



2026

PROGRAMA EJECUTIVO EN

Gestión Estratégica Comercial

Estrategia, costos, comunicación, canales y dirección de ventas para la toma de decisiones y la gestión de resultados.

(*) 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: 300 horas.

Días y horarios:

De Junio a Diciembre de 2026.

Asincrónico + 1 encuentro mensual.

Modalidad: 100% virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$50.000.-

+7 cuotas de: \$80.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$50.000.-

+7 cuotas de: \$56.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$50.000.-

+7 cuotas de: \$64.000.-

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

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

Dirigido a:

- Mandos medios, jefes y gerentes del área comercial.
- Profesionales de marketing, ventas, comunicación y gestión.
- Emprendedores y responsables de unidades de negocio.
- Consultores y asesores en gestión comercial.
- Graduados y estudiantes avanzados de carreras de Comercialización, Administración, Marketing o afines.
- No se requieren conocimientos previos específicos, aunque se recomienda experiencia laboral o vinculación con áreas comerciales.

Beneficios:

- Visión ejecutiva e integral de la gestión comercial.
- Herramientas concretas para la toma de decisiones estratégicas.
- Alta aplicabilidad profesional.
- Diferenciación en el mercado laboral.
- Certificación universitaria UAI: Programa Ejecutivo en Gestión Estratégica Comercial.
- Certificación universitaria UAI: Programa Ejecutivo en Negocios Internacionales y Mercados

**Extensión
Universitaria**

Universidad Abierta Interamericana

UAI

Objetivo general:

Desarrollar competencias ejecutivas para diseñar, implementar y evaluar estrategias comerciales integradas, alineadas con los objetivos organizacionales y orientadas a la generación de valor y rentabilidad.

Objetivos específicos:

- Analizar el entorno competitivo y el comportamiento del consumidor desde una perspectiva estratégica.
- Diseñar estrategias de comercialización y posicionamiento de mercado.
- Gestionar costos, precios y rentabilidad como soporte de la toma de decisiones comerciales.
- Planificar y ejecutar estrategias de comunicación comercial integradas.
- Diseñar y administrar canales de distribución eficientes y competitivos.
- Profesionalizar el proceso de ventas y la dirección de equipos comerciales.
- Integrar estrategia, ejecución y control en la gestión comercial.

Al finalizar el curso, el participante será capaz de:

- Diseñar y ejecutar estrategias comerciales integradas.
- Tomar decisiones fundamentadas en información estratégica y económica.
- Gestionar la comunicación, los canales y las ventas como un sistema único.
- Dirigir equipos comerciales orientados a resultados.
- Mejorar la competitividad y rentabilidad de la organización.

Resultados esperados:

- Comprensión sistémica de la gestión comercial: dominio de la comercialización como un sistema integrado que articula estrategia, mercado, comunicación, canales, costos y ventas, orientado a la generación de valor.
- Análisis estratégico del entorno y del mercado: capacidad para interpretar variables competitivas, económicas y del consumidor, identificando oportunidades y amenazas que impactan en la gestión comercial.
- Diseño de estrategias comerciales integradas: habilidad para formular e implementar estrategias que alineen objetivos comerciales con la propuesta de valor, el posicionamiento y la ventaja competitiva de la organización.
- Toma de decisiones basada en información: conocimiento para utilizar herramientas estratégicas, económicas y financieras que permitan fundamentar decisiones comerciales con criterio analítico.
- Gestión de rentabilidad y costos comerciales: comprensión de los factores que inciden en la rentabilidad del negocio, aplicando herramientas para optimizar ingresos, costos y márgenes.
- Administración de canales de distribución: capacidad para diseñar, seleccionar y gestionar canales comerciales, integrando entornos físicos y digitales en función de los objetivos organizacionales.

- Dirección estratégica de ventas: dominio de la planificación, organización y conducción de la fuerza de ventas, orientando su desempeño hacia el logro de resultados.
- Gestión de la comunicación comercial: habilidad para articular estrategias de comunicación integradas que acompañen y potencien las acciones comerciales.
- Liderazgo de equipos orientados a resultados: desarrollo de competencias para dirigir, motivar y gestionar equipos comerciales en contextos dinámicos y exigentes.
- Integración entre estrategia y ejecución: capacidad para traducir definiciones estratégicas en planes de acción concretos, asegurando coherencia entre el diseño y la implementación.
- Mejora de la competitividad organizacional: comprensión de cómo las decisiones comerciales impactan en la posición competitiva y en la sostenibilidad del negocio.
- Aplicación práctica en contextos reales: habilidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones profesionales concretas, adaptando estrategias a distintos sectores, mercados y niveles de complejidad.

