



2026

CURSO DE

Venta Profesional y Gestión Comercial

Desarrollo de competencias clave y dominio de las etapas iniciales de la venta profesional.

(*) 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: 50 horas. (27 horas sincrónicas y 23 horas asincrónicas).

Días y horarios:

Del 10 de junio al 05 de agosto de 2026.

Miércoles de 18.00 a 21.00 Hs (se alterna presencial y virtual)

+ actividad asincrónica.

Modalidad: Semipresencial.

Sede Centro.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$390.000.- o 3 cuotas de: \$150.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$273.000.- o 3 cuotas de: \$105.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$312.000.- o 3 cuotas de: \$120.000.-

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

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

Dirigido a:

- Profesionales que se desempeñen en áreas comerciales (ejecutivos de cuentas, asesores de ventas, representantes comerciales).
- Líderes, coordinadores o gerentes de equipos de ventas que busquen actualizar metodologías para guiar a sus equipos.
- Emprendedores, dueños de PyMEs y profesionales independientes (freelancers, consultores) que necesiten profesionalizar su gestión de ventas y mejorar sus habilidades de negociación para escalar sus negocios.

Beneficios:

- Desarrollar una mirada estratégica del proceso de ventas.
- Comprender mejor las necesidades y motivaciones de los clientes.
- Fortalecer habilidades de comunicación fundamentales para la actividad.

Objetivos:

- Comprender la evolución del rol del vendedor actual y dominar la ejecución táctica de las distintas etapas del proceso comercial operativo.
- Incorporar metodologías de venta consultiva y escucha activa para detectar necesidades reales y presentar propuestas de valor altamente persuasivas.
- Desarrollar habilidades prácticas de comunicación, negociación y manejo de objeciones que permitan concretar cierres de venta efectivos y orientados a resultados.

Resultados de aprendizaje:

- Ejecutar las etapas operativas del proceso comercial, aplicando técnicas de prospección y seguimiento para gestionar eficazmente la cartera de clientes.
- Identificar las necesidades y motivaciones de compra del prospecto, mediante el uso de herramientas de escucha activa e indagación profunda en contextos reales de venta.
- Diseñar propuestas de valor personalizadas, adaptando el mensaje comercial al perfil específico del cliente para maximizar la persuasión.
- Aplicar estrategias de negociación asertiva, manejando y superando las objeciones del cliente para defender el valor de la propuesta.
- Implementar técnicas de cierre de ventas, orientadas a concretar acuerdos beneficiosos y acelerar el ciclo comercial.

Resultados esperados:

- Desarrollar una ejecución fluida y profesional de las interacciones de venta en el día a día, logrando un abordaje metódico desde el primer contacto hasta la concreción de la operación.
- Comprender la psicología subyacente del consumidor para anticiparse a sus requerimientos y posicionarse como un asesor confiable y estratégico frente al prospecto.
- Dominar la presentación comercial para comunicar con seguridad los beneficios y el valor diferencial del producto o servicio ofrecido, adaptando el discurso a diferentes interlocutores.
- Manejar la tensión y la resistencia natural durante los procesos de negociación, transformando las objeciones en verdaderas oportunidades de cierre.
- Incorporar una mentalidad táctica orientada a resultados, incrementando la tasa de conversión personal y optimizando el tiempo invertido en cada oportunidad comercial.

Enfoque general:

El propósito central de esta propuesta es profesionalizar la gestión de ventas sentando las bases de la comercialización moderna. Su razón de ser es brindar a los participantes las herramientas conceptuales y tácticas necesarias para dominar la ejecución operativa de cada etapa del proceso comercial.

A través de este enfoque, se busca que los alumnos logren comprender las necesidades de sus prospectos, diseñar propuestas de valor persuasivas y aplicar técnicas de negociación asertivas orientadas a la concreción de resultados.

Contenidos:

Módulo 1: El rol del vendedor en el contexto actual. Evolución de la actividad comercial. Nuevas competencias del vendedor frente a un mercado dinámico.

Módulo 2: El proceso profesional de ventas. Etapas del proceso comercial. Planificación estratégica y operativa de la actividad de ventas.

Módulo 3: Conocimiento del cliente. Psicología del consumidor. Identificación de necesidades y motivaciones de compra. Técnicas de escucha activa.

Módulo 4: Comunicación y Relaciones de Valor. Herramientas prácticas para fortalecer habilidades de comunicación interpersonal. Estrategias para la construcción de vínculos comerciales de confianza.

Calendario de encuentros:

10/06 Presencial

17/06 Virtual

24/06 Presencial

01/07 Virtual

08/07 Presencial

15/07 Virtual

22/07 Presencial

29/07 Virtual

05/08 Presencial

Horas sincrónicas:

Destinadas a la lectura de bibliografía obligatoria, participación en foros de debate, visualización de material audiovisual complementario y la elaboración de los trabajos prácticos requeridos.

Metodología:

Taller con enfoque teórico-práctico. Los encuentros sincrónicos se destinarán a la exposición de conceptos clave, dinámicas de rol y análisis de casos. El trabajo asincrónico incluirá lecturas dirigidas, foros de debate y ejercicios de aplicación en el contexto real del alumno.

Evaluación:

Elaboración de un "Plan de Prospección y Acercamiento". El participante deberá elegir un producto/servicio real, perfilar a su cliente ideal, y diseñar la estrategia de abordaje y planificación de las etapas iniciales del proceso de ventas.

Bibliografía:

Cialdini, R. B. (2022). Influencia: La psicología de la persuasión (Ed. revisada). HarperCollins.

Pink, D. H. (2013). Vender es humano: La sorprendente verdad sobre cómo convencer a los demás. Gestión 2000.

Tracy, B. (2015). Psicología de ventas: Cómo vender más, más fácil y más rápido de lo que alguna vez pensaste que fuese posible. Grupo Nelson.

Cialdini, R. B. (2022). Influencia: La psicología de la persuasión (Ed. revisada). HarperCollins.

Directores:

Paola Gisela Ercoli. Especialista en desarrollo comercial y liderazgo de equipos de ventas. *Gerenta General con más de 20 años de trayectoria en gestión comercial y liderazgo de equipos de ventas. Ha conducido equipos de alto rendimiento, impulsando el crecimiento de carteras de clientes y el desarrollo de estrategias comerciales. Desde 2019 se dedica a la formación profesional, brindando programas de entrenamiento para potenciar habilidades comerciales.*

Tomás Leonel Alvarez. Licenciado en administración. *Tedx Speaker y especialista en proyectos de comunicación digital. Desarrollador de contenidos de formación y capacitaciones para profesionales y empresas. Entre ellas, compañías como Banco Santander, Next U, Banco Ciudad, Fundación Banco Macro, Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, entre otras. Autor de 2 libros, y soy un apasionado por los avances tecnológicos vinculados a la comunicación, el marketing digital y la productividad.*

Universidad Abierta Interamericana

UAI