecuadas para lograr un match con la estrategia organizacional y alcanzar los objetivos que tenga la organización.</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Tecnológico de Monterrey</p>	<p>Principiante</p>

Posicionamiento: La base del éxito en la estrategia de marketing	<p>Pensar en el posicionamiento del producto o servicio es una tarea fundamental para desarrollar una estrategia de marketing exitosa. El posicionamiento es el corazón de cualquier estrategia de marketing, el núcleo que debes hacer bien. No importa si comienzas con una audiencia claramente definida o con una propuesta de valor diferencial, debes terminar con un posicionamiento claro sobre el que construiremos nuestro plan de marketing. El posicionamiento es el resultado de empezar con una propuesta de valor relevante para el segmento de mercado por el que hemos optado. Por lo tanto, durante el curso vamos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar el proceso de marketing y el papel que juega el posicionamiento en ésta.</li> <li>Cubrir los elementos básicos que necesitas trabajar para llegar a definir el posicionamiento (decidir la segmentación del mercado y la audiencia mediante la diferenciación y la propuesta de valor relevante).</li> <li>Explicar en detalle cuál es el posicionamiento y cómo debes presentarlo.</li> <li>Proporcionarte las herramientas prácticas para poder conseguir tu posicionamiento.</li> <li>Hablar sobre las estrategias de posicionamiento a seguir y las tendencias clave del mercado.</li> </ul> <p>Después del curso, obtendrás una comprensión clara acerca de este importante concepto, cómo funciona en el mundo real y la forma de conseguirlo.</p>	Español	NO	IE Business School	Principiante
Innovar	<p>La innovación ha cobrado una importancia significativa en las corporaciones de hoy, y con frecuencia es vista como un motor importante de crecimiento y éxito en una organización. En este curso introductorio, usted aprenderá sobre el significado, la importancia, el proceso e impacto de la innovación. Aunque la palabra innovación se describe más comúnmente como el proceso de convertir las ideas en productos o servicios que aportan valor al público, la palabra innovación tiene múltiples definiciones, y hablaremos sobre lo que significa en los mundos de negocios, diseño e ingeniería.</p> <p>Aprenderemos sobre un nuevo modelo de innovación llamado Innovación Estratégica Integral, que se puede usar por los individuos y las organizaciones interesadas en generar pensamientos fuera de lo establecido para transformar la forma de pensar de tema de costumbre al pensamiento creativo. Cubriremos en detalle todos los pasos del proceso de innovación. Comenzando con identificar a los problemas que necesitan soluciones innovadoras, investigar y analizar, generar conceptos, seleccionar soluciones prometedoras e implementarlas, hablaremos de una variedad de herramientas que se pueden usar durante cada paso del proceso.</p> <p>Los aprendices dejarán el curso con un entendimiento profundo de lo que es la innovación y cómo pueden utilizar las herramientas y técnicas de innovación en su propio trabajo.</p>	Español	NO	Arizona State University	Principiante
Las estrategias y habilidades para las negociaciones	<p>En este cuarto y último curso estudiaremos y analizaremos las estrategias, herramientas y criterios para dar efectividad al proceso de las negociaciones. También se propondrá el empleo del concepto de áreas de efectividad y orientación a resultados, que facilitará la definición de objetivos específicos y cuantificables para planear estratégicamente nuestra negociación con el empleo del establecimiento de los máximos aceptables y mínimos que cada propuesta de solución presenta para un manejo efectivo de las concesiones, intercambios y toma de decisiones, con el fin de lograr acuerdos compartidos. Finalmente se establecerá una visión futura de creación de valor, sobre el acuerdo para continuar en el tiempo obteniendo beneficios compartidos.</p>	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Principiante
Negociación 4.0	<p>Negociar es algo que hacemos todos los días y en todos los ámbitos. La mayoría de las personas enfocan la tarea de negociación más a su intuición que a un proceso sistemático y de aprendizaje continuo. Este primer módulo del Curso "Arte y Ciencia de la Negociación" te permitirá identificar las variables claves que todo buen negociador debe incorporar a su repertorio. Es innovador y único dado que te presentará las tres modalidades más difundidas de negociación y que incluye la modalidad de negociación posicional diseñada en el Centro Consensus del IAE. Trabajaremos adicionalmente los elementos claves para el auto coaching de todo negociador efectivo: el guión de preparación previo y el examen de evaluación post negociación.</p>	Español	NO	Universidad Austral	Principiante
Beneficios y características de las redes sociales más significativas	<p>En este curso se explicarán los aspectos más generales del ámbito de las redes sociales con el objetivo de que el participante distinga, clasifique e identifique las cualidades particulares de la evolución de las redes sociales, su aplicación general en el ámbito de negocios y comercial, así como reconocer las redes sociales de más auge en nuestros tiempos y las tendencias de empleo.</p>	Español	NO	Tecnológico de Monterrey	Principiante

<p>Hacer negocios con multinacionales y empresas en América Latina</p>	<p>Acompáñanos en el curso Hacer negocios con multinacionales y empresas en América Latina. En este curso, conocerás las características de las multinationales más grandes, comprenderás cómo han construido su ventaja competitiva doméstica e internacional, e identificarás cuáles son los desafíos e innovaciones para lograr sostener su desempeño económico superior. Este curso incluye videos de presentación y explicación de los temas; actividades de aprendizaje y evaluación; entrevistas; reseñas de lecturas; informes y bibliografía adicional. La evaluación está diseñada para que recibas realimentación que queda registrada en la plataforma, de manera que puedas continuar con tu progreso al conectarte nuevamente. Nuestra apuesta educativa busca un aprendizaje significativo y práctico, donde el estudiante construye conocimiento a partir de su propia reflexión, de su experiencia y la colaboración auténtica con otros. Estos principios guiaron el diseño de las actividades de aprendizaje que realizarás dentro del curso. Te conduciremos a través de una serie de videos y ejercicios prácticos que te permitirán reflexionar y comprender cuáles son los retos y oportunidades económicas, sociales y ambientales que han permitido a las multinationales construir su liderazgo desde la región de América Latina. Este curso está dirigido a todas aquellas personas que quieren avanzar en su conocimiento sobre los negocios de las empresas de América Latina. En particular, este curso está pensado para todos los interesados en comprender cómo se construyen historias internacionales de éxito empresarial desde la región y cómo muchos retos se han convertido en oportunidades para el sector empresarial. Este curso no requiere conocimientos específicos previos y por esto es especialmente relevante para personas en formación, que quieren complementar sus estudios o tener un espacio de reflexión e interacción con otras personas interesadas en el tema y que tienen experiencia en el mismo. Finalmente, este curso puede ser de utilidad para docentes en el ámbito de los negocios internacionales y estrategia que quieran conocer las especificidades de las multinationales y las empresas de América Latina. Al finalizar este curso, tendrás dominio de los conceptos más importantes a tener en cuenta en temas de internacionalización. Entenderás las oportunidades de negocio que brinda el contexto latinoamericano, que ha llevado a las multinationales a ganar resiliencia y crear nuevas propuestas de valor en sus actividades y muchas veces repensar su rol en los territorios donde operan. Finalizando el curso grabarás un video en el cual resumirás las ventajas de hacer negocios en la región de América Latina, a partir de tus reflexiones y aprendizajes, dando muestra de tu habilidad de formar una opinión concisa, informada y reveladora sobre esta temática. Este curso está diseñado para que puedas terminarlo en 4 semanas con una dedicación de 6-7 horas por semana, pero puedes tomarte el tiempo que estimes conveniente. Toda la información sobre tu participación y avance en el curso estará siempre disponible y actualizada en Coursera. Podrás continuar con las actividades que dejes pendientes. Por ejemplo, podrás ver un video las veces que quieras, pausarlo para tomar tus notas o posponerlo mientras consultas algo de la bibliografía adicional que te proporcionamos. Por último, este curso hace parte del programa especializado Hacer negocios en América Latina, creado por la Universidad de los Andes, el Tecnológico de Monterrey y la Pontificia Universidad Católica de Chile, te invitamos a realizar los otros dos cursos si aún no los has hecho.</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad de los Andes</p>	<p>Principiante</p>
<p>Habilidades humanas y de negocios para negociar</p>	<p>En este curso los participantes analizarán los conceptos de efectividad de una negociación, que consiste en una interacción humana, y la satisfacción de los deseos e intereses en las negociaciones. Todos tenemos el deseo de mejorar y superarnos. La forma de lograrlo es conocerse a sí mismo y a las personas con las que se negocia o se interactúa.</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad Nacional Autónoma de México</p>	<p>Principiante</p>
<p>Pilares de Marketing Digital</p>	<p>El Marketing Digital ha revolucionado la forma de hacer negocios, y ninguna corporación, empresa, emprendedor o profesional puede desconocer su importancia vital para lograr el éxito. Este curso proporciona al alumno el dominio de los criterios estratégicos, técnicas y herramientas propias de la disciplina. Objetivos: - Comprender el ecosistema completo del Marketing Digital - Desarrollar las mejores estrategias para conseguir los objetivos - Identificar las principales herramientas para ejecutar las acciones que contemplan éstas estrategias - Aprender a monitorear o controlar para tomar acciones correctivas</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad Austral</p>	<p>Principiante</p>
<p>E-Business: Negocios Online</p>	<p>El mayor servicio de transporte urbano del mundo no tiene ni un solo auto. El mayor servicio de alojamiento del mundo no tiene ni una sola habitación. La tienda de comercio más grande del mundo no tiene ni un local, y ni siquiera depósito. Uber, AirB&amp;B y Alibaba son tan solo tres ejemplos de los cambios que ha producido en el mundo la tecnología y en particular Internet. Evidentemente, el mundo cambió. Al realizar este curso comprenderás las características que hacen a los negocios en la nueva economía apoyados en la tecnología, para que puedas diseñar tu propia estrategia de e-business. ¿Qué ventajas ofrece internet para promover un negocio y generar oportunidades? ¿Cómo repercute la implantación online del comercio electrónico en los procesos offline de la empresa? ¿Qué importancia tienen las redes sociales en la estrategia de e-business? ¿Qué características tienen las diferentes actividades de marketing a través de Internet? Estos son algunos de los interrogantes a los que encontrarás respuesta en el curso para potenciar tus habilidades de gestión. Los objetivos generales de este curso son: - Desarrollar habilidades estratégicas y operativas para la implementación de una estrategia de e-business. - Comprender las características que asumen los negocios apoyados en la tecnología en el contexto de la nueva economía. - Identificar las múltiples ventajas que ofrece internet como canal de promoción del negocio y generador de oportunidades, comprendiendo las diferentes actividades de marketing a través del mismo. - Comprender la importancia de las redes sociales en la estrategia de e-business.</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>Universidad de Palermo</p>	<p>Principiante</p>

Negocios Internacionales I	<p>Vivimos en un mundo cada vez mas globalizado, en el cual el éxito en los negocios internacionales se ha convertido en el factor determinante del desarrollo económico y la prosperidad. Esta materia, Entorno Global de Negocios, Parte I, introduce al alumno a una comprensión fundamental del entorno político, cultural, lingüística y socio-económico en el cual opera una empresa internacional. Esta materia utiliza una pedagogía basada en la investigación y preguntas para entender las relaciones entre países en el entorno global de negocios. Se examina el entorno empresarial global al hacer y responder a preguntas claves sobre la sociedad, la economía global, las culturas, las instituciones y los idiomas. Las preguntas son: 1. ¿Que es la Globalización?, 2. ¿Es la Globalización Nueva?, 3. ¿Cuál es el impacto de las instituciones sociales y políticas al Desarrollo Económico Nacional?, 4. ¿Cual es el Papel de la Cultura?, 5. ¿Cuales son los Beneficios del Comercio Exterior? 6. ¿Libre Comercio?, 7. ¿Como se determinan los Tipos de Cambio?, 8. ¿Como esta el Entorno Global de Negocios? Este enfoque basado en la investigación y preguntas genera oportunidades de reflexión para que los alumnos comprendan mejor el entorno global en el que operan las empresas. Los videos se entregan de una manera cautivador, que fomenta la reflexión y la investigación.</p>	Español	NO	University of New Mexico	Principiante
Doing Business in Latin America	<p>Join us in the course Doing Business in Latin America. In this course, you will learn about the characteristics of the biggest multinationals, how they have built their domestic and international competitive advantage, and you will identify which are the challenges and innovations to achieve the sustainability of their superior economic performance.</p> <p>The course includes videos presenting and explaining the topics, learning and evaluation activities, interviews, reviews, reports, and additional bibliography. Assessment activities are designed so that you get feedback, which is saved in the platform, so that you can pick up where you left off when you go online again.</p> <p>Our educational focus enables meaningful and practical learning, in which students build knowledge through their own reflection, their own experience, and genuine cooperation with others. All the learning activities on the course were designed with these principles as a basis. We will guide you through a series of videos and practical assignments that will allow you to reflect on and understand the economic, social, and environmental challenges and opportunities that have allowed multinationals to build their leadership in and from the Latin American region.</p> <p>This course is for those who want to expand their knowledge about Latin American companies' businesses. In particular, it is designed for those who want to understand how international success stories are built in the region and how many challenges have turned into opportunities for the business sector. This course does not require any previous knowledge and therefore it is especially relevant for people in academic training, who want to complement their studies or to have a space for reflection and interaction with others who are interested and experienced in this field. Finally, this course can be useful for professors in the field of international business and strategy, who want to gain in-depth knowledge about multinationals and companies in Latin America.</p> <p>You will understand the opportunities offered by the Latin American context that has forced multinationals to become resilient, to create new value propositions in their activities, and often to rethink the role they play in the territories where they operate. In the final assignment, you will record a video in which you will make a summary of the advantages of doing business in the Latin American region, based on what you have reflected on and learned. This way you will demonstrate your capacity of giving a precise, informed and revealing opinion about the topic.</p> <p>The course is designed to last 4 weeks with a workload of 6-7 hours per week, but you can take as long as you need. All the information about your participation and progress will always be available and updated on Coursera. You can pick up in the activities you left off. For example, you can watch a video as many times as you want, pause it to take notes or put it off while you consult some of the additional bibliography that we provide you with. Finally, this course is part of the specialization Doing Business in Latin America, created by Universidad de los Andes, Instituto Tecnológico de Monterrey, and Pontificia Universidad Católica de Chile. We invite you to take the other two courses if you have not yet taken them.</p> <p>This course is for people who want to expand their knowledge about Latin American companies' businesses. In particular, it is designed for those who want to understand how international success stories are built in the region and how many challenges have turned into opportunities for the business sector. This course does not require any previous knowledge and therefore it is especially relevant for people in academic training, who want to complement their studies or to have a space for reflection and interaction with others who are interested and experienced in this field. Finally, this course can be useful for professors in the field of international business and strategy, who want to gain in-depth knowledge about multinationals and companies in Latin America.</p>	Español	NO	Universidad de los Andes	Principiante
Introducción a las redes sociales. Sus objetivos y métricas.	<p>En este programa se hará, de manera holística, una revisión del uso e implementación de redes sociales. Se provee de un conocimiento sólido en el desarrollo de estrategias requeridas en una organización para involucrar a los consumidores y miembros de la misma en un ambiente de social listening.</p> <p>Los participantes obtendrán un panorama sólido de principios de herramientas digitales y de habilidades críticas y analíticas para seleccionar la plataforma de redes sociales más adecuada a sus necesidades y comprender el social listening con el fin de administrar un proyecto digital exitoso.</p> <p>Es importante mencionar que este curso es introductorio al tema del social listening, por lo que solo es necesario que se tengan conocimientos básicos sobre Mercadotecnia o temas relacionados.</p>	Español	NO	Tecnológico de Monterrey	Principiante
¿Cómo tomar decisiones financieras que agreguen valor?	<p>Los estudiantes al terminar este curso estarán en capacidad de seguir un proceso sistemático y ordenado para la toma de decisiones financieras. Este curso permitirá no solo exponer a los participantes a todos los detalles del proceso de decisión típicos del gerente de finanzas, sino aplicar sus conocimientos a un caso concreto. El proceso comienza con un análisis histórico de la información financiera que luego de usa para la construcción de una tabla de supuestos donde se resumen todas las estimaciones.</p> <p>Luego, basados en esa tabla de supuestos, se construye un modelo proyectado sobre el cual se estima el Valor Presente Neto usando el WACC o costo de oportunidad del capital invertido. Sobre ese caso base, se realiza un análisis de riesgo basado en un análisis de sensibilidad, un análisis de punto de equilibrio y un análisis de escenarios. Con toda esta información, el analista estará listo para tomar una buena decisión financiera.</p> <p>Este curso está orientado a personas que tienen alguna experiencia contable, pero poca experiencia como analistas financieros o les falta comprensión global de las finanzas. Por ejemplo, asistentes de finanzas que apoyan el rol de la gerencia de finanzas o gerentes de finanzas con poca experiencia que, aunque no tendrán la responsabilidad de realizar cada una de las tareas, quieren conocer el contexto y el proceso globalmente.</p>	Español	NO	Universidad de los Andes	Principiante

Transferencia a tecnológica: De la investigación al mercado.	Este MOOC fue desarrollado para fortalecer las capacidades de gestión de la transferencia tecnológica de académicos e investigadores de las diferentes disciplinas, gestores tecnológicos y estudiantes de postgrado. Pretende ser un apoyo para todos aquellos que quieran que sus resultados de investigación se conviertan en productos o servicios que impacten en la calidad de vida de las personas mediante su transferencia a empresas o instituciones, o a través de la generación de emprendimientos de base tecnológica. Asimismo, el curso permite profundizar en los mecanismos de protección intelectual, en las diferentes variables que definirán una estrategia de transferencia, generando material de orientación para quienes apoyen la transferencia tecnológica y la conformación de emprendimientos de base tecnológica en etapas tempranas. Fue desarrollado por la Dirección de Transferencia y Desarrollo perteneciente a la Vicerrectoría de Investigación de la Pontificia de la Universidad Católica de Chile, cuyo objetivo es apoyar la transferencia de resultados de investigación generados en la UC de manera que se conviertan en productos o servicios que impacten en la calidad de vida de las personas. Además, fue apoyado por la Corporación de Fomento de la Producción de Chile (CORFO). <a href="http://transferenciaydesarrollo.uc.cl/">http://transferenciaydesarrollo.uc.cl/</a>	Español	NO	Pontificia Universidad Católica de Chile	Principiante
Marketing Verde	Al finalizar este curso serás capaz de diseñar y ejecutar campañas para productos, servicios o iniciativas relacionadas con algún tema ambiental, así como también de crear propuestas de valor para cualquier producto o servicio con criterios de sostenibilidad ambiental, es decir, generando el mayor valor para la marca y el menor impacto posible en el entorno. El curso de Marketing Verde te ofrece la oportunidad de tener mayores elementos de competitividad en tu gestión profesional, ya que es un espacio en el que serás capaz de definir cómo el tema ambiental puede ser un valor agregado que puedes vincular al direccionamiento estratégico y creativo de las marcas. Si eres un profesional que se desempeña en el área de mercadeo o un estudiante que tiene inquietud por el tema y pronto iniciarás tu vida laboral en el campo, Marketing Verde te dará herramientas para desarrollar tus habilidades creativas, de planeación y ejecución llevando los conceptos del marketing verde a la práctica en el diseño de estrategias y actividades empresariales. Empodérate para desarrollar una gestión de mercadeo más responsable y con criterios de sostenibilidad. Para tomar el curso de Marketing Verde debes contar con unos conocimientos básicos de mercadeo que garantizarán que puedas desarrollar y culminar este curso con éxito. Para saber si estás listo, te invito a tomar el examen de diagnóstico que plantea 10 preguntas muy sencillas de conceptos básicos de mercadeo; también, te ofrezco un material de apoyo sobre Fundamentos de Mercadeo que puedes consultar para repasar los conceptos básicos en caso de que lo necesites. De lo general a lo particular, el curso de Marketing Verde abordará conceptos asociados a la realidad ambiental y su relación con la gestión empresarial, la planeación estratégica para productos y servicios verdes, el análisis del consumidor y su relación con el tema ambiental y las principales decisiones de mercadeo (segmentación, targeting, posicionamiento y marketing mix) vinculando el atributo ambiental.	Español	NO	Universidad de los Andes	Principiante
Finanzas personales	Este curso, ofrecido por la UNAM, dotará a sus participantes con las herramientas que le permitirán llevar a cabo una planeación financiera personal y entender la necesidad de salvaguardar su patrimonio y recursos financieros, así como los requerimientos mínimos que se deben considerar para tomar buenas decisiones financieras.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Principiante
Matemáticas financieras	En el curso matemáticas financieras se explica la relación que tiene el dinero y su valor a través del tiempo. Se abordan los temas de interés simple, interés compuesto, anualidades, perpetuidades, amortizaciones, valor presente y valor futuro, todos ellos elementos básicos que el administrador financiero deberá aplicar en los análisis de opciones de inversión o financiamiento.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Principiante
Redacción de documentos empresariales de gran impacto	En el ambiente empresarial, el saber escribir con eficacia es una poderosa herramienta. Aprende a expresar tus pensamientos de una manera clara y concisa para que las personas que lean lo que escribes capten mejor tus ideas. Mejora tu capacidad de redactar documentos empresariales aprendiendo a escoger el formato y el medio idóneo según para quién escribas, a adaptar tu estilo a la situación, a determinar tu objetivo y a comunicarlo con claridad. También aprenderás a detectar, corregir y evitar los fallos más comunes y adquirirás una experiencia muy valiosa analizando, redactando y revisando una amplia gama de documentos empresariales. Ya sea que escribas una simple nota para tu oficina o una propuesta de negocio de 20 páginas, redáctala bien y verás cómo aumenta su eficacia.	Español	NO	University of California, Irvine	Principiante