Enfoque general:

El **Programa Ejecutivo en Gestión Estratégica Comercial** propone una formación integral orientada a profesionales que requieren fortalecer sus competencias para la toma de decisiones estratégicas, la gestión comercial, la dirección de ventas y el liderazgo de procesos orientados a resultados.

El programa concibe a la comercialización como un sistema estratégico integrado, donde confluyen el análisis del mercado, la definición de estrategias competitivas, la gestión de costos y rentabilidad, la comunicación comercial, la administración de canales de distribución y la conducción profesional de la fuerza de ventas.

Desde esta perspectiva, se articulan saberes estratégicos, económicos, comerciales y comunicacionales que permiten comprender cómo se crea valor en las organizaciones y cómo se transforma la estrategia en resultados concretos. El enfoque es ejecutivo, aplicado y orientado a contextos reales, promoviendo una visión sistémica de la gestión comercial en entornos dinámicos, competitivos y digitalizados.

Contenidos: El programa se organiza en seis módulos ejecutivos, articulados de manera progresiva (estrategia → economía → comunicación → distribución → ventas):

MÓDULO 1 – Comercialización Estratégica

Eje: Estrategia, mercado y posicionamiento competitivo

Estrategia comercial y niveles estratégicos.

Segmentación estratégica y selección de mercados atractivos.

Diferenciación y posicionamiento competitivo.

Marca, valor e imagen.

Estrategias para mercados maduros, emergentes y digitales.

Resultados de aprendizaje

Diseña estrategias comerciales alineadas al contexto y a los objetivos organizacionales.
Analiza mercados y posicionamientos desde una perspectiva estratégica.

MÓDULO 2 – Gestión de Costos para la Toma de Decisiones

Eje: Rentabilidad, precios y control de gestión

Sistemas de costos y análisis marginal.
Punto de equilibrio y contribución marginal.
Costos y fijación de precios.
Presupuestación y control de gestión.
Indicadores económicos y tableros de comando.

Resultados de aprendizaje

Utiliza información de costos para la toma de decisiones comerciales.
Evalúa la rentabilidad de productos, mercados y canales.

MÓDULO 3 – Comunicación Comercial Estratégica

Eje: Mensajes, campañas y comunicación integrada

Modelos de comunicación aplicados a la comercialización.
Mix promocional y Comunicaciones de Marketing Integradas.
Estrategia creativa, brief y plan de medios.
Acciones directas y comunicación digital.

Resultados de aprendizaje

Diseña planes de comunicación comercial alineados a la estrategia de marketing.
Integra medios tradicionales y digitales en campañas comerciales.

MÓDULO 4 – Canales de Distribución y Logística Comercial

Eje: Estructuras, intermediarios y eficiencia del canal

Sistemas y estructuras de distribución.
Selección y diseño de canales.
Rentabilidad y cooperación en el canal.
Logística comercial y tecnologías aplicadas.
Gestión de conflictos y relaciones en el canal.

Resultados de aprendizaje

Diseña y gestiona canales de distribución eficientes y competitivos.
Evalúa alternativas de distribución según mercado y estrategia.

MÓDULO 5 – Venta Profesional

Eje: Ejecución comercial y relación con clientes

Rol del vendedor profesional.

Proceso de ventas y administración de clientes.

Comunicación, ética y negociación.

Fidelización y relaciones de largo plazo.

Resultados de aprendizaje

Ejecuta procesos de venta profesional orientados a la creación de valor.

Gestiona relaciones comerciales sostenibles con clientes.

MÓDULO 6 – Dirección y Gestión Estratégica de Ventas

Eje: Liderazgo comercial y control de resultados

Modelos de ventas estratégicas y consultivas.

Planificación y control de ventas.

Organización y liderazgo de la fuerza de ventas.

Coaching comercial, auditoría y productividad.

Resultados de aprendizaje

Dirige equipos comerciales alineados a la estrategia organizacional.

Controla el desempeño comercial mediante indicadores y métricas.

Metodología:

- Materiales teóricos digitales y recursos audiovisuales.
- Actividades prácticas por módulo.
- Análisis de casos reales y situaciones ejecutivas.
- Foros asincrónicos de intercambio profesional.
- Acompañamiento docente y tutorías académicas.
- Enfoque teórico-práctico, orientado a la aplicación directa en contextos reales.

Evaluación:

- Evaluación continua por módulo mediante actividades prácticas.
- Participación en foros de reflexión.
- Trabajo Final Ejecutivo Integrador, consistente en el diseño de una estrategia comercial integral, que incluya:
 - Diagnóstico estratégico.
 - Análisis de costos y rentabilidad
 - Estrategia de comunicación
 - Diseño de canales
 - Plan y dirección de ventas.



● -----

Directora:

Camila Sol Mele. Directora Licenciatura en Comercialización.

