



2026

DIPLOMATURA EN

Ventas Estratégicas y Comunicación Persuasiva

**Diseño y aplicación de estrategias comerciales
para la generación de oportunidades y cierre de
ventas en contextos profesionales.**

(*) 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: 100 horas. (48 horas sincrónicas + 40 asincrónicas + 12 horas de trabajo integrador final).

Días y horarios:

Del 02 de septiembre al 23 de diciembre de 2026.

Miércoles de 18.00 a 21.00 Hs. + actividad asincrónica.

Modalidad:

Virtual.

16 encuentros virtuales → 48 horas.

Actividades asincrónicas → 40 horas.

Trabajo Final Integrador (elaboración, presentación y devolución) → 12 horas.

Total: 100 horas.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$180.000.-

Contado: \$720.000.- o 4 cuotas de: \$180.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$180.000.-

Contado: \$504.000.- o 4 cuotas de: \$126.000.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$180.000.-

Contado: \$576.000.- o 4 cuotas de: \$144.000.-

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

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

Dirigido a:

Estudiantes avanzados y graduados universitarios, profesionales independientes y emprendedores que deseen fortalecer sus competencias comerciales y de comunicación estratégica.

Beneficios:

- Desarrollar habilidades para vender servicios profesionales de manera efectiva
- Mejorar la capacidad de generar oportunidades laborales y comerciales
- Aplicar herramientas prácticas desde la propia realidad profesional
- Incorporar herramientas de Inteligencia Artificial para potenciar la gestión comercial y la comunicación profesional.

**Extensión
Universitaria**

Objetivos:

- Desarrollar una comprensión integral del rol del vendedor en contextos actuales, trabajando sobre creencias, identidad profesional y posicionamiento personal como base para la acción comercial.
- Comprender los procesos psicológicos que intervienen en la toma de decisiones de compra, incorporando herramientas para interpretar el comportamiento del cliente y adaptar la estrategia comercial.
- Desarrollar habilidades de comunicación estratégica orientadas a influir, persuadir y generar impacto en distintos contextos comerciales, tanto presenciales como virtuales
- Integrar herramientas y técnicas del proceso de venta, desde la detección de necesidades hasta el cierre, incorporando estrategias de negociación y adaptación a entornos digitales.

Resultados de aprendizaje:

- Analizar el propio rol profesional en relación con la actividad comercial, reconociendo oportunidades de aplicación de competencias de venta en distintos contextos laborales.
- Diseñar una propuesta de valor personal, alineada a su perfil profesional y orientada a la generación de oportunidades en el mercado.
- Interpretar el comportamiento del cliente, identificando variables emocionales, cognitivas y contextuales que inciden en la toma de decisiones de compra.
- Aplicar estrategias de comunicación persuasiva en la presentación de ideas, proyectos o servicios, adaptándolas a distintos públicos y situaciones.
- Elaborar y presentar discursos comerciales efectivos (pitch, storytelling), integrando recursos de comunicación verbal y no verbal.
- Implementar estrategias de detección de necesidades y argumentación, en función de los intereses y características del cliente.
- Gestionar objeciones de manera efectiva, utilizando técnicas que favorezcan la continuidad del proceso comercial.
- Integrar los conocimientos adquiridos en el diseño de una estrategia comercial aplicada a su propio perfil profesional o campo de desempeño.

Resultados esperados:

- Se espera que, al finalizar la diplomatura, los participantes logren integrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el diseño e implementación de estrategias comerciales aplicadas a su propia realidad profesional.
- Asimismo, se espera que desarrollen mayor seguridad y autonomía en la comunicación de su propuesta de valor, mejoren su capacidad para generar oportunidades laborales y comerciales, y logren transferir los aprendizajes a situaciones concretas vinculadas a la venta de servicios, proyectos o ideas.
- Finalmente, se busca que los participantes incorporen una mirada estratégica de la actividad comercial, entendiéndola como una competencia clave para su desarrollo profesional en contextos dinámicos y cambiantes.

