

MARKETING



Programa Ejecutivo en
**Ventas Estratégicas,
Dirección Comercial y
Neurociencia Aplicada**

INTRODUCCIÓN

En un contexto donde los mercados son cada vez más competitivos y los clientes más exigentes e informados, vender dejó de ser una habilidad intuitiva para convertirse en una verdadera disciplina profesional. Este curso propone un enfoque integral de la venta, combinando herramientas tradicionales con nuevas tendencias como la inteligencia emocional, la neurociencia y la inteligencia artificial.

El objetivo es formar vendedores capaces de generar valor, construir relaciones sostenibles y adaptarse a entornos cambiantes, elevando su desempeño y resultados de manera consistente.

CARACTERÍSTICAS

- Enfoque práctico, con aplicación directa al mundo real
- Metodología participativa (casos, role plays, dinámicas grupales)
- Integración de herramientas clásicas y modernas de ventas
- Incorporación de inteligencia artificial aplicada al proceso comercial
- Desarrollo de habilidades blandas clave (comunicación, empatía, autogestión)
- Espacios de feedback personalizado
- Casos de estudio de sectores diversos de la economía

DESTINATARIOS

Este programa está dirigido a vendedores, ejecutivos comerciales, supervisores y jefes de ventas, gerentes comerciales, responsables de cuentas, emprendedores, dueños de pymes y profesionales independientes que deseen fortalecer su capacidad de vender con mayor estrategia, influencia y efectividad.

También está orientado a quienes lideran equipos comerciales o aspiran a hacerlo, y necesitan incorporar herramientas actuales para gestionar mejor el proceso de ventas, comprender más profundamente al cliente, mejorar su comunicación, potenciar cierres y aumentar resultados en entornos cada vez más competitivos.

Por su enfoque integral, resulta especialmente valioso para profesionales de áreas comerciales, marketing, atención al cliente, desarrollo de negocios y consultoría, que

busquen actualizarse en tendencias clave como neurociencia aplicada, inteligencia emocional, feedback e inteligencia artificial aplicada a la gestión comercial.

OBJETIVOS

Comprender el proceso de ventas desde una perspectiva estratégica

Desarrollar habilidades de comunicación e influencia

Incorporar herramientas de inteligencia emocional aplicadas a la venta

Aplicar técnicas de neuroventas para mejorar la toma de decisiones del cliente

Utilizar herramientas de inteligencia artificial para potenciar resultados comerciales

Aprender a dar y recibir feedback efectivo en contextos de venta

Adaptar el estilo de venta a distintos perfiles de clientes

PROGRAMA

MÓDULO 1: EL NUEVO ESCENARIO COMERCIAL Y EL ROL DEL VENDEDOR ESTRATÉGICO.

La transformación de las ventas en mercados más complejos, competitivos e informados.

Del vendedor tradicional al profesional comercial de alto valor.

La venta como proceso, sistema y ventaja competitiva.

Mentalidad comercial, autogestión y disciplina para sostener resultados.

Hábitos, foco y organización personal en contextos de presión comercial.

MÓDULO 2: DIRECCIÓN COMERCIAL Y GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTAS.

El proceso comercial de punta a punta: prospección, contacto, desarrollo, cierre y seguimiento.

Cómo ordenar y profesionalizar la gestión de ventas.

Indicadores clave para gestionar la performance comercial.

Priorización de oportunidades y administración del pipeline.

Seguimiento efectivo y consistencia comercial.

MÓDULO 3: COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y CONSTRUCCIÓN DE VÍNCULOS DE CONFIANZA.

Comunicación interpersonal aplicada a contextos de venta.

Escucha activa, observación y lectura de señales del cliente.

El arte de preguntar para diagnosticar mejor y vender mejor.
Cómo construir credibilidad y generar conversaciones de valor.
Adaptación del mensaje según interlocutor, contexto y necesidad.

MÓDULO 4: INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A VENTAS Y NEGOCIACIÓN.

Autoconocimiento y autorregulación en la acción comercial.
Manejo de la frustración, la presión y el rechazo.
Empatía comercial y conexión genuina con el cliente.
Gestión emocional de objeciones, demoras e indecisión.
Recursos para negociar con mayor equilibrio, seguridad e influencia.

