



2026

CURSO DE

Venta Profesional: Estrategias, Comunicación y Gestión Comercial

**Herramientas prácticas para vender con estrategia, ética
y foco en el cliente.**

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



Duración: 64 horas.

Días y horarios:

De Mayo a Agosto de 2026.

Asincrónico + 1 encuentro mensual.

Modalidad: 100% virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$300.000.- o 4 cuotas de: \$80.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$210.000.- o 4 cuotas de: \$56.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$40.000.-

Contado: \$220.000.- o 4 cuotas de: \$64.000.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

Dirigido a:

- Vendedores y asesores comerciales.
- Emprendedores y profesionales independientes.
- Mandos medios y responsables de equipos de ventas.
- Estudiantes y graduados de carreras vinculadas a comercialización, marketing, administración o afines.
- Público en general interesado en profesionalizar su desempeño comercial.
- No se requieren conocimientos previos específicos.

Beneficios:

- Mejora del desempeño comercial individual.
- Incorporación de herramientas prácticas aplicables al trabajo cotidiano.
- Fortalecimiento de habilidades comunicacionales y de negociación.
- Mayor capacidad para construir relaciones sostenibles con clientes.
- Certificación universitaria UAI en ventas profesionales.

Objetivo general:

Desarrollar competencias clave en venta profesional que permitan planificar, ejecutar y evaluar procesos comerciales eficaces, éticos y orientados a la construcción de relaciones duraderas con los clientes.

Objetivos específicos:

- Comprender el rol estratégico de la venta en las organizaciones actuales.
- Identificar perfiles de vendedores, clientes y mercados.
- Aplicar técnicas de prospección, entrevista de ventas y cierre.
- Desarrollar habilidades de comunicación, escucha y venta adaptativa.
- Incorporar herramientas de negociación y acercamiento al cliente.
- Valorar la ética y la responsabilidad profesional en la actividad comercial.

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:

- Comprender la venta como un proceso estratégico y relacional.
- Identificar oportunidades comerciales en distintos mercados y contextos.
- Aplicar técnicas de prospección, entrevista y cierre de ventas.
- Utilizar herramientas de comunicación efectiva y venta adaptativa.
- Desarrollar estrategias básicas de fidelización y postventa.
- Actuar con criterios éticos y profesionales en la actividad comercial.

Resultados esperados:

- Comprensión estratégica de la función de ventas: dominio del rol de la venta como proceso clave para la sustentabilidad organizacional, integrado a la estrategia comercial y orientado a la generación de valor.
- Análisis de mercados, clientes y perfiles comerciales: capacidad para identificar distintos tipos de clientes, contextos de mercado y estilos de venta, adaptando las estrategias según cada situación.
- Gestión del proceso de ventas: conocimiento de las etapas del proceso comercial, desde la prospección hasta el cierre y la postventa, aplicando técnicas adecuadas en cada instancia.
- Aplicación de técnicas de prospección y cierre: habilidad para detectar oportunidades comerciales, generar contactos efectivos y concretar ventas mediante métodos estructurados.
- Desarrollo de habilidades comunicacionales: dominio de herramientas de comunicación efectiva, escucha activa y venta adaptativa, orientadas a comprender necesidades y generar propuestas de valor.
- Capacidad de negociación comercial: incorporación de técnicas y enfoques para gestionar negociaciones, logrando acuerdos beneficiosos y sostenibles con los clientes.
- Construcción y gestión de relaciones con clientes: comprensión de la importancia de la fidelización, la postventa y la generación de vínculos de largo plazo basados en la confianza.

- Mejora del desempeño comercial individual: desarrollo de competencias que contribuyan a optimizar resultados, productividad y efectividad en la gestión de ventas.
- Aplicabilidad práctica en contextos reales: capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones concretas, tanto en ámbitos organizacionales como en emprendimientos propios, adaptando estrategias a distintos escenarios comerciales.

Enfoque general:

El **Curso de Venta Profesional: Estrategias, Comunicación y Gestión Comercial** se propone brindar una formación integral en ventas desde una perspectiva estratégica, relacional y ética, alineada con las demandas actuales del mercado y las organizaciones.

Este curso de educación continua adapta dichos saberes a un público amplio, profesional y emprendedor, priorizando la aplicabilidad práctica, el desarrollo de competencias comerciales y la mejora del desempeño individual y organizacional.

La propuesta concibe la venta como una función clave para la sustentabilidad de las organizaciones, destacando la importancia de la comunicación, la administración de clientes, la negociación y la construcción de relaciones de largo plazo, integrando fundamentos teóricos clásicos con situaciones reales del ámbito comercial contemporáneo.

Contenidos:

Unidad 1. La filosofía del vendedor profesional

La venta y el rol del vendedor en las organizaciones.
Tipos de vendedores y funciones comerciales.
El concepto actual de marketing y ventas.
Construcción de relaciones y sociedades con clientes.
Identificación de demandas y necesidades del mercado.

Unidad 2. Administración de clientes y del proceso de ventas

Gestión del tiempo y del territorio comercial.
Organización interna y carrera del vendedor.
Prospección de clientes y definición de objetivos de venta.
Planeación y desarrollo de la entrevista de ventas.
Presentación, manejo de objeciones y cierre.
Fidelización y relaciones de largo plazo.

Unidad 3. Comunicación y estrategia de venta

Ética y aspectos legales de la actividad comercial.
Comportamiento y proceso de compra del cliente.
Principios de la comunicación aplicados a la venta.
Venta adaptativa, escucha activa y asertividad.

Perfil del consumidor actual.

Unidad 4. Acercamiento al cliente y negociación

La negociación comercial: conceptos y tipos.

Planeación de la negociación.

Venta a revendedores.

Ferias, exposiciones y mercados comerciales.

Identificación de problemas y necesidades del cliente.

Metodología:

El curso se desarrolla mediante una secuencia didáctica organizada por unidades temáticas, que incluyen:

- Materiales teóricos en formato digital.
- Recursos audiovisuales y lecturas guiadas.
- Actividades prácticas individuales orientadas a la aplicación de los contenidos.
- Foros de intercambio asincrónicos moderados por el docente.
- Estudios de casos y situaciones problemáticas del ámbito comercial.
- El enfoque es teórico-práctico, centrado en el aprendizaje autónomo y reflexivo del participante.

Evaluación:

- Actividades prácticas por unidad.
- Participación en foros de intercambio.
- Trabajo final integrador, orientado al análisis y resolución de una situación real o simulada de gestión y liderazgo.
- La aprobación del curso requerirá la entrega y aprobación del trabajo final conforme a los criterios establecidos por el equipo docente.

Directora:

Camila Sol Mele. Directora Licenciatura en Comercialización.

Universidad Abierta Interamericana

UAI