

PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN
DE NEGOCIOS INMOBILIARIOS
AULA VIRTUAL
(9 meses)

DIPLOMADO EJECUTIVO

¡Transforma tu perfil profesional y destaca en el mercado laboral!

- Obtén tres insignias digitales que validan tus habilidades.
- Credenciales verificables con tecnología blockchain, que fortalecen tu perfil profesional.
- Accede a +20 programas en diversas áreas de estudio, diseñados para responder a las demandas actuales de los empleadores



Reconocimiento Diplomado Ejecutivo

Obtén un Constancia digital UVM del programa con tecnología blockchain y código de verificación



Reconocimiento Curso IA

Adquiere nuevos conocimientos y desarrolla tus habilidades para el uso práctico y estratégico de las herramientas de IA en tu entorno profesional.



Constancia DC-3 por STPS

Documento avalado por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS) que acredita las habilidades y competencias adquiridas.

Objetivo:

- Identificar, analizar y llevar a la práctica los fundamentos y herramientas requeridas para el desarrollo exitoso de los negocios inmobiliario, desde la evaluación de su viabilidad hasta la operación o puesta en marcha del mismo.

Dirigido a:

- Asesores inmobiliarios, valuadores, inversionistas en bienes raíces, compradores, directivos de empresas inmobiliarias, proveedores y consultores de servicios inmobiliarios, directores y gerentes generales de empresas constructoras, propietarios y miembros de consejos de administración, directores y gerentes técnicos, directores y gerentes de construcción, directores y gerentes de calidad, directores y gerentes de compras, directores y gerentes de proyectos, directores y gerentes administrativos.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital** con **validez curricular** y **tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 60 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos** y **habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Desarrollar y ejecutar un plan de *marketing* integral y un plan comercial para el negocio inmobiliario.



Realizar un análisis y solución de un caso jurídico.



Ofrecer soluciones o plan de financiamiento para un desarrollo.



Dar una opinión de valor de un inmueble.



Desarrollar un plan de mejora para la gestión de propiedades.



Evaluar la viabilidad de una inversión inmobiliaria.



Conocer el plan de financiamiento para un proyecto o inversión inmobiliaria.



Conocer el programa de obra.



MÓDULOS

01 La dirección profesional de los negocios inmobiliarios

1. ¿Qué es una empresa inmobiliaria
2. ¿En qué consiste la administración de una empresa inmobiliaria?
3. ¿Qué beneficios ofrece el administrar correctamente una empresa inmobiliaria?
4. Principios universales para la administración eficaz de una empresa inmobiliaria
5. El proceso de administración en una empresa inmobiliaria
6. La planeación de una empresa inmobiliaria
7. El establecimiento de objetivos y metas; y la asignación de recursos
8. La planeación estratégica de la empresa inmobiliaria
9. La planeación táctica y operativa
10. La organización de la empresa inmobiliaria
11. La dirección eficaz de la empresa inmobiliaria
12. Herramientas de control en la empresa inmobiliaria
13. Retos y futuro para la empresa inmobiliaria

02 Marketing inmobiliario efectivo

1. ¿Qué es la mercadotecnia?
2. Objetivos de la mercadotecnia
3. ¿Qué es el mercado?
4. ¿Por qué hacer mercadotecnia en el ramo inmobiliario?
5. Análisis de la conducta del consumidor y de los compradores industriales
6. La estimación del tamaño del mercado El plan de mercadotecnia
7. Bases para elaboración de un plan de mercadotecnia
8. Investigación de mercados
9. El establecimiento de objetivos de mercadotecnia
10. Elaboración de pronósticos Elaboración de presupuestos
11. La mezcla de mercadotecnia en el mercado inmobiliario
12. La formulación de estrategias para la mercadotecnia en bienes raíces
13. La integración del plan de mercadotecnia

03 El marco jurídico fiscal de los negocios inmobiliarios

1. Los sujetos de derecho: personas físicas y jurídicas
2. Hechos y actos jurídicos
3. Las obligaciones y derechos: fuentes, modalidades y extinción
4. Contratos: generalidades y tipos
5. El contrato de arrendamiento y el contrato de compra-venta
6. Los contratos de garantía
7. Posesión, interdictos y servidumbres
8. Usufructo
9. Las principales leyes fiscales del país
10. Las obligaciones fiscales en el mercado inmobiliario
11. El fideicomiso y la administración de condominios
12. Registro público de la propiedad Aspectos notariales