MÓDULO 5: TÉCNICAS DE VENTA CONSULTIVA Y PERSUASIÓN COMERCIAL.

Detección de necesidades explícitas y latentes.
Presentación de propuestas de valor centradas en el cliente.
Argumentación comercial con foco en beneficios, impacto y diferenciación.
Manejo profesional de objeciones.
Técnicas de cierre y avance sin agresividad comercial.
Cómo vender sin improvisar y sin depender solamente del precio.

MÓDULO 6: NEUROCIENCIA APLICADA A LA VENTA Y TOMA DE DECISIONES DEL CLIENTE.

Cómo decide el cerebro del cliente.
El peso de las emociones en los procesos de compra.
Sesgos, atajos mentales y percepción de valor.
Gatillos mentales aplicados a la persuasión comercial.
Cómo diseñar experiencias de venta más memorables, confiables y efectivas.

MÓDULO 7: PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA E INFLUENCIA EN LA COMUNICACIÓN COMERCIAL.

Principios de PNL aplicados a ventas.
Rapport, calibración y sintonía con el cliente.
Lenguaje persuasivo y precisión en la comunicación.
Cómo influir mejor desde la palabra, el tono y la actitud.
Técnicas para mejorar conexión, comprensión y efectividad conversacional.

MÓDULO 8: FEEDBACK, MEJORA CONTINUA Y DESARROLLO DEL DESEMPEÑO COMERCIAL.

El feedback como herramienta para aprender, corregir y crecer.

Cómo dar feedback que impulse desempeño y compromiso.

Cómo recibir feedback sin resistencia y convertirlo en mejora.

Conversaciones de desarrollo en equipos comerciales.

Construcción de una cultura de aprendizaje y mejora continua en ventas.

MÓDULO 9: INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL PROCESO COMERCIAL.

Introducción práctica al uso de IA en ventas.

Herramientas de IA para prospección, investigación y preparación de reuniones.

IA para redacción de mensajes comerciales, propuestas y seguimientos.

Automatización de tareas repetitivas para ganar productividad.

Uso estratégico de datos e insights para decidir mejor.

Buenas prácticas para integrar IA sin perder criterio comercial ni vínculo humano.

MÓDULO 10: INTEGRACIÓN FINAL: VENTAS, LIDERAZGO COMERCIAL Y PLAN DE APLICACIÓN.

Integración de herramientas, modelos y aprendizajes del programa.

Cómo traducir conceptos en hábitos y acciones concretas.

Diseño de un plan de mejora comercial individual o para equipos.

Casos, ejercicios y aplicación a situaciones reales.

Cierre del programa con foco en implementación y resultados.

COORDINADORES ACADÉMICOS

CLAUDIO FONTANA

<https://www.linkedin.com/in/licenciadoclaudiofontana/>

Licenciado en Psicología. Speaker, Conferencista y Coach Internacional. CEO y Founder en Claudio Fontana Consulting y Clever People. Es experto en Negociación, Motivación, Comunicación Humana, Liderazgo, Conducción de Equipos y Mejora de Procesos Relacionales. Director académico en programas de desarrollo empresarial, además de Director del Posgrado en Management de la Escuela Sistémica Argentina, Director Académico en diferentes programas de la Universidad de Belgrano, Universidad de Empresas (Uruguay) Director General de Sudamérica Business School y Profesor adjunto en Panamerican University (USA), entre otras casas de estudios

empresariales Es autor de los Libros “Los Vendedores son Hombres de palabra“, DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA Y FORMACIÓN EJECUTIVA "Liderazgo Disruptivo" y "Lidernnials", “Superlíderes”, y “OKRs y Métricas de Negocio” en coautoría con Hugo Brunetta.

