

0.0

Comentarios (0)

Rubén Darío Cubillos Coll.

Barranquilla, Colombia
Conferencista | Capacitador | Docente

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Marketing, Planeación estratégica de ventas y servicio al cliente, Dirección de marketing, Gerencia estratégica, Investigación de mercados.

Descripción del perfil

Docente, Consultor y asesor de empresas. Estudios de M.B.A. Executive (Magister en administración de empresas ejecutivas. Universidad del norte.) Especialista en Gerencia de Mercadeo. Universidad de Bogotá. Jorge Tadeo Lozano. Especialista en Estudios Pedagógicos. Corporación Universitaria de la costa, CUC. Diplomado en Cultura Caribe. Corporación Universitaria de la costa, CUC. Diplomado en Gerencia logística, Universidad Industrial de Santander UIS. Seminario taller internacional marketing, comercialización y financiación de innovación y tecnologías estratégicas. Universidad nacional de Colombia – OEA- Colciencias – EAFIT. Diplomado en gestión de la innovación tecnológica y estrategias de comercialización. Egade Items, Campus Monterrey y Innovation creativity and Capital IC2 Institute, The University of Texas at Austin - SENA. Diplomado en competencias profesionales en la educación superior: modelo metodológico. Corporación Universitaria de la costa, CUC. Diplomado en gerencia de ventas. Convenio Sena – Eafit. Diplomado en dirección y gestión de marca. Convenio Sena-Eafit. Diplomado en gerencia y operación en retail. Convenio Sena - Eafit. Diplomado en mercadeo internacional. Convenio Sena – EAN. Conferencista en temas de marketing y alta gerencia. Director de tesis y proyectos de grado en las áreas de marketing y gerencia. Experiencia como jefe, coordinador de área y gerencia general.

Conferencias, Cursos o Talleres

Ventas: la clave del éxito.

Flexible

Megatendencias en ventas. Fundamentación de la venta. Mitos de la venta Virtudes del vendedor La venta como profesión. Visión del vendedor. Diez reglas de venta El éxito como concepto Motivación en ventas. Reglas del argumento. Impactos de clientes a primera vista. Técnica de ventas. Apertura de clientes y/o prospectos

Servicio y atención al cliente: Factor competitivo.

Flexible

Servicio y atención al cliente. porqué se pierden los clientes. Servucción, ciclo de servicio y momentos de verdad. El servicio en la era del marketing digital.

Etnomarketing: marketing cultural.

Sin especificar

Los grandes cambios sucedidos en los últimos años en las organizaciones, especialmente en lo que se refiere a mercadeo, ventas y distribución de bienes y servicios, ha generado una serie de actividades que se fundamentan en la gestión comercial, lo cual hace indispensable tener profesionales, con dedicación, y conocimiento, que estén en capacidad de orientar y aplicar en sus organizaciones comerciales las novedosas visiones del marketing moderno en un mercado altamente dinámico y cambiante. Es por esto que toda persona que desee llegar a un cargo de dirección comercial (Gerencia de mercadeo) debe ser capaz de monitorear, analizar y entender el comportamiento de las principales variables o índices del entorno, para tomar decisiones efectivas y oportunas, manejar toda la información disponible y confiable, sobre todo en cuanto al consumidor, usuario, o cliente se refiere. Surge dentro del contexto del marketing moderno lo que se denomina el Etnomarketing, como respuesta mucho más profunda del comportamiento del consumidor en una era de constantes cambios y de infidelidad de empresa y de marca..

Liderazgo y trabajo en equipo.

Sin especificar

... los lideres hoy no son son nda sin suequipo...

Merchandising: estrategia competitiva.

Sin especificar

Hoy en día debe tenerse en cuenta la gran importancia del significado de poseer la estructura de ventas adecuada, ¿En qué forma debe encontrarse estructurada la unidad?, ¿Cómo se encontrarán distribuidos los departamentos y secciones de ventas?, ¿Cómo se logrará el flujo de los clientes de forma tal que no se produzcan cuellos de botellas?, y este aspecto es sumamente importante ¿Cómo se logra la correcta exhibición de las mercancías en el piso de venta, de forma tal que se estimule su adquisición por la clientela?. Nos referimos entonces a la utilización de las técnicas del Merchandising.

Experiencias

Instructor Areas de mercadeo y ventas.

Sena

2000 - Actual

Docente catedrático y de posgrados.

Universidad autónoma del caribe.

2019 - Actual

Directora de Posgrados. Área: mercadeo.

CUC

2018 - 2019

Docente.

Universidad autónoma del caribe.

2009 - 2017

Docente.

CUC

1994 - 2008

Jefe del Dpto. de Recreación y Deportes.

Cajacopi

2004 - 2005

Jefe de Presupuestos.

EDT

1986 - 2004

Gerente Regional Zona Norte.

Vía express

2004 - 2004

Estudios

MBA

Universidad del norte.

2009

Especialista en estudios pedagógicos.

Universidad de la costa. CUC

2001

Especialización En Gerencia de mercadeo.

Universidad Jorge Tadeo Lozano

2000

Artículos

Comportamiento de los consumidores de los estaderos de música tropical de los estratos 3 y 5 de Barranquilla. Una aproximación desde el etnomarketing

A continuación se hace referencia a la importancia del conocimiento del consumidor para la empresa moderna, en este caso en particular a los negocios denominados •Estaderos• los cuales tienen una gran cantidad de consumidores de todo tipo y estratos sociales. Con este análisis se busca evaluar desde la perspectiva del etnomárketing a los consumidores que frecuentan los estaderos de música tropical ubicados en los estratos socio-económicos 3 y 5 de la ciudad Barranquilla • Colombia, dentro del contexto de las funciones del marketing.

https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3990271

Perfil en Mentes a la Carta

https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/ruben-dario