Enfoque general:

El propósito de la presente propuesta es desarrollar en estudiantes, graduados y profesionales las competencias necesarias para desempeñarse con éxito en contextos comerciales actuales. La diplomatura integra herramientas de comunicación, psicología del cliente y estrategias de venta aplicadas, promoviendo un enfoque práctico orientado a la generación de oportunidades y resultados. Asimismo, busca fortalecer la capacidad de comunicar, posicionar y comercializar propuestas de valor en entornos presenciales y digitales, en un contexto atravesado por la transformación tecnológica y la inteligencia artificial.

Contenidos:

MÓDULO 1

Vendete mejor: marca personal y mentalidad comercial para profesionales.

La venta como competencia transversal en la vida profesional. Creencias limitantes y facilitadoras en torno a la venta. Identidad profesional y autopercepción. Marca personal y propuesta de valor. Introducción a la venta de servicios profesionales. El rol del vendedor en contextos de incertidumbre. Herramientas de IA para la construcción de marca personal, propuesta de valor y desarrollo profesional.

MÓDULO 2

Cómo decide tu cliente: psicología del consumidor aplicada a ventas.

Introducción a la psicología del consumidor. Procesos de toma de decisión. Emoción y razón en la compra. Sesgos cognitivos aplicados a ventas. Construcción de confianza. Percepción de valor y riesgo. Tipologías de clientes. Aplicaciones de IA para segmentación, análisis de perfiles y comprensión de necesidades de clientes.

MÓDULO 3

Comunicación persuasiva y storytelling para profesionales.

Comunicación estratégica aplicada a ventas. Storytelling y construcción de relatos comerciales. Oratoria aplicada a contextos profesionales. Lenguaje verbal y no verbal. Escucha activa y preguntas efectivas. Presentación de ideas y propuestas. Elevator pitch. IA aplicada a storytelling, diseño de presentaciones y elaboración de contenidos persuasivos.

MÓDULO 4

Ventas estratégicas e inteligencia artificial aplicada a negocios.

Etapas del proceso comercial. Prospección y generación de oportunidades. Detección de necesidades. Argumentación comercial. Manejo de objeciones. Técnicas de cierre. Introducción a la negociación. Ventas en entornos digitales. LinkedIn y Social Selling. WhatsApp como canal comercial. IA aplicada a prospección, generación de contenidos y seguimiento comercial.

Detalle de actividades asincrónicas (40 Hs.):

Módulo 1 (10 Hs.)

Lecturas guiadas y bibliografía comentada.
Foro sobre creencias respecto de la venta.
Autodiagnóstico de competencias comerciales.
Elaboración de propuesta de valor profesional.

Módulo 2 (10 Hs.)

Resolución de ejercicios sobre sesgos cognitivos.
Análisis de casos de comportamiento del consumidor.
Participación en foros de discusión.
Actividad de observación de experiencias de compra.

Módulo 3 (10 Hs.)

Análisis de charlas TED seleccionadas.
Diseño y grabación de elevator pitch.
Actividades de storytelling.
Retroalimentación entre pares.

Módulo 4 (10 Hs.)

Uso de herramientas digitales e IA en contextos comerciales.
Diseño de estrategia comercial propia.
Elaboración del trabajo integrador final.
Presentación y reflexión final.

Calendario de encuentros:

Septiembre – Módulo 1. Vendete mejor: marca personal y mentalidad comercial para profesionales.

Miércoles 2/09 – Encuentro 1 (virtual).
Miércoles 9/09 – Encuentro 2 (virtual).
Miércoles 16/09 – Encuentro 3 (virtual).
Miércoles 23/09 – Encuentro 4 (virtual).
Miércoles 30/09 - Taller práctico: Creencias, propuesta de valor y posicionamiento.

Octubre – Módulo 2. Cómo decide tu cliente: psicología del consumidor aplicada a ventas.

Miércoles 7/10 – Encuentro 5.
Miércoles 14/10 – Encuentro 6.
Miércoles 21/10 – Encuentro 7.
Miércoles 28/10 – Encuentro 8.
Análisis de casos + simulación de perfiles de cliente.