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible para las empresas	Este curso del Centro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de América Latina y el Caribe con el que espera contribuir a tener un mejor entendimiento de los Objetivos de Desarrollo sostenible (ODS) desde el entorno empresarial. Este curso tiene como objetivo brindar herramientas para que las empresas inicien o direccionen con mayor precisión sus esfuerzos en favor del desarrollo sostenible a partir de sus actividades estratégicas. Durante el curso el estudiante analizará la compañía que escoja y aplicará los recursos aprendidos hacia la operación de esta empresa. En este sentido, el estudiante fortalecerá sus habilidades mientras que avanza en los esfuerzos en sostenibilidad de la empresa seleccionada. Al finalizar el curso, el estudiante estará en la capacidad de priorizar los ODS estratégicos para su compañía, sabrá la estructura lógica de planeación de actividades concretas que contribuyan a los ODS, y tendrá una noción sobre la adecuada comunicación de esta estrategia a nivel interno y externo.	Español	NO	Universidad de los Andes	Principiante
Costos para los Negocios	Al completar el curso, los participantes podrán: \n\na) Analizar los elementos, las estructuras, los métodos y los sistemas de costeo propios de una empresa, utilizando diversas herramientas, para identificar los posibles tipos de cálculos a generar.\n\nb) Calcular costos, utilizando diversos procedimientos acordes a los tipos de objetos de costos, estructuras, procesos y sistemas, con el propósito de obtener información relevante para la empresa que permitan una adecuada toma de decisiones.\n\nc) Elaborar e interpretar informes de costeos de objetos del costo, basándose en la información recabada y los datos obtenidos, con la finalidad de proponer diversas recomendaciones que permitan efectivas toma de decisiones.\n\nEn el presente curso se espera que los participantes adquieran conocimientos relacionados con Contabilidad de Costos y su rol como herramienta de apoyo a la Dirección de Empresas, distinguiendo claramente los métodos de costeo y su aplicación a los sistemas de costos. Se genera una aproximación al sector productivo de las empresas de menor tamaño, contemplando tanto los desafíos del mercado, así como las implicancias sociales y personales asociadas a estas organizaciones. Lo anterior, permite a los participantes conocer la realidad en su contexto integrando los aprendizajes disciplinarios.	Español	NO	Universidad de Chile	Intermedio
Comunicaciones integradas de marketing: Publicidad, Relaciones Públicas, Marketing Digital y más	¿Qué tanto conoce las campañas de comunicación de marketing? Obtenga más información acerca de este pilar clave del marketing mix y aprovéchelo para dar un impulso a su producto o servicio. \n\nA través de este curso aprenderá a enfrentar los mayores retos a la hora de planificar y evaluar las estrategias y ejecuciones de comunicaciones de marketing. Tendrá las habilidades para combinar las teorías y modelos con información práctica y así tomar mejores decisiones de comunicaciones de marketing. Al completar este curso será capaz de aprovechar las comunicaciones integradas de marketing (IMC por sus siglas en inglés) en el proceso de crear marcas valiosas y ganar el corazón de sus consumidores.\n\nLa profesora Eda Sayin del IE Business School le guiará en este proceso. Con la ayuda de expertos que van desde empresas internacionales de marketing hasta directivos de marketing de empresas multinacionales, ofrecerá interesantes ejemplos de la vida real. Tras este curso, estará equipado con los conocimientos para asegurarse que toma las decisiones correctas respecto a las comunicaciones de marketing, así como respecto a la ubicación de publicidad y marketing digital.	Español	NO	IE Business School	Intermedio
Estrategias de Redes Sociales	En este curso, podrás adquirir los conocimientos y criterios iniciales para crear los objetivos, estrategias y tácticas para las redes sociales de tu plan de marketing digital. Conocerás en detalle los códigos y técnicas de Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn; incluyendo estrategias de contenido, anuncios y estadísticas.	Español	NO	Universidad Austral	Intermedio
Marketing Gerencial	Este Programa entrega elementos básicos para la creación de una estrategia de marketing al nivel de los negocios o de las unidades de negocios. El objetivo global del programa es desarrollar las habilidades de pensar estratégicamente los problemas de marketing y sus posibles soluciones. \n\nEl foco del Programa está en los clientes, explicando que el valor de una empresa está en crear y desarrollar Clientes y no en sus Productos.	Español	NO	Universidad de Chile	Intermedio
Estratégicas empresariales: Proyecto final	En este curso realizarás un plan de negocio en donde incluirás la filosofía empresarial de tu empresa o idea de negocio; asimismo, identificarás qué factores pueden alterar el curso de tu empresa.\n\nPara una mejor toma de decisiones desarrollarás un plan financiero que te permitirá conocer el estatus financiero de tu empresa o idea de negocio.\n\nTambién implementarás un mix de mercadotecnia para diseñar estrategias que te permitan el punto óptimo de ventas de tu producto y/o servicio y llegar a nichos de mercado imposibles de alcanzar.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Intermedio



<p>Gestión de marca y producto</p>	<p>Luego de tomar este curso será capaz de identificar la información crítica que se necesita para desarrollar estrategias de marca y de producto que logren resultados inmediatos y también generen valor en el largo plazo. Estará en capacidad de crear un plan de actividades para hacer que su estrategia de marca se haga realidad (tanto externamente para los consumidores como internamente para los empleados). Podrá definir las métricas correctas que ayuden a determinar si la implementación de la estrategia ha sido un éxito, tomando en cuenta cualquier ajuste necesario al utilizar una metodología de probar y aprender.</p> <p>Este curso está compuesto de seis módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 - Lanzamiento de nuevos productos y el reto de gestionarlos en su ciclo vital. Al final de este módulo, será capaz de demostrar su comprensión de los conceptos de estrategia de producto y de reunir los datos que le apoyen para definir su estrategia de producto.</li> <li>2 - Desarrollar marcas convincentes que inspiren a sus stakeholders críticos y tengan un impacto en sus resultados. Este módulo le permitirá sentirse seguro al describir los distintos elementos de una estrategia de marca y formulando una estrategia de marca ganadora.</li> <li>3 - Conocer cómo comunicar su oferta: Arquitectura de marca y nomenclatura. Al terminar este módulo, será capaz de definir cómo llamar a su marca y explicar cómo desarrollar un sistema para incorporar futuros productos y marcas.</li> <li>4 - Construir su portfolio de marca. Tras concluir este módulo, será capaz de trazar el mapa de su portfolio de marca para maximizar su valor y apoyar su crecimiento.</li> <li>5 - Traducir su marca en una experiencia convincente para el cliente. Al concluir este módulo, se sentirá confiado para definir y describir la experiencia del cliente con su marca.</li> <li>6 - Preparar y enganchar a sus empleados para ofrecer la promesa de la marca. Tras concluir este módulo, será capaz de explicar y aplicar el proceso para "incrustar" la marca a lo interno de la organización.</li> </ul>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>IE Business School</p>	<p>Intermedio</p>
<p>Estrategia de precios</p>	<p>La fijación de precios es una de las decisiones de marketing más importantes, pero menos entendidas. Aprenda y practique conceptos y técnicas, y conozca las últimas reflexiones en materia de evaluación y formulación de estrategias de fijación de precios. Analice el modo en que las empresas tratan de captar valor, además de beneficios, en los ingresos que obtienen.</p> <p>Tras este curso, podrá participar activamente en el proceso de formulación de estrategias de fijación de precios de sus propios productos y servicios, o de los de su empresa. Este curso también pone el foco en la dinámica de la fijación de precios y la reacción de los competidores. Como tal, se utiliza un enfoque muy pragmático y directamente aplicable al día a día de su vida profesional.</p> <p>Este curso se compone de los cuatro módulos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 - En este módulo, empezaremos por la importancia de la fijación de precios, en especial, para el resultado neto. Teniendo esto en mente, y tras demostrar cómo la fijación de precios es el factor conductor más importante de la rentabilidad, cuando termine este módulo podrá llevar a cabo fijaciones de precios basadas en clientes, en la competencia y en costes. Asimismo, podrá utilizar los conceptos de elasticidad del precio y el precio óptimo al fijar los precios de sus productos y servicios.</li> <li>2 - Tras finalizar este módulo, podrá aprovechar los cuatro métodos distintos para determinar la disposición a pagar de los clientes. Ya se utilicen opciones como datos de mercado o experimentos (basados en observación) o encuestas a expertos o clientes (basadas en encuestas), podrá utilizar esta información para identificar el precio óptimo.</li> <li>3 - Lo que vemos en el mundo real es que las empresas no cobran un mismo precio por todos sus productos, sino más bien que fijan precios distintos para productos diferentes con respecto a los diversos segmentos de clientes. Tras estudiar las ventajas de la discriminación de precios (y el significativo potencial en cuanto a ingresos y beneficios que conlleva), podrá entender el tipo de discriminación de precios y la forma de implantarlo en sus productos y servicios.</li> <li>4 - En este módulo final, hablaremos de la psicología que hay detrás de la fijación de precios. De esta forma, podrá «manipular» a los clientes de modo que perciban un valor superior en los productos y servicios que produce, o les cueste menos pagar el precio de compra de sus productos. Tendrá a su disposición diversas maneras de maximizar sus ventas, ingresos y rentabilidad. También realizaremos un par de experimentos con clientes voluntarios para ver cómo el precio afecta en las percepciones, y cómo puede beneficiarse de ello.</li> </ul>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>IE Business School</p>	<p>Intermedio</p>
<p>Marketing estratégico: claves para competir con éxito</p>	<p>El papel del marketing difiere entre empresas y sectores. Además, la visión que los profesionales tienen del mismo depende del nivel jerárquico dentro de la organización, así como del bagaje profesional de cada uno. Quizá por ello, a menudo es mal entendido y reducido a un nivel táctico exclusivamente de comunicación.</p> <p>El marketing trata de identificar y satisfacer de manera rentable necesidades humanas y de la sociedad en general. Por ello, como disciplina, tiene permanentemente puesto el foco en el cliente. A nivel corporativo, el marketing debe ayudar a diseñar la estrategia; pero también es parte fundamental en la ejecución de esta.</p> <p>En un mundo tan competitivo como el actual, las empresas que sean capaces de crear más valor para el cliente y de hacer rentable esa relación son las que generarán más riqueza, empleo y también las capaces de competir con éxito en sus mercados.</p> <p>El objetivo de este curso es aportar una introducción al marketing estratégico. Estudiaremos las distintas fases del proceso de planificación de marketing, con especial énfasis en el llamado marketing mix y en la importancia de sostener el valor en el tiempo.</p>	<p>Español</p>	<p>NO</p>	<p>IESE Business School</p>	<p>Intermedio</p>

