

CALENDARIO ACADEMICO DEPARTAMENTO COMERCIAL		SEDE GUADALAJARA					
PROGRAMA DE INDUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD		FORMATOS DE IMPARTICIÓN					
N°	TEMARIO	MÓDULOS	HORAS	DURACIÓN	DIRIGIDO A	FRECUENCIA	FORMATO
0	Inducción a grupo Sinow	1	2	2	Nuevo Ingreso Asesor en incubación	Semanal	Presencial
	Inducción Institucional	1	2	2		Semanal	Virtual
	Inducción al proceso administrativo	1	2	2		Semanal	Presencial
	Inducción al contrato de la sede	1	2	2		Semanal	Presencial
	Inducción a la Ley de prevención de lavado de dinero	1	2	2		Semanal	Presencial
	Inducción al sistema v2	1	2	2		Semanal	Presencial
	Inducción al CRM	1	2	2		Semanal	Virtual
	Elaboración de campañas digitales personales	1	2	2		Semanal	Virtual
<b>TOTAL DEL PROGRAMA</b>		<b>8</b>		<b>16</b>			
N°	TEMARIO	MÓDULOS	HORAS	DURACIÓN	DIRIGIDO A	FRECUENCIA	FORMATO
1	Funcionalidad del modelo de negocios Sinow 1	1	2	2	Asesores Junior	Quincenal	Presencial
	Funcionalidad del proceso administrativo 1	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Funcionalidad del modelo de negocios Sinow 2	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Funcionalidad del proceso administrativo 2	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Funcionalidad del modelo de negocios Sinow 3	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Tipos de contratos y su estructura 1	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Mentalidad en ventas y técnicas de prospección	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Tipos de contratos y su estructura 2	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Técnicas y habilidades en el proceso de ventas	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Tipos de contratos y su estructura 3	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Técnicas de Cierre y seguimiento efectivo	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Impacto de la ley de prevención de lavado de dinero 1	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Metodología de trabajo en ventas	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Impacto de la ley de prevención de lavado de dinero 2	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Guía de evaluación	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Sistema de administración Comercial CRM	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Funcionalidad de V2 1	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Alineación de evaluación	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Funcionalidad de V2 2	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Elaboración de campañas digitales personales 1	1	2	2		Quincenal	Presencial
Elaboración de campañas digitales personales 2	1	2	2	Quincenal	Presencial		
Evaluación	1	2	2	Quincenal	Presencial		
<b>TOTAL</b>		<b>22</b>		<b>44</b>			

N°	TEMARIO	MÓDULOS	HORAS	DURACIÓN	DIRIGIDO A	FRECUENCIA	FORMATO
2	Tipos de edificaciones y sus diferenciales	1	2	2	Asesores Senior y Master	Quincenal	Presencial Corp
	Avalúo de una propiedad	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Tipos de creditos	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Análisis de documentación	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Integración de expedientes de escrituración	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Tipos de sociedades en una adquisición	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Testamento y albacea	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Proceso de escrituración	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Funciones notariales	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Guía de evaluación	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Alineación de evaluación	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	Evaluación	1	2	2		Quincenal	Presencial Corp
	<b>TOTAL</b>	<b>12</b>		<b>24</b>			
N°	TEMARIO	MÓDULOS	HORAS	DURACIÓN	DIRIGIDO A	FRECUENCIA	FORMATO
3	Dominio del sector inmobiliario Industrial	1	3	3	Asesores Senior y Master	Quincenal	Presencial Corp
	Tipos de productos y Perfiles de clientes	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	Las características del producto	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	Marketing Inmobiliario Industrial	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	Integración de una cotización Industrial	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	Calculos financieros de cara al cliente	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	Presentaciones de alto impacto	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	Guía de evaluación	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	Evaluación	1	3	3		Quincenal	Presencial Corp
	<b>TOTAL</b>	<b>9</b>		<b>27</b>			
N°	TEMARIO	MÓDULOS	HORAS	DURACIÓN	DIRIGIDO A	FRECUENCIA	FORMATO
4	Modelo de negocios Sinow	1	2	2	Todo lider con personal	Quincenal	Presencial
	Los principales estados financieros de un negocio	2	2	4		Quincenal	Presencial
	Proceso general de negocio	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Los procesos administrativos	2	2	4		Quincenal	Presencial
	Descriptivos de puesto y perfiles	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Diseño de políticas y su impacto	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Diseño de indicadores y sus metricas	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Integración de un plan de compensaciones	1	2	2		Quincenal	Presencial
	La estructura de un presupuesto y su integración	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Estilos de liderazgo y la transformacionalidad	1	2	2		Quincenal	Presencial