Noviembre – Módulo 3. Comunicación persuasiva y storytelling para profesionales.

Miércoles 4/11 – Encuentro 9.

Miércoles 11/11 – Encuentro 10.

Miércoles 18/11 – Encuentro 11.

Miércoles 25/11 – Encuentro 12.

Taller de oratoria + pitch.

Diciembre – Módulo 4. Estrategia comercial y cierre.

Miércoles 2/12 – Encuentro 13.

Miércoles 9/12 – Encuentro 14.

Miércoles 16/12 – Encuentro 15 Entrega del Trabajo Final Integrador.

Miércoles 23/12 – Encuentro de cierre, devolución grupal y retroalimentación del Trabajo Final Integrador.

Metodología:

La propuesta metodológica se orienta a promover un aprendizaje activo, participativo y centrado en la aplicación práctica de los contenidos en contextos profesionales reales.

Se adoptará un enfoque teórico-práctico que articula la exposición conceptual con el desarrollo de actividades aplicadas, favoreciendo la reflexión sobre la propia práctica y la transferencia de los aprendizajes al ámbito laboral de cada participante.

Cada encuentro será diseñado bajo una lógica didáctica que combine momentos de introducción conceptual, análisis de situaciones reales, instancias de intercambio y actividades prácticas orientadas a la resolución de problemáticas concretas.

Las estrategias de enseñanza incluirán:

- Exposiciones dialogadas para la presentación de conceptos clave
- Análisis de casos reales vinculados a distintos contextos profesionales
- Simulaciones de situaciones de venta, negociación y presentación de propuestas
- Ejercicios individuales y grupales orientados a la aplicación de herramientas comerciales
- Espacios de debate e intercambio que favorezcan el aprendizaje colaborativo
- Actividades de autoevaluación y reflexión sobre el propio desempeño

Asimismo, se promoverá el uso de herramientas de Inteligencia Artificial como apoyo al aprendizaje, la generación de contenidos, la elaboración de propuestas comerciales y el diseño de estrategias aplicadas a contextos profesionales.

Evaluación:

Trabajo Final Integrador

Consistirá en el diseño y presentación de una estrategia comercial aplicada al ámbito profesional del participante, integrando los contenidos desarrollados durante la diplomatura.

Bibliografía:

La bibliografía combina textos clásicos de referencia con aportes contemporáneos, permitiendo articular fundamentos teóricos sólidos con enfoques actuales aplicados al contexto profesional.

Kahneman, D. (2012). Pensar rápido, pensar despacio. Debate.

Cialdini, R. B. (2016). Influencia: La psicología de la persuasión (Ed. revisada). HarperCollins.

Zaltman, G. (2004). Cómo piensan los consumidores: Insights profundos sobre la mente del mercado. Empresa Activa.

Goleman, D. (1995). La inteligencia emocional. Kairós.

Kofman, F. (2001). La empresa consciente: Cómo construir valor a través de valores. Aguilar.

Cortelezzi, I. (2017). Buenos modales, mejores negocios. Granica.

Tracy, B. (2014). La psicología de ventas: Cómo vender más, más fácil y más rápido que nunca. Grupo Nelson.

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

Anderson, C. (2016). TED Talks: The official TED guide to public speaking. Houghton Mifflin Harcourt.

Morel, R. (2019). Neurocopywriting. Alienta.

Díaz-Aroca, E., & Martínez, D. (2020). Social selling. LID Editorial.

La diplomatura incorporará artículos académicos recientes, informes de tendencias comerciales, estudios sobre Social Selling y LinkedIn, recursos sobre Inteligencia Artificial aplicada a procesos comerciales, podcasts especializados, charlas TED, casos empresariales contemporáneos y materiales elaborados por la cátedra, con el objetivo de mantener actualizados los contenidos en función de la evolución del mercado y las nuevas tecnologías.

Director:

Miguel Angel González. Lic. Comunicación social. Magister en Psicología organizacional.