04 El análisis y evaluación de las inversiones inmobiliarias

1. ¿Por qué es importante un estudio de proyecto de inversión inmobiliarios?
2. Los buenos y malos proyectos de inversión
3. ¿Cómo preparar un proyecto que ha de ser evaluado?
4. El estudio de mercado
5. El estudio técnico
6. El estudio legal
7. El estudio financiero
8. La evaluación de los proyectos de inversión
- a. Fundamentos de matemáticas financieras
- b. El valor actual neto
- c. La tasa interna de retorno
- d. Otros criterios de decisión
9. El análisis de riesgo
10. El análisis de sensibilidad
11. La evaluación de proyectos en marcha

05 Sistemas de financiamiento inmobiliario

1. El sistema financiero en México
 - a. Marco jurídico y autoridades responsables
 - b. Banca de desarrollo
 - c. Banca comercial y grupos financieros
2. El financiamiento inmobiliario
 - a. Conceptos generales: partes, actos y responsabilidades
 - b. Contratos comunes en el medio
 - c. Formas tradicionales de financiamiento
3. La operación bancaria del crédito hipotecario
 - a. La situación del mercado
 - b. El buró de crédito
 - c. Normatividad para el otorgamiento de crédito
 - d. Créditos puente y créditos directos
4. Criterios para otorgamiento de crédito
 - a. La función social del crédito hipotecario
 - b. Requisitos para ser sujetos de crédito
 - c. Tasas de interés
 - d. Cálculo de riesgo y participación
5. Tipos de garantía
 - a. Garantía directa
 - b. Garantías complementarias
 - c. Garantías colaterales
 - d. Garantías personales
6. Otros tipos de financiamiento
 - a. Bursatilización
 - b. Emisión de obligaciones
 - c. Asociaciones de riesgo
 - d. Programas nacionales e internacionales complementarios

06 Técnicas de valuación inmobiliaria

1. Introducción
2. Naturaleza de la valuación
3. Objetivos de la valuación de bienes raíces
4. Principios que determinan los valores de los bienes raíces
5. La valuación y la ética profesional
6. El proceso de valuación de bienes Inmuebles
7. Factores que influyen en una valuación
8. Técnicas empleadas para el proceso de valuación
9. Recopilación de datos sobre predios
10. La importancia de la inspección de los inmuebles
11. Técnica de avalúo por comparación del mercado
12. Técnica del cálculo de costos

07 La gestión profesional de los proyectos inmobiliarios

1. El equipo de desarrollo inmobiliario
2. La planeación y organización del desarrollo inmobiliario
 - a. La importancia de la planeación en los desarrollos inmobiliarios
 - b. ¿Qué principios rigen la planeación de desarrollos inmobiliarios?
 - c. Etapas y elementos del proceso de planeación
 - d. Técnicas y métodos para la planeación de obras
 - e. ¿Por qué es importante organizar una obra?
 - f. ¿Sobre qué principios se sustenta la organización de obras?
3. La dirección del proyecto
 - a. La dirección de la obra
 - b. La integración del equipo de trabajo del proyecto
 - c. El proceso de dirección de obra

El control efectivo del proyecto

 - a. ¿Qué es el control integral de obras?
 - b. Principios para un control de obra eficaz
 - c. Fases del proceso de control
 - d. La terminación de la obra
 - e. La evaluación final de la obra

08 El proceso de comercialización de inmuebles

1. ¿En qué consiste la función de comercialización en el mercado inmobiliario?
2. Principios que gobiernan la comercialización exitosa de bienes raíces
3. La elaboración de un plan de comercialización
4. Determinación de objetivos y recursos para desarrollar el plan de comercialización
5. El perfil del asesor inmobiliario de excelencia
6. El apoyo de la mercadotecnia en el proceso de comercialización
7. Habilidades para el logro de ventas eficaces de bienes inmuebles
8. La importancia del conocimiento del producto y del cliente
9. La elaboración del banco de datos del mercado en interés
10. La prospección
11. La determinación de beneficios o atributos en el bien raíz
12. El proporcionamiento de información acerca del inmueble
13. El manejo de preguntas y objeciones
14. El cierre

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Asesoría y acompañamiento. Cuentas con un facilitador por módulo para guiarte durante tu curso.

Aplica lo que aprendas de forma inmediata.

Nota: Si no asistes a las sesiones en vivo con el profesor en las fechas y horarios establecidos, tendrás 30 días naturales para ver completa la grabación de la clase en Teams® y realizar la actividad asignada para que acredites el módulo.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx