

Centro de Desarrollo  
Técnico Profesional



Universidad  
Católica del  
Uruguay

Programa de Formación Profesional

Asistente en Gestión Comercial

Salto 2017

## Presentación

---

Es un Programa para agregar valor práctico dirigido a aquellas personas vinculadas de una u otra forma a la actividad comercial: vendedores de bienes, servicios, eventos, organizaciones, distribuidores, Jefes de promoción y/o ventas, administrativos o asistentes del área comercial y de gestión de clientes que estén de una forma u otra vinculados a la concreción de una venta.

## Objetivos

---

Se identifican como elementos claves a desarrollar y alcanzar por el alumno, los siguientes objetivos centrales ó **“conductores core”**:

- **DESARROLLO DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO**

Módulos:

1. Introducción a la Planificación Estratégica
2. Venta estratégica
3. Marketing

- **PLANIFICACIÓN Y AUTOGERENCIAMIENTO**

Módulos:

1. Planificación de la Gestión
2. Gestión de Clientes
3. Marketing Personal

- **DESARROLLAR APTITUDES Y ACTITUDES NEGOCIADORAS**

Módulos:

1. Negociación
2. Talleres de Training en Ventas - Role Play

- **POTENCIAR LA COMUNICACIÓN Y EL RELACIONAMIENTO**

Módulos:

1. Comunicación Interpersonal
2. PNL
3. Liderazgo

## Público Objetivo

---

Vendedores de bienes, servicios, eventos, distribuidores, Jefes de promoción y/o ventas, administrativos o asistentes del área comercial y de gestión de clientes que estén de una forma u otra vinculados a la concreción de una venta

## Módulos

MÓDULO	CONTENIDO	HORAS
Introducción a la Planificación Estratégica	Las empresas requieren cada vez más de una clara visión estratégica. Se plantea introducir los conceptos de Misión, Visión, Valores, Objetivos a corto, mediano y largo alcance, Estrategias, y Tácticas para el logro.	12
Venta Estratégica	La venta como fenómeno de Comunicación. La Venta Compleja. El Posicionamiento como herramienta de venta. El Vendedor Experto: mucho más que intuición. Aptitudes y Actitudes. Algunas Tipologías útiles en la Venta Estratégica: 1) Influencias compradoras – 2) El comprador: Actitud de respuesta Administración de Ventas. El forecast. Descuentos, bonificaciones. La primera entrevista. Apoyos de Venta. Aspecto. Manejo del Tiempo El Cliente Ideal.	24
Marketing	Qué es el Marketing? Teorías. La evolución del Marketing Transaccional al Relacional. Conceptos básicos: Producto, Precio, imagen de marca, posicionamiento, ciclo de vida del producto el Mix de Marketing: Producto, Precio, Comunicación, Distribución. La relación entre Marketing y Venta, Tipos de venta: de campo, retail y telefónica. La venta de intangibles.	24
Planificación de la Gestión	Planificación como respuesta Racional sistemática de la actividad profesional a un mundo complejo y cambiante. Formulación, realización, evaluación. Planear es más fácil que ejecutar. Carácter instrumental (práctico) de la planificación. El plan como instrumento de cambio y mejora. Planificación de corto, mediano y largo plazo. Instrumentos de planificación orientados a la venta y la promoción.	24
Gestión de Clientes	La administración basada en la relación con los clientes. Sistemas informáticos de apoyo a la gestión de los clientes. C.R.M (Customer Relationship Management)	24

	La Base de Datos. El cruzamiento de información. Datos Comerciales, Datos sobre preferencias del cliente, Datos personales del cliente.	
Marketing Personal	Enfoque hacia el mercado laboral. Enfoque a la realización individual, familiar, social y profesional. Dimensión hombre producto y su acción sobre el mercado laboral. La búsqueda del empleo, el desarrollo del empleo, la capacitación continua. El “Posicionamiento de uno mismo”. Se puede planear, se puede ejecutar. La búsqueda del empleo: El Currículum, la entrevista. Metodología, estrategia, táctica. El Plan de marketing personal.-	12
Negociación	¿En qué consiste la negociación? Comunicación y negociación. Estrategias de negociación. El enfoque Ganar – Ganar. Las alternativas a la falta de acuerdo. Aplicaciones a la venta: negociación de precios, condiciones financieras, plazos de entrega, etc. Estrategias de cierre de ventas.	24
Talleres de Training en Ventas- ROLE Play	El plan táctico. Entrenamiento. Juego De Roles. “Tipos” Difíciles. El plan táctico. Entrenamiento. Juego De Roles. “Tipos” Difíciles. Análisis colectivo – Discusión. El plan táctico. ( F.O.D.A - Característica, Ventaja, Beneficio)	12
Comunicación Interpersonal	El buen orador. Elementos a tener en cuenta en el inicio, desarrollo y cierre de la presentación. El propósito y la elaboración del discurso. Apoyos verbales y visuales. Los diferentes tipos de discursos. Comunicación verbal y no verbal. Axiomas de la comunicación. Autoestima e imagen de sí mismo	24
Programación Neurolingüística	Que es PNL y su aplicabilidad a la venta. Los sistemas de representación sensorial. Bloqueos y prohibiciones del vendedor. Hacer contacto con el cliente. Como provocar estados interiores. Estilos de vendedor. Los sobrentendidos. Manejo de objeciones y cierre de la venta.	12
	El Liderazgo, funciones y tipos de liderazgo. El papel del entorno sobre el líder. Las normas, la interacción, el sistema de roles, el sentimiento de pertenencia, la	

Liderazgo

integración del grupo. El individuo, el