Introducción a la Contabilidad Financiera	A menudo, nos referimos a la contabilidad financiera como «el lenguaje de los negocios», es decir, el lenguaje que los directivos utilizan para transmitir información financiera y económica sobre su empresa a aquellas partes externas a ella, como los accionistas y los acreedores. Ninguna persona que trabaje en el mundo de los negocios puede permitirse desconocer el mundo de las finanzas. Tanto si diriges tu propio negocio como si te estás formando para ocupar un puesto de directivo, necesitarás entender la información financiera y ser capaz de interactuar con los contables o los directores financieros... En definitiva, ¡necesitarás hablar el lenguaje de los negocios!\n\nGracias a este curso, podrás aprender los fundamentos del lenguaje de los negocios. Una vez que lo hayas finalizado, podrás leer e interpretar los estados financieros para realizar diagnósticos empresariales y tomar decisiones y, lo que es más importante, contarás con una base teórica que te permitirá seguir profundizando en la contabilidad y en las finanzas por ti mismo. No olvides que, al igual que al aprender cualquier otra lengua, dominar la contabilidad requiere una práctica constante.	Español	NO	IESE Business School	Intermedio
Finanzas para directivos	La clave para comprender las finanzas de una empresa está en conocer la historia que se esconde detrás de los números. Este curso te ofrecerá precisamente esta perspectiva de las finanzas, para que puedas aplicar un conocimiento más holístico de las cifras a la hora de tomar decisiones—tanto a largo como a corto plazo—sobre la dirección que la empresa debe tomar respecto a activos y pasivos corrientes, gestión del capital circulante y muchos otros conceptos contables. Cuando termines el curso, comprenderás las consecuencias que tienen sobre las finanzas las decisiones tomadas a nivel directivo en operaciones, marketing y otras áreas.	Español	NO	IESE Business School	Intermedio
Proyecto final sobre negociación para un mejor clima laboral	Aquí se planteará el caso de una organización en la que están sucediendo varios acontecimientos preocupantes, que debes conciliar, negociar y resolver. Entre éstos, sobresale la existencia de conflictos latentes, inherentes a un clima laboral deteriorado por una administración centralizada de forma excesiva, en donde no se delega y se impide la participación de la gente. Prevalece la falta de cooperación entre las áreas y sus colaboradores entre sí, aunado a una falta de liderazgo, trabajo en equipo y comunicaciones defectuosas, y agregando la existencia de una situación tensa, por la presencia de una élite de profesionistas y especialistas en los altos niveles de la organización, que influyen en toda la empresa, imponiendo los intereses y la cultura de su especialidad en beneficio de su propio trabajo y de las áreas afines al mismo. Esta élite crea un clima laboral que los demás consideran déspota y hostil.\n\nDichos aspectos hacen imposible el futuro desarrollo de la empresa y emplear el talento de la gente.\n\n¿Qué hacer para aclarar esta situación?, ¿podrán conciliarse los intereses mediante acuerdos de cooperación?, ¿qué elementos subyacentes deberán ser considerados?, ¿quiénes pueden representar a las partes?, y lo más importante, ¿podremos encontrar una fórmula que perdure? En resumen, se requiere negociar el cambio.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Intermedio
Proyectos complejos: éxitos o fracasos	Bienvenido al curso proyectos complejos: éxitos o fracasos. Soy Andrés Felipe Gómez y te estaré acompañando las siguientes 4 semanas en donde vamos a explorar que factores me ayudan a incrementar la probabilidad de éxito cuando desarrollo un proyecto. Este curso introductorio busca brindarte las bases necesarias para determinar que hace que un proyecto sea un éxito, o un fracaso; algo de gran relevancia cuando hablamos de proyectos complejos, en los cuales la probabilidad de fracasar es más alta que en el resto de proyectos, dado que existen múltiples factores y componentes que afectan su desarrollo. Este curso busca brindarte las bases para que conozcas qué es un proyecto, por qué son necesarios los proyectos en las organizaciones, y qué necesito para incrementar las probabilidades de éxito de mi proyecto. Al finalizar este curso estarás en capacidad de identificar cuáles son los factores más importantes que debes tener en cuenta al realizar un proyecto en una organización, así como la incidencia de los diferentes interesados en el éxito, o fracaso, del mismo. Este curso lo pensamos para ti, con la calidad que la Universidad de los Andes les ofrece a sus alumnos.\n\nAdicionalmente, este curso ofrece 10 PDUs para aquellas personas certificadas como PMP, PMI-RMP o PMI-SP de acuerdo con el Triángulo del Talento del PMI(r). Los PDUs están distribuidos de la siguiente manera: Técnica - 4 PDUs, Liderazgo - 2 PDUs, Estrategia/Negocios - 4 PDUs.	Español	NO	Universidad de los Andes	Intermedio

Sustentabilidad y Economías Sociales	En los últimos años el fenómeno del Emprendimiento con Sentido, la Innovación Social y la relevancia de la Sustentabilidad dan cuenta de la imperiosa necesidad de modernizar los esquemas de gestión de empresas y adaptarlos a una realidad cambiante, modificando paradigmas hacia las nuevas economías enfocadas en un desarrollo sustentable.\n\nEste curso presenta y explica el conjunto de alternativas y expresiones que forman parte de esta denominada "Economía Social y Solidaria", que incluyen el Comercio Justo, las Empresas Sociales, Empresas B, la Economía del Bien Común, el Cooperativismo, la Economía Colaborativa, las Sociedades Laborales, los Emprendimientos Socio -Ecológicos, en que se comparten valores y criterios como la democracia, la equidad, la solidaridad, incorporando los impactos sociales, ambientales y económicos en los entornos inmediatos de desarrollo profesional.	Español	NO	Universidad de Chile	Intermedio
Estimación de la línea base de tiempos y costos	Bienvenido al curso Estimación de la línea base de tiempos y costos. \n\nEste es el tercer curso que forma parte del programa especializado en Gerencia de proyectos complejos de ingeniería, ofertado por la Universidad de los Andes, disponible en la plataforma de Coursera.\n\nSoy Andrés Felipe Gómez y te estaré acompañando las siguientes 8 semanas en donde me voy a centrar en el último gran paso dentro del proceso de planeación: establecer las líneas base del tiempo y de los costos. Este es un paso muy importante en todo proyecto, pues acá determinamos cuánto tiempo nos vamos a demorar y cuánto es el presupuesto del proyecto para tener una base de comparación en la ejecución y en el seguimiento y control. \n\nEste curso busca brindarte las bases para que comprendas la importancia de la planeación en los proyectos, así como proveerte herramientas y enseñarte habilidades para que desarrolles una línea base sólida contra la cual contrastar el avance del proyecto durante su ejecución. Así mismo, en este curso nos vamos a centrar mucho en una las habilidades más importantes que debe tener todo buen gerente de proyecto: el saber cómo estimar. Dicho lo anterior, este curso busca que entiendas la importancia de la estimación de tiempos, recursos, costos, esfuerzo, entre otras variables que son de gran importancia para el éxito de un proyecto complejo. Todo lo anterior lo hacemos con el fin de poder desarrollar una línea base adecuada, pensada alrededor del alcance y los entregables, de las actividades, su duración y su costo; para poder desarrollar una correcta planeación del proyecto, lo que nos facilitará el proceso de seguimiento y control en etapas posteriores del ciclo de vida del proyecto.\n\nEste curso lo pensamos para ti, con la calidad que la Universidad de los Andes les ofrece a sus alumnos.\n\nAdicionalmente, este curso ofrece 36 PDU para aquellas personas certificadas como PMP, PMI-RMP o PMI-SP de acuerdo con el Triángulo del Talento del PMI®. Los PDU están distribuidos de la siguiente manera: \n\nTécnica – 18 PDU\n\nLiderazgo – 6 PDU\n\nEstrategia/Negocios – 12 PDU\n\nEste curso está pensado para personas de diferentes disciplinas que quieren adentrarse en el mundo de la gerencia de proyectos, pero que saben que por las condiciones actuales que rodean los proyectos se hace necesario adquirir bases en la dimensión de la complejidad para la gestión de estos. Este curso está pensado para personas con por lo menos un título de pregrado con conocimientos intermedios en matemáticas. El aspirante a tomar este curso puede provenir de cualquier campo del conocimiento, desde el gobierno, la industria, la consultoría y la academia.\n\nUna vez el estudiante ha adquirido el conocimiento que provee el curso este estará en capacidad de entender la importancia de la planeación en los proyectos para la creación de una línea base sólida, así como la importancia de la estimación de los tiempos y costos, y su influencia en la probabilidad de éxito de los proyectos complejos. Igualmente, el estudiante podrá conocer y aplicar los diferentes tipos de estimación dependiendo de la fase en que se encuentre un proyecto complejo, esto con el objetivo de determinar la línea base de tiempo y costos para hacer la ejecución, seguimiento y control adecuado de proyectos complejos.	Español	NO	Universidad de los Andes	Intermedio
Nuevos modelos de negocios en el siglo XXI	Este curso está dirigido a toda persona que quiera adquirir las bases fundamentales para comprender los alcances sociales, económicos y medioambientales de la responsabilidad social.\n\nEl conocimiento adquirido te ayudará a generar ideas que se traducirán en impactos positivos para tu negocio u organización con responsabilidad social. Esto con el objeto de tener organizaciones y sociedades comprometidas con la nueva forma de hacer negocios, mismos que medirán su éxito social y económico con base en el progreso social, lo que garantiza su viabilidad a largo plazo.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Intermedio
Investigación de mercados y comportamiento del consumidor	El primer curso de esta especialización consta de dos bloques que te proveerán de los conocimientos necesarios para comenzar tu trayectoria en Marketing.\n\nAprende las herramientas y técnicas para convertir una decisión en una investigación real, esto lo verás en el primer módulo: Investigación de Mercado. Cómo plantear la investigación, analizar los datos recogidos, interpretarlos correctamente y comunicarlos a través de recomendaciones precisas serán algunas de las cuestiones tratadas en este curso. \n\nEl segundo módulo se enfoca en el proceso de toma de decisiones por parte del consumidor, resaltando los momentos clave en el proceso de compra y consumo de un producto. Adapta tu enfoque "cliente-céntrico" en decisiones de marketing mediante el análisis de cómo tus clientes toman sus decisiones, reflexionando en qué sucede en sus corazones y mentes al momento de tomar decisiones y analizando las variables que son influyentes para tomarlas.	Español	NO	IE Business School	Intermedio
Introducción a la calidad	Al finalizar el curso: \n\n• Explicarás la aplicación de la norma ISO 9000 y los sistemas de gestión de calidad, su implementación y los beneficios para la compañía y la sociedad.\n\n• Describirás herramientas prácticas que mejoren la competitividad y eleven la eficiencia de las operaciones de la empresa o idea de negocio teniendo en cuenta las mejores prácticas ambientales.\n\nEn este curso conoceremos la importancia que tiene implementar estándares de calidad y procesos productivos eficientes, para el desarrollo y continuidad de nuestra empresa o idea de negocio y así mantener su máxima capacidad productiva y seguir ofertando productos con los más altos estándares de calidad, para mantenernos siempre en la preferencia del público.\n\nEs importante resaltar también términos como capacidad, ubicación y distribución operativa con la que cuenta nuestra empresa o idea de negocio, porque al identificarlas podemos mejorar la productividad sin hacer a un lado la calidad, a la vez que identificamos las deficiencias la producción para nuestra empresa o idea de negocio.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Intermedio

Introducción a la estrategia	En este curso, conocerás la importancia de la estrategia en cualquier tipo de organización; diferenciarás los modelos conductuales que se aplican en diferentes países, quiénes son sus principales actores y los intereses que tienen en una empresa. Partirás de la planeación estratégica para materializar tu idea de negocio, a través de la misión, visión, valores y objetivos. Identificarás la idea diferenciadora de tu empresa o idea de negocio, lo cual la hará única del resto. Leerás las señales internas y externas del entorno para poder reaccionar a tiempo ante los factores que afectan a tu empresa.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Intermedio
Las redes sociales en acción	Como un mercadólogo, tenemos claro que nuestra función principal en las empresas es identificar las necesidades del mercado y con base en ellas establecer estrategias de compra – venta que causen impacto y satisfagan las necesidades de los consumidores. Éste es un reto importante, pero además de ser creativos en la definición de estas estrategias, tenemos que tener en cuenta el desarrollo que a través de los últimos años ha tenido el Internet y atrás de él las redes sociales. Es por ello que hay que estar conscientes de la importancia que las redes van teniendo y cómo pueden ayudar a la promoción de los productos y servicios que como proveedor estamos ofreciendo. \n\nEn este curso podrás conocer cómo se ejecuta una estrategia de redes sociales y las consideraciones que debes de tener para controlar y medir el desempeño de tu estrategia. Podrás identificar cómo evaluar si es posible gestionar la estrategia con recursos propios, si es necesario utilizar una agencia o si es apropiado hacerlo con un esquema mixto; también reconocerás la importancia de realizar una escucha activa y las herramientas que te permitirán desarrollar esta actividad, las plataformas más convenientes y la frecuencia más apropiada para tu negocio, los indicadores clave de medir y cómo hacerlo y finalmente las técnicas para optimizar el desempeño de tu estrategia de redes sociales y lograr tus objetivos.\n\nSeguramente te serán de gran utilidad dentro del ámbito de la mercadotecnia.	Español	NO	Tecnológico de Monterrey	Intermedio
Valuación de empresas	En el curso valuación de empresas, ofrecido por la UNAM, el administrador financiero enfrentará una decisión financiera una vez que una empresa ha llegado al punto en que pueda expandirse y adquirir o fusionarse con otras empresas. Antes de tomar tal decisión el administrador financiero deberá evaluar las ventajas y desventajas de una integración horizontal o vertical, por lo que la empresa deberá valorar primero así misma y en segundo término a la empresa objetivo con base en diferentes modelos como Black and Scholes, Valor Económico Agregado (EVA), Generación Económica Operativa (GEO), etc.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Intermedio
Introducción a la gestión de proyectos	Este primer curso está orientado en comprender las generalidades de la gestión de proyectos y el uso de herramientas y técnicas esenciales de acuerdo con el estándar del Instituto de Administración de Proyectos (PMI) para incorporarlas en forma práctica en el quehacer cotidiano de la coordinación de proyectos.\n\nLos objetivos del curso son los siguientes:\n\n•Comprender las herramientas y técnicas para iniciar y planear el desarrollo de un proyecto estableciendo un entendimiento común sobre sus resultados entre los involucrados.\n\n•Aplicar las técnicas apropiadas para el control efectivo de los avances en el proyecto.\n\n•Valorar los beneficios personales y profesionales que se obtienen al obtener una certificación en administración de proyectos.	Español	NO	Tecnológico de Monterrey	Intermedio
Compra programática de medios: Publicidad online en tiempo real	La compra programática nació como una tendencia hace unos años y hoy es el corazón de las estrategias digitales, tanto de Display como de Video. Ha generado una disrupción en la planificación digital, dejando a los medios tradicionales en segundo plano y dándole protagonismo a las audiencias. Enfocado en el uso de la data, la compra programática es la clave hacia la maximización de resultados.\n\nLa Compra Programática de medios hace posible acceder en tiempo real a una impresión de un anuncio en Internet que está a punto de mostrarse, integrar la información disponible sobre el usuario que la verá y el sitio web sobre la que aparecerá, y tomar en ese mismo momento la decisión de comprar o no esa impresión.\n\nEl curso de Compra Programática de medios permitirá al alumno identificar el ecosistema y modelos de compra, su funcionamiento, ventajas y desventajas, plataformas, métricas y estrategias.	Español	NO	Universidad Austral	Avanzado
Marketing en Redes Sociales Proyecto Final	Por medio de este proyecto podrás poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la realización de los 4 cursos complementarios al programa de la especialidad. Estos conocimientos te llevarán a realizar una estrategia de mercado por medio de las redes sociales, esto con un enfoque comercial B2B. \n\nDurante el desarrollo del proyecto contarás con el apoyo de expertos, así como el apoyo de los alumnos inscritos al curso, este trabajo colaborativo te ayudará a cumplir con éxito los requisitos básicos para que tu estrategia de mercado puedas llevarla a la vida real.	Español	NO	Tecnológico de Monterrey	Avanzado
Proyecto capstone estrategia de marketing	En el proyecto final será necesario que utilices todos los conocimientos adquiridos a lo largo de esta especialización, para desarrollar un plan de marketing coherente para un producto o servicio.	Español	NO	IE Business School	Avanzado

Implementación del Marketing Mix Proyecto Capstone	El proyecto capstone te ofrece la oportunidad de poner en práctica lo que has aprendido a lo largo de la especialización a través de una de estas opciones:\n\nI – Ayuda a una gran empresa a encontrar solución a problemas reales que está enfrentando en las áreas de las 4P. Tras realizar un análisis exhaustivo de la situación actual, recomienda planes de acción específicos para resolver dilemas de la empresa. Un caso de estudio de la vida real. \n\nII – ¿Tienes tu propio producto o servicio? Dale una nueva perspectiva a través del marketing mix. \n\nSi planeas lanzar tu propio producto o servicio al Mercado, decide qué acciones ejecutar para cada una de las 4P a través de esta opción de proyecto final personalizado, y dale a tu idea ese empuje final.\n\nAmbas opciones tienen distintas fases con proyectos evaluados por tus compañeros.	Español	NO	IE Business School	Avanzado
Contexto de Negocios en LATAM: Factores Políticos, Sociales y Económicos	Latinoamérica resulta ser muy atractiva al momento de decidir realizar nuevos negocios, pero en algunos casos este proceso se considera algo distinto a cómo opera el mercado mundial, por lo que es importante conocer algunos elementos que permitan entender de mejor manera este contexto y así definir estrategias más efectivas cuando se piensa comenzar un negocio en esta región. \n\nA través de este curso, los alumnos podrán conocer el contexto social, político y económico en Latinoamérica. Del mismo modo, los alumnos podrán acceder a una comprensión de las industrias que más se han desarrollado y los modelos de negocios que se utilizan en Latinoamérica en comparación con la realidad de otras economías. \n\nLa Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile, ha decidido dictar este curso en formato masivo, con el fin de llegar a mayor cantidad de interesados y ser un aporte en la formación de personas que deseen aprender del tema y llegar también a quienes tengan interés de invertir o emprender en este mercado. \n\nLa metodología de este MOOC contempla una combinación de videos, ejercicios prácticos y test auto-evaluables, los cuales entregan retroalimentación a los alumnos para que puedan saber su estado de avance en cuanto al aprendizaje esperado. Se dicta en modalidad online, en formato masivo, pudiendo llegar a distintos lugares del mundo a través de la web de Coursera.	Español	NO	Pontificia Universidad Católica de Chile	Avanzado
Google Cloud Product Fundamentals en Español	Este curso, que es una continuación de Business Transformation with Google Cloud, le permitirá conocer la perspectiva tecnológica de la transformación de una organización. Para ser más específicos, explicaremos cómo la tecnología de Google Cloud puede transformar digitalmente una organización en los siguientes aspectos: modernizar la infraestructura de TI; mejorar la forma en que los equipos desarrollan las aplicaciones que utiliza la empresa; saber cómo aprovechar el aprendizaje automático y la inteligencia artificial para generar más valor; advertir el rol fundamental de las herramientas de productividad basadas en la nube, como G Suite, para cumplir con el trabajo, y comprender los desafíos y las oportunidades de la administración de costos que trae aparejados una infraestructura de TI cambiante basada en la nube. \n\n En el desarrollo del curso, explicaremos conceptos clave, como procesamiento, aplicaciones, seguridad, API, bases de datos, y sus funciones en la transformación digital. Además, conocerá ejemplos específicos del uso de diferentes tecnologías de nube y los beneficios que obtuvieron las personas y las empresas a nivel mundial. Más importante aún, le proporcionaremos el conocimiento necesario para contribuir en proyectos de transformación digital, o dirigirlos, y colaborar con las partes interesadas correctas.	Español	NO	Google Cloud	Avanzado
Introducción a las finanzas	En este curso estudiaremos el objetivo principal de las finanzas, la importancia en la creación de valor y mantenerlo a través de un uso eficiente de los recursos financieros. \n\nAdemás, incluiremos algunas herramientas básicas que te permitirán crear un plan financiero con el que podrás establecer objetivos y metas claras, identificar qué factores pueden afectar el rumbo de tu empresa o idea de negocio y saber si estás aplicando los recursos de una manera eficiente. \n\nAl término del curso aplicarás herramientas básicas de análisis, control y evaluación de información financiera para una adecuada gestión de negocio.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Avanzado
Estructura de capital y política de dividendos	En el curso estructura de capital y política de dividendos se analizará la forma en la que una empresa financia sus activos a través de métodos internos o externos, estructurando así su pasivo y capital. Dichas fuentes de financiamiento se ven reflejadas en el costo de capital promedio ponderado (Weighted Average Cost of Capital- WACC). De la mano de la determinación de dicho costo de financiamiento y de la estructura del capital, el administrador financiero deberá determinar la política de dividendos, tomando como referencia el teorema de Modigliani – Miller. En este curso el administrador financiero adicionalmente será capaz de evaluar activos financieros o portafolios, evaluando la relación que existe entre riesgo y retorno bien a través del modelo Capital Asset Pricing Model CAPM o del Arbitrage Pricing Theory APT.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Avanzado
Publicidad Digital con Google AdWords	En este curso de Google Adwords, aprenderás sobre los conceptos fundamentales y técnicas avanzadas de la publicidad en Google. Con estos, serás capaz de crear, publicar y optimizar correctamente campañas para promocionar las marcas, productos o servicios que desee en una de las herramientas publicitarias más poderosas del mundo. El curso profundiza tanto en la red de Búsqueda como la red de Display, detallando sus aspectos teóricos y prácticos desde la propia herramienta.	Español	NO	Universidad Austral	Avanzado

Proyecto Final de Éxito Profesional	El propósito del Proyecto Final de la Programa Especializado de Éxito Profesional es que apliques a una experiencia personal los métodos y las técnicas que has aprendido en la serie de cursos, dándote una manera de comunicar tu valor a empleadores potenciales. Centrará tus habilidades de comunicación, dirección, negociación, resolución de problemas, redacción empresarial, gestión del tiempo, finanzas, emprendimiento y gestión de proyecto en un único proyecto que demostrará tu preparación profesional.	Español	NO	University of California, Irvine	Avanzado
Negociación exitosa: Estrategias y habilidades esenciales (en español)	<p>Todos negociamos diariamente. A nivel personal, negociamos con amigos, familia, propietarios, vendedores de autos y empleadores, entre otros. La negociación también es la clave del éxito comercial. Ninguna empresa puede sobrevivir sin contratos rentables. Dentro de una empresa, las habilidades de negociación lo pueden llevar a avanzar en su carrera.</p> <p>En este curso, aprenderá y practicará los cuatro pasos necesarios para lograr una negociación exitosa, con un módulo para cada paso:</p> <p>(1) Preparación: Planifique su estrategia de negociación</p> <p>(2) Negociación: Use las tácticas claves para el éxito</p> <p>(3) Cierre: Cree un contrato</p> <p>(4) Cumplimiento y evaluación: El juego final</p> <p>Para completar exitosamente este curso y mejorar su capacidad de negociar, deberá completar los tres pasos siguientes:</p> <p>(1) Mire los videos breves (que van de 5 a 20 minutos) de cada módulo. Los videos son interactivos e incluyen preguntas para evaluar su entendimiento de las estrategias y habilidades de negociación. Los videos se pueden acelerar o ralentizar para adaptarse al ritmo que prefiera escucharlos. Según sus horarios, puede ver los videos en unas semanas o verlos todos juntos. Un estudiante que vio el curso de una sola vez concluyó que "es tan bueno como Breaking Bad".</p> <p>(2) Complete la negociación del Módulo 6 para evaluar sus capacidad de negociación. Puede negociar con un amigo local o usar los Debates para encontrar un socio de otra parte del mundo. Su socio de negociación le brindará una devolución sobre sus capacidad de negociación. En el camino, puede resultarle útil utilizar esta aplicación móvil gratuita que está relacionada con el curso y contiene varias herramientas de planificación de la negociación. <a href="http://negotiationplanner.com/">http://negotiationplanner.com/</a></p> <p>(3) Tome el examen final. Para completar el curso exitosamente, debe responder correctamente el 80 % de las preguntas. Este examen es un examen de dominio, lo que significa que puede tomarlo las veces que quiera hasta que domine el material.</p> <p>Además, este curso incluye la opción de obtener un Certificado verificado (CV) a través de la verificación de su identidad y la finalización exitosa del curso. Un CV le proporciona un reconocimiento formal de sus logros en el curso e incluye el logo de la Universidad de Michigan.</p> <p>Si usted está considerando obtener un CV, debe completar el proceso de verificación antes de tomar el examen final. Puede elegir pagar los cargos asociados antes o después del examen. Para obtener más información acerca de los CV, visite: <a href="http://learner.coursera.help/hc/en-us/articles/201212399-Verified-Certificates">learner.coursera.help/hc/en-us/articles/201212399-Verified-Certificates</a></p> <p>El logo compuesto del curso se comparte con una licencia Creative Commons CC BY-SA (<a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/">https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/</a>) y fue creado con las imágenes proporcionadas por cortesía de Flazingo Photos (<a href="http://bit.ly/1zOyIRm">http://bit.ly/1zOyIRm</a>) y K2 Space (<a href="https://www.flickr.com/photos/k2space/14257556613/in/set-72157644732478432">https://www.flickr.com/photos/k2space/14257556613/in/set-72157644732478432</a>). This is a translated version. To join the original English version, visit this page: <a href="https://www.coursera.org/learn/negotiation-skills/">https://www.coursera.org/learn/negotiation-skills/</a></p>	Español	NO	University of Michigan	Avanzado
Fundamentos del marketing mix	<p>En este curso haremos una introducción a las cuatro Ps del marketing (producto, precio, promoción y plaza), y te hará analizar estratégicamente tu producto o servicio.</p> <p>La primera sesión es sobre gestión de productos. Está diseñada para proporcionar los conocimientos necesarios para comprender y gestionar el papel estratégico de marcas y productos en la generación de los resultados del negocio. Posteriormente trabajaremos sobre la definición de las estrategias de precios en donde cubriremos los principales conceptos y técnicas para formular precios. A través de las sesiones sobre actividades promocionales (comunicación y publicidad) explorarás los diferentes canales de comunicación disponibles y comprenderás la importancia del plan de medios. Todo esto se complementa con lo que aprenderás en la sesión final sobre la última "P" – Place - donde se tienen en cuenta los canales y estrategias de venta, con el objetivo primordial de la definición de una estrategia de distribución para su producto o servicio.</p>	Español	NO	IE Business School	Avanzado
Toma de decisiones financieras	Este es el último curso del programa especializado de finanzas corporativas, ofrecido por la UNAM. En este, el administrador financiero será capaz de integrar todos los elementos aprendidos en los cinco cursos anteriores, en un caso práctico que le permita tomar decisiones de inversión y financiamiento en una situación simulada.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Avanzado
Evaluación de inversiones en Bienes de Capital	En el curso presupuesto de largo plazo o de bienes de capital el administrador financiero aplicará los elementos del valor del dinero a través del tiempo, para poder proyectar los estados financieros a una fecha futura, considerando las variables económicas que pueden afectar un proyecto de inversión. De igual forma será capaz de calcular el valor presente neto, la tasa interna de rendimiento como elementos primordiales para la evaluación de los proyectos de inversión en bienes de capital de una empresa.	Español	NO	Universidad Nacional Autónoma de México	Avanzado
Proyecto Final - Programa Especializado en Marketing Digital	<p>Semana 1) Definirá las estrategias, objetivos y tácticas de Marketing Relacional y cómo esto se vincula con el correspondiente ecosistema de Marketing Digital.</p> <p>Semana 2) Una estrategia de contenidos en base a los códigos de 3 Redes Sociales que elija.</p> <p>Semana 3) Diseñará una campaña ejemplo de Google Adwords, definiendo qué red es más conveniente para sus objetivos publicitarios y con qué segmentaciones. También deberá diseñar anuncios acorde a las mejores prácticas recomendadas.</p> <p>Semana 4) Diseñará una campaña ejemplo en Compra Programática haciendo foco en las audiencias que compraría (1st party, 2nd party y 3rd party) y las estrategias de retargeting que aplicaría para maximizar los resultados de la campaña.</p>	Español	NO	Universidad Austral	Avanzado

Kit básico (para evitar los errores más frecuentes) de finanzas	Cambia tu percepción de las finanzas personales y evita ser víctima del abuso financiero y de tus propios sesgos conductuales.  En el ámbito de las finanzas personales más importante que conocer cómo se calcula la prima de una opción o cómo se negocia en el mercado Forex es, por ejemplo, saber confeccionar un presupuesto familiar y sobre todo tener la voluntad de utilizarlo.  En muchos casos esa falta de voluntad va relacionada con otros sesgos, como valorar de forma inconsistente recompensas a corto plazo respecto a recompensas a largo plazo (descuento hiperbólico) o aplazar indefinidamente decisiones sobre aspectos que inciden en tu equilibrio financiero (procrastinación). Aprender a reconocer y modificar estos sesgos facilitará tu empoderamiento financiero y evitará que cometas errores habituales o seas víctima fácil de abusos financieros.	Español	NO	Universitat Autònoma de Barcelona	Avanzado
Finanzas Corporativas	Este curso brinda la teoría financiera necesaria para tomar decisiones en ámbitos de inversión o financiamiento en los negocios, porque estas son las decisiones que más se enriquecen con el correcto armado de modelos financieros.  Puede considerarse una Introducción a las Finanzas Corporativas, porque ofrece una mirada completa al ciclo del dinero en la empresa, desde los que proveen los fondos pasando por las decisiones de inversión y llegando a la rentabilidad que los inversores obtienen.  Como los modelos financieros se construyen principalmente para tomar decisiones de inversión y financiamiento, es fundamental comprender cómo se toman estas decisiones, para poder armar y utilizar adecuadamente los modelos.  El riesgo es un elemento clave en las decisiones financieras. Veremos cómo se mide y cómo impacta en las decisiones. Una verdadera comprensión del riesgo permitirá tomar decisiones utilizando herramientas más avanzadas de modelización, como la Simulación de Montecarlo.  Se pondrá especial énfasis en el armado de los distintos flujos de fondos ya que estos constituyen la base de una modelización financiera.	Español	NO	Universidad Austral	Avanzado
Coberturas de riesgo con futuros y opciones para agrobusiness	La producción agropecuaria y agroalimentaria tiene una gran importancia en las economías latinoamericanas tanto desde el punto de vista de su participación en el PBI de los países, generación de empleo y exportaciones, ya que en muchos casos las exportaciones agroalimentarias constituyen una fuente muy importante de divisas en las economías latinoamericanas.  El concepto de "agrobusiness" desarrollado en Harvard significa un abordaje sistémico de los actores, funciones y valor agregado del sistema agroalimentario y de las interrelaciones entre los distintos actores a través de mecanismos de coordinación como: mercados, contrato e integración vertical.  El eslabón inicial de toda cadena agroalimentaria (soja, maíz, trigo, carne, leche, café, azúcar, cacao, etc.) lo constituye la producción primaria caracterizada por commodities que constituyen la materia prima para el resto del sistema.  Los mercados de commodities se caracterizan por la atomización de la oferta que hace que los productores primarios sean tomadores de precios y sujetos a una extrema volatilidad de los mismos, lo que dificulta las decisiones y el cálculo económico de sus resultados teniendo en cuenta los rezagos en el tiempo, entre las decisiones de siembra y cosecha / venta de la producción.  Esta incertidumbre afecta también a los otros actores de la cadena como procesadores, exportadores, que necesitan conocer los precios de las materias primas para su cadena de suministros y tomar compromisos de exportación.  Los Mercados de Futuros y Opciones son instituciones que permiten predecir precios futuros y también transferir los riesgos a "especuladores" que son actores que le dan una gran liquidez a esos mercados.  El conocimiento del funcionamiento de los Mercados de Futuros y Opciones, las reglas de su operatoria y contratos y las herramientas disponibles para todos los actores (productores, cooperativas, acopiadores, corredores, exportadores, procesadores) resultan de vital importancia para eficientizar la gestión comercial de todos los participantes para que puedan lograr los objetivos económico/ financieros de sus organizaciones.  A partir del Chicago Mercantile Exchange (CME group) los precios de las principales commodities agrícolas se relacionan con los precios y mercados en los principales países productores como Brasil, Argentina, Paraguay, Uruguay, contribuyendo a la transparencia y eficiencia de las gestiones comerciales de todos los actores.  Este Curso proveerá el conocimiento de la operatoria de los mercados, las herramientas de cobertura en futuros y opciones, y ayudará al diseño de estrategias de los distintos actores.  A través de simulaciones se hará un seguimiento de los mercados en tiempo real y se logrará un aprendizaje a través de la experiencia de la calidad de las decisiones tomadas por los participantes.	Español	NO	Universidad Austral	Avanzado
El plan de marketing	¿De qué sirve una estrategia de marketing perfecta sin saber cómo actuar e implementarla en el mercado? Definiremos la estrategia y el marketing mix que tu producto / servicio o marca deben seguir. El plan de marketing incluye la estrategia de marketing y el plan para implementarla. En el desarrollo del plan de marketing, tendrás que responder a preguntas tales como: ¿Qué mix de marketing se ofrecerá y para quién? ¿Qué recursos de la empresa se necesitarán? ¿Qué resultados se esperan? Después de aprender los fundamentos de la gestión de marketing y los componentes clave del diseño de la estrategia de marketing, este curso sobre plan de marketing combina todos los conceptos para aplicarlos en una forma práctica.	Español	NO	IE Business School	Avanzado

Business Transformation with Google Cloud en Español	¿Qué es la tecnología de nube o ciencia de datos y a qué se debe este revuelo? Pero, por sobre todo, ¿qué puede hacer por usted, su equipo y su empresa? \n\nSi quiere aprender sobre la tecnología de nube para sobresalir en su función, ayudar a construir el futuro de su negocio y prosperar en la era de la nube, el curso Business Transformation with Google Cloud es ideal para usted. En esta capacitación interactiva, aprenderá sobre los principales impulsores empresariales de la nube (en concreto, Google Cloud) y adquirirá el conocimiento y las habilidades que le permitirán determinar si la transformación empresarial es lo adecuado para usted y su equipo. Además, creará proyectos a corto y largo plazo con los "superpoderes" de la nube. También encontrará en el cuaderno de trabajo complementario para estudiantes varias plantillas, guías y vínculos a recursos que lo ayudarán a redactar un resumen personalizado para compartir con su personal directivo, equipos técnicos o socios.\n\nPúblico principal:\nEncargados de la toma de decisiones empresariales: directores (gerentes de administradores), administradores de colaboradores individuales o colaboradores individuales que trabajen en funciones o divisiones que no pertenezcan a TI (como finanzas, marketing, ventas, RR.HH. y diseño de productos) y a los que les interese entender las aplicaciones de la tecnología de la nube de Google para generar oportunidades de mejorar el negocio y proyectos de transformación.	Español	NO	Google Cloud	Avanzado
Crear un Diagrama de Gantt simple con Google Sheets	En este curso basado en un proyecto y de 2 horas de duración, aprenderás a utilizar las hojas de cálculo de Google Sheets para crear un diagrama de Gantt para el seguimiento de un proyecto. Aprenderás acerca de los diagramas de Gantt como herramienta para la organización de un proyecto en un ámbito empresarial. Utilizaremos Google Sheets para definir una serie de suposiciones de nuestro proyecto y con ellas crearemos una tabla con la información que usaremos para crear el diagrama. Una vez creado el diagrama, aprenderemos a formatearlo para mostrar de manera más clara el seguimiento del proyecto y sus tareas. Finalmente aprenderemos cómo convertir el gráfico y el documento en un archivo presentable.\n\nNota: Este curso es de mayor utilidad para estudiantes que residen en la región de América del Norte. Actualmente, estamos trabajando para proporcionar la misma experiencia en otras regiones.	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante
LinkedIn para Principiantes	En este curso basado en un proyecto de 1 hora de duración, aprenderás a utilizar LinkedIn y podrás configurar tu página de LinkedIn, podrás construir tu perfil profesional y compartirás tu resumen profesional. Trabajarás en tu historia laboral y entenderás como usar tu panel de LinkedIn para tu beneficio personal y profesional. \nAl final del Proyecto tendrás un mayor conocimiento de cómo utilizar LinkedIn y las posibilidades que la página te ofrece. También aprenderás paso a paso como crear o modificar tu perfil y aprenderás sobre las herramientas y beneficios que ofrece LinkedIn para los profesionales. Obtendrás conocimientos sobre LinkedIn que no tenías antes. Iremos paso a paso para crear un perfil o modificar tu perfil para que se destaque del resto. Y en poco tiempo estarás verificando tu cuenta algunas veces al día para ver qué tan lejos ha llegado tu alcance.\n\nNota: Este curso es de mayor utilidad para estudiantes que residen en la región de América del Norte. Actualmente, estamos trabajando para proporcionar la misma experiencia en otras regiones.	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante
Hojas de cálculo para principiantes con Google Sheets	En este curso basado en un proyecto y de 1 hora de duración, aprenderás a conocer la plataforma de Google Sheets, crear nuevos archivos, trabajar con funciones básicas y avanzadas y crear gráficas con la información obtenida. Los aprendizajes de este curso son de gran utilidad debido a que pueden ser utilizados con gran cantidad de información y a diferentes ámbitos, tanto laboral como personales. No se requiere ningún conocimiento previo ya que se inicia desde cero.	Español	NO	Coursera Project Network	Intermedio
Creando una presentación con Presentaciones Google	Para el fin de este proyecto, creará una Presentación Google que contiene una introducción, soportes visuales, cartas enlazadas, y una conclusión. Aprenderá a crear una presentación que es informativa y que capta la atención de la audiencia. Usted también aprenderá a conectar cartas de Hojas de cálculo Google a su presentación que se sincronizan cuando cambian los datos.\n\nNota: Este curso es de mayor utilidad para estudiantes que residen en la región de América del Norte. Actualmente, estamos trabajando para proporcionar la misma experiencia en otras regiones.	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante
Cree Increíbles Diseños de Mercadeo usando Canva	Al final del Proyecto usted podrá crear un gráfico/diseño de ejemplo/muestra de redes sociales para empresas. El gráfico se puede compartir en las plataformas de redes sociales de su empresa. Podrá incorporar la paleta de colores de su guía de estilo empresarial para crear el reconocimiento de la marca como parte de su estrategia de mercadeo en redes sociales. Este curso incluirá una introducción a Canva, cómo escoger el tamaño de su lienzo para una publicación en las redes sociales, incorporar imágenes específicas de su empresa en una publicación en las redes sociales y preparar una publicación para sus canales de redes sociales.	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante



Introducción a CRM con HubSpot	<p>Para el fin de este proyecto, desarrollará y usará su propio CRM en HubSpot y aprenderá como usar el CRM para hacer crecer su empresa. \nHubSpot es un CRM basado en la nube que puede mejorar todos los aspectos de su empresa. El CRM HubSpot es un recurso para todos los equipos que tienen que tratar con los clientes, como contiene todos los datos de sus clientes, desde sus números de teléfono hasta un registro de todas las comunicaciones entre el cliente y la empresa. \nEn su plataforma HubSpot puede incluir todos sus procesos de ventas, marketing o mercadeo, y servicio al cliente en una sola plataforma basada en su CRM. Fácil de usar, HubSpot deja que usted pueda gestionar y aumentar a sus clientes tal como mejorar su relación con sus clientes existente. ¡Y HubSpot es completamente gratis!</p>	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante
Crear datos de soporte al Cliente con Google Sheets	<p>Al final de este proyecto, usted creará un Google Sheet que transforma datos brutos de soporte al cliente de una empresa en un conjunto de datos útiles , ofreciendo a la empresa una visión general de anteriores requisitos de soporte. \n\nUsted podrá determinar cuáles departamentos de la empresa están excediendo normas y cuáles departamentos están rindiendo por debajo del estándar. Este proyecto incluirá una introducción a Google Sheets , cómo enlazar varias fichas, una introducción a la creación de fórmulas de apalancamiento , y como utilizar Google Sheets para determinar si el soporte ofrecido se encuentra dentro de los niveles necesarios de servicio.\nEste proyecto es designado para personas sin conocimientos de Google Sheets, o para personas con experiencias limitadas de Google Sheets.\n\nNota: Este curso es de mayor utilidad para estudiantes que residen en la región de América del Norte. Actualmente, estamos trabajando para proporcionar la misma experiencia en otras regiones.</p>	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante
Mejora del Rendimiento Empresarial con Google Forms	<p>En este curso basado en un proyecto y de 2 horas de duración, aprenderás a utilizar las herramientas básicas necesarias para realizar una encuesta de Google Forms, crear un formulario de Google así como añadir y editar las preguntas del formulario. Con ese curso verás cómo podemos elegir la configuración del formulario para ajustar su encuesta y obtener una vista previa de su trabajo. También verás cómo podemos mandar el formulario a los clientes, así como pausar temporalmente o dejar de recopilar respuestas cuando surja la necesidad. Finalmente aprenderás a analizar las respuestas de la encuesta en Google Forms.\n\nNota: Este curso es de mayor utilidad para estudiantes que residen en la región de América del Norte. Actualmente, estamos trabajando para proporcionar la misma experiencia en otras regiones.</p>	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante
Creando un Presupuesto en Google Sheets	<p>En este curso basado en un proyecto y de 2 horas de duración, aprenderás a usar una plantilla de presupuesto anual de Google Sheets para realizar un presupuesto personal. Practicarás cómo modificar y personalizar el contenido de las pestañas así como comprender las diferentes secciones de las pestañas de Gastos, Ingreso, y Resumen. Utilizaremos el formato condicional para clasificar y resaltar resultados importantes.\nAprenderás cómo compartir el documento con otras personas y cómo utilizar los resultados y gráficas proporcionados en la hoja de cálculo en un formato presentable.\n\nNota: Este curso es de mayor utilidad para estudiantes que residen en la región de América del Norte. Actualmente, estamos trabajando para proporcionar la misma experiencia en otras regiones.</p>	Español	NO	Coursera Project Network	Principiante
Groundwork for Success in Sales Development	<p>This is Course 1 in the Salesforce Sales Development Representative Professional Certificate. In order to successfully complete later courses, please ensure you have completed this course before moving on. \n\nThis course is here to introduce you to the key role of a Sales Development Representative at a tech company. We want you to develop a winning professional mindset powered by emotional literacy, strategic thinking, time management, and task prioritization. We'll also focus on how you'll be managing your physical, mental, emotional, and spiritual well-being in both your personal and professional life.\n\nCourse 1 in the Sales Development Representative (SDR) Professional Certificate will give you the necessary skills to launch a career in the non-technical side of the tech industry. \n\n\nIn this course you will learn to:\n\n- Confidently articulate the purpose and power of the SDR role in the tech industry\n- Effectively select strategies and tools for developing a winning professional mindset\n- Justify strategies for time management and prioritization that yield results in your personal and professional life\n- Compose plans for taking responsibility for your physical, mental, emotional, and spiritual well-being within personal and professional relationships\n\n\nTo be successful in this course, you should have: \n\n- An ability to communicate in verbal and written form in a way that is accessible and understandable by a general audience (you don't need to be formal or refined)\n- Baseline computer literacy (you must be able to use a word processor, web search, and email)\n- Familiarity with social media, including LinkedIn \n- Ability and willingness to learn new technology tools\n- Motivation to grow personally and professionally\n- Hunger for feedback and coaching</p>	Inglés	SI	SV Academy	Principiante

<p>Foundations for Interviewing with Confidence</p>	<p>This is Course 2 in the Salesforce Sales Development Representative Professional Certificate. In order to successfully complete the course, please ensure you have taken Course 1: Groundwork for Success in Sales Development.</p> <p>The goal of this course is to prepare you to build your professional tech sales portfolio, and develop and leverage your personal and professional brand. You will be primed to ace your interview and leave a lasting impression on your future employer. These skills will get you in the door of a fast-growing tech company and launch your tech sales career.</p> <p>Course 2 in the Sales Development Representative (SDR) Professional Certificate will give you the necessary skills to launch a career in the non-technical side of the tech industry.</p> <p>By the end of the course, you will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Develop an understanding of the tech industry landscape in order to cultivate a long term career plan</li> <li>Construct an intimate understanding of your audience and express a personal story that is unforgettable</li> <li>Formulate a results-driven professional portfolio that showcases your track record and sets you apart from other candidates</li> <li>Create a lasting impression through the interview process</li> </ul> <p>To be successful in this course, you should have:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>An ability to communicate in verbal and written form in a way that is accessible and understandable by a general audience (you don't need to be formal or refined)</li> <li>Baseline computer literacy (you must be able to use a word processor, web search, and email)</li> <li>Familiarity with social media, including LinkedIn</li> <li>Ability and willingness to learn new technology tools</li> <li>Motivation to grow personally and professionally</li> <li>Hunger for feedback and coaching</li> <li>Successfully completed Course 1 in this training</li> </ul>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>SV Academy</p>	<p>Principiante</p>
<p>Conversational Selling Playbook for SDRs</p>	<p>This is Course 3 in the Salesforce Sales Development Representative Professional Certificate. In order to successfully complete the course, please ensure you have taken Course 1: Groundwork for Success in Sales Development and Course 2: Foundations for Interviewing with Confidence.</p> <p>This course will dive into the 8 principles of SV Academy's Conversational Selling Methodology, which will optimize you for success. You'll be able to integrate these principles not only in the real world, but in your career. Additionally, you'll be taught SV Academy's unique approach to objection handling and framework for high-quality prospecting.</p> <p>Course 3 in the Sales Development Representative (SDR) Professional Certificate will give you the necessary skills to launch a career in the non-technical side of the tech industry.</p> <p>By the end of the course, you will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Understand the process of asking strategic questions, establishing trust, identifying pain points and proposing value in efforts to closing a sale</li> <li>Identify and empathize with your Ideal Customer Profile (ICP) and target persona to build a high-quality lead list, efficiently qualify prospects, and leverage data to drive activity</li> <li>Investigate various outreach channels and generate a call script incorporating Conversational Selling strategies</li> <li>Develop a foundation for emotional intelligence in a sales context and generate an empathetic email</li> <li>Generate a multi-channel sales strategy to outreach prospects via phone, email, video, and social media</li> </ul> <p>To be successful in this course, you should have:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>An ability to communicate in verbal and written form in a way that is accessible and understandable by a general audience (you don't need to be formal or refined)</li> <li>Baseline computer literacy (you must be able to use a word processor, web search, and email)</li> <li>Familiarity with social media, including LinkedIn</li> <li>Ability and willingness to learn new technology tools</li> <li>Motivation to grow personally and professionally</li> <li>Hunger for feedback and coaching</li> <li>Successfully completed the previous courses in this training</li> </ul>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>SV Academy</p>	<p>Intermedio</p>
<p>Boosting Productivity through the Tech Stack</p>	<p>This is Course 4 in the Salesforce Sales Development Representative Professional Certificate. In order to successfully complete the course, please ensure you have taken Course 1: Groundwork for Success in Sales Development, Course 2: Foundations for Interviewing with Confidence, and 3: Conversational Selling Playbook for SDRs.</p> <p>This course demonstrates how to enhance productivity by implementing tech tools that streamline your SDR workflow. You'll be introduced to a variety of best-in-class sales software that will help you achieve the most optimal results — every time. By the end of the course, you'll feel confident in formulating bulletproof outreach strategies in order to engage with prospective customers.</p> <p>Course 4 in the Sales Development Representative (SDR) Professional Certificate will give you the necessary skills to launch a career in the non-technical side of the tech industry.</p> <p>By the end of the course, you will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Examine and navigate the tech stack and stay up-to-date on the latest tech tools used in the tech sales workforce</li> <li>Understand the basic principles of customer relation management (CRM) tools and how to use them effectively as part of your workflow</li> <li>Use sales intelligence tools to find prospects and optimize your workflow</li> <li>Formulate bulletproof outreach strategies to engage with prospective customers</li> <li>Apply the power of social media and video to find and connect with prospects</li> </ul> <p>To be successful in this course, you should have:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>An ability to communicate in verbal and written form in a way that is accessible and understandable by a general audience (you don't need to be formal or refined)</li> <li>Baseline computer literacy (you must be able to use a word processor, web search, and email)</li> <li>Familiarity with social media, including LinkedIn</li> <li>Ability and willingness to learn new technology tools</li> <li>Motivation to grow personally and professionally</li> <li>Hunger for feedback and coaching</li> <li>Successfully completed the previous courses in this training</li> </ul>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>SV Academy</p>	<p>Intermedio</p>

<p>Practical Guide to Navigating Professional Relationships</p>	<p>This is Course 5 in the Salesforce Sales Development Representative Professional Certificate. In order to successfully complete the course, please ensure you have taken Course 1: Groundwork for Success in Sales Development, Course 2: Foundations for Interviewing with Confidence, 3: Conversational Selling Playbook for SDRs, and 4: Boosting Productivity through the Tech Stack.</p> <p>In this course, you'll develop 'power' skills that are often overlooked but can actually determine success in your role. As tech industry professionals, we often get trained on how to do the technical work but not on how to give and receive feedback, communicate effectively, present ourselves professionally, and manage relationships. These human-centered skills make all the difference when you are being considered for a promotion within your company or applying for an exciting role at another company. By taking this course, you'll gain foundational knowledge and skills to crush it as a top-performing SDR and beyond.</p> <p>By the end of the course, you will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Build an empathetic approach to communication that highlights your professional demeanor</li> <li>Produce a message with confidence and clarity in order to achieve results</li> <li>Develop a clear understanding for implementing specific written communication styles in varying scenarios</li> <li>Cultivate an understanding of diverse opinions and multiple perspectives in the workplace</li> <li>Compose a three-month plan to implement feedback, optimize learning, and successfully ramp up your career</li> </ul> <p>To be successful in this course, you should have:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>An ability to communicate in verbal and written form in a way that is accessible and understandable by a general audience (you don't need to be formal or refined)</li> <li>Baseline computer literacy (you must be able to use a word processor, web search, and email)</li> <li>Familiarity with social media, including LinkedIn</li> <li>Ability and willingness to learn new technology tools</li> <li>Motivation to grow personally and professionally</li> <li>Hunger for feedback and coaching</li> <li>Successfully completed the previous courses in this training</li> </ul>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>SV Academy</p>	<p>Principiante</p>
<p>Sales Training: Building Your Sales Career</p>	<p>Whether you're thinking about a career in sales, just getting started at your new sales job, or managing entry level sales people, this course will provide you a valuable perspective on your sales career. You'll start out the course with an overview of what it takes to be successful in sales. It might surprise you. You'll learn why most people have it all wrong about sales!</p> <p>The following five lessons will cover the inbound sales methodology, a framework used by thousands of sales professionals to get started in sales. You'll learn the difference between active and passive buyers, and how to build relationships and earn their attention. You'll learn why understanding the buyer's context is imperative providing them solutions.</p> <p>In this course, you'll gain the fundamental knowledge required to be successful in sales. By investing your time in sales training, you're already ahead of the curve.</p>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>HubSpot Academy</p>	<p>Avanzado</p>
<p>Customer Segmentation and Prospecting</p>	<p>In Course 1, we set the foundation for the Art of Sales Specialization and offer a new mindset for becoming a high-performer in sales. We will discuss the Knowledge, Skill and Discipline that you need to stand out in your industry, and create a goal for you to reach by the end of the specialization. Finally, you will learn how to talk about yourself and your business. You will build your personal Sales Trailer and learn how to get into and out of sales conversations quickly and effectively.</p> <p>About the Specialization:</p> <p>The purpose of this Specialization is to make you as efficient and effective in selling as possible. You will gain several critical skills and disciplines that will accelerate your success with your small or large company and your life. The ability to sell is a necessity in this world. Whether it's standing out in a crowd, selling yourself to a new employer, or winning new customers; selling is something we do every day, and we should be great at it! This Specialization is designed as an adventure of discovery. You will be tested, taught and transformed through a series of lectures, discussions and exercises that are designed to push you up and out of your comfort zone. You will learn how to target and acquire customers and get them to fall in love..</p>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>Northwestern University</p>	<p>Principiante</p>
<p>Connecting with Sales Prospects</p>	<p>In Course Two of the Art of Sales Specialization, you will learn how to run high-impact meetings that create complete separation between you and everyone else your customer comes into contact with. You will learn the importance of asking better questions and how to anticipate and handle sales objections. Finally, you will learn how to tell powerful stories and to give and receive performance feedback.</p>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>Northwestern University</p>	<p>Principiante</p>
<p>Sales Pitch and Closing</p>	<p>In Course 3 of the Art of Sales Specialization, you will learn how to give great presentations with dashing style and self-confidence. You will also learn how to ask the looming closing question. Finally, you will learn how to develop your brand and go above and beyond for your clients.</p>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>Northwestern University</p>	<p>Principiante</p>
<p>Building a Toolkit for Your Sales Process</p>	<p>In Course 4, we are quite literally "putting it all together". We will review the insights we gained from our barter experiment and use the tools we created each week to curate your Sales Toolkit.</p>	<p>Inglés</p>	<p>SI</p>	<p>Northwestern University</p>	<p>Principiante</p>