HUGO BRUNETTA

Licenciado en Administración, UAJFK. Magister en Administración y Marketing Estratégico, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Argentina; Doctorando en Administración, UCA -Pontificia Universidad Católica Argentina. Actualmente es director general de "Nexting" consultora especializada en Marketing Relacional, CRM y gestión directa del cliente, con más de 30 años en el mercado iberoamericano y también es el CEO en “6 Sentidos–Experience Making Company”; es el actual presidente y socio fundador de la Asociación Argentina de CRM; es director y fundador de la Sociedad Iberoamericana de CRM; director y fundador de la Sociedad Iberoamericana de Customer & Employee Experience y director de “todomanagement.com”. En su experiencia docente, es el director del Posgrado en CRM Estratégico y Tecnológico; del Diplomado en Business Intelligence y Métricas de Marketing; director del diplomado internacional en Customer Experience Design Management, todas en la Universidad de Belgrano, Argentina; también es director Posgrado en Retail Marketing & Management del Instituto Tecnológico de Buenos Aires. Además, es profesor titular en la Maestría en Explotación de Datos y Gestión del Conocimiento, Universidad Austral, Argentina; profesor titular, Universidad de la Empresa, Uruguay; profesor invitado, Universidad de la República, Uruguay; profesor titular en la Universidad Católica de Salta, Argentina, en la Universidad Andrés Bello de Chile; en la Universidad Católica de Valencia, España, entre otras. Ganador del Premio “Iluminis” a la Excelencia Académica otorgado por la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. Ganador del premio Mercurio máximo galardón que otorga la Asociación Argentina de Marketing. Autor de diez libros, entre los que se cuentan: “Del marketing relacional al CRM”, “Community Management”, “Marketing Digital”, “CRM: la guía definitiva”, “Customer Experience: una visión multidimensional”, “Piense como cliente, actúe como gerente”, “Dirección Comercial Avanzada”, “Sentido común: de la razón a la emoción” y recientemente “La Experiencia del Cliente” editado por Planeta; “Innovar o desaparece: el mercado de seguros hacia el 2030”

CUERPO DOCENTE

HUGO BRUNETTA

CLAUDIO FONTANA

GABRIEL PARADISO

Es un referente en Gestión de Personas, Desarrollo, Capacitación, Cambio y Liderazgo Organizacional, con más de 35 años de trayectoria. Ha trabajado como consultor, facilitador, coach y expositor en Latinoamérica, capacitando a alrededor de 60.000 líderes y acumulando más de 30.000 horas de formación. Es autor de varios libros sobre liderazgo y aprendizaje organizacional, entre ellos Feedback Consciente, una obra destacada en habla hispana. Actualmente expone en Vistage Argentina y Renaissance Executive Forums, y se desempeña como profesor de posgrado en distintas universidades. A lo largo de su carrera ocupó posiciones ejecutivas en RR.HH. en empresas de primera línea como Telecom, Páginas Amarillas, SADE y Banco Francés. Es fundador y CEO de Umana, y combina una sólida experiencia corporativa con una amplia trayectoria académica y consultiva.

Los módulos podrán ser dictados por uno o varios de los docentes mencionados, sin un orden específico. La Universidad se reserva el derecho de modificar el cuerpo docente según lo considere necesario.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

8 de junio de 2026

FINALIZACIÓN

14 de septiembre de 2026

- *Nota: El calendario académico contempla 1 semana de vacaciones de invierno con fecha a definir en el mes de julio 2026.*

DURACIÓN

El curso completo tiene una duración de 24 horas reloj distribuidas en encuentros semanales de 2 horas cada uno.

- **La modalidad de la cursada es ONLINE y sincrónica (clases en vivo y en directo por plataforma ZOOM)**
- *El calendario puede variar de existir algún feriado.*

DÍAS Y HORARIOS DE CURSADA

Lunes de 18 a 20 h.

APROBACIÓN

Los requisitos para la aprobación son los siguientes:

Asistencia mínima: 75 % de las clases.

Aprobación de los trabajos prácticos durante la cursada.

DOCUMENTACIÓN

Presentar la solicitud de inscripción, título de grado (en caso de poseerlo) y fotocopia del documento de identidad.

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado de aprobación, a quienes cumplan con las evaluaciones y/o trabajos finales. Caso contrario solo se emitirá un certificado de asistencia.

NOTA: Los certificados correspondientes serán emitidos en formato digital, previa verificación de la asistencia, la aprobación y el pago total de la capacitación.

Todos nuestros programas requieren un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. La Universidad se reserva el derecho de posponer o cancelar el inicio de la actividad si no se alcanza el número mínimo de inscripciones al cierre del período de matriculación.