	La comunicación asertiva y la retroalimentación	1	2	2	a su cargo	Quincenal	Presencial
	Proceso de inducción a la empresa y su modelo de negocios	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Proceso administrativo	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Tipos de contratos y su argumentación	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Proceso de PLD	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Funcionalidad de V2	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Sistema de administración Comercial CRM	1	2	2		Quincenal	Presencial
	Proceso de Servicio	1	2	2		Quincenal	Presencial
	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>		<b>40</b>			
<b>N°</b>	<b>TEMARIO</b>	<b>MÓDULOS</b>	<b>HORAS</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>DIRIGIDO A</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FORMATO</b>
5	Las funciones de la administración	1	2	2	Lideres Administrativos	Quincenal	Virtual
	El proceso administrativo completo	1	2	2		Quincenal	Virtual
	La planeación estratégica	1	2	2		Quincenal	Virtual
	La administración del tiempo	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Los planes de carrera y desarrollo	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Proceso de gestión administrativa	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Cultura en una organización	1	2	2		Quincenal	Virtual
	<b>TOTAL</b>	<b>7</b>		<b>14</b>			
<b>N°</b>	<b>TEMARIO</b>	<b>MÓDULOS</b>	<b>HORAS</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>DIRIGIDO A</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FORMATO</b>
6	Las funciones del departamento comercial	1	2	2	Lideres Comerciales	Quincenal	Virtual
	El marketing y su proceso de ejecución	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Las redes sociales y su impacto	1	2	2		Quincenal	Virtual
	La planeación estratégica	1	2	2		Quincenal	Virtual
	La estrategia comercial	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Finanzas Comerciales y presupuesto	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Cultura de ejecución	1	2	2		Quincenal	Virtual
	El proceso de gestión	1	2	2			Virtual
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>		<b>16</b>				
<b>N°</b>	<b>TEMARIO</b>	<b>MÓDULOS</b>	<b>HORAS</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>DIRIGIDO A</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>FORMATO</b>
7	El plan de negocios y su rol en la estrategia	1	2	2	Mercadotecnia y lideres	Quincenal	Virtual
	La estrategia de mercadotecnia y su función	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Establecimiento de objetivos e indicadores de negocio	1	2	2		Quincenal	Virtual
	Elementos de apalancamiento en una estrategia de mercadotecnia	1	2	2		Quincenal	Virtual
	El perfil de cliente y la segmentación	1	2	2		Quincenal	Virtual
	El precio y la percepción de valor	1	2	2		Quincenal	Virtual
	El proceso general que vive el cliente	1	2	2		Quincenal	Virtual

Elementos de valor cultural del cliente	1	2	2	<b>Comerciales</b>	Quincenal	<b>Virtual</b>
El rol del marketing digital	1	2	2		Quincenal	<b>Virtual</b>
Como desarrollar una estrategia de mercadotecnia digital	1	2	2		Quincenal	<b>Virtual</b>
Las principales plataformas de exposición y su funcionalidad	1	2	2		Quincenal	<b>Virtual</b>
Lanzamientos y segmentación de campañas	1	2	2		Quincenal	<b>Virtual</b>
Como medir el retorno de inversión en una campaña y en una estrategia	1	2	2		Quincenal	<b>Virtual</b>
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>		<b>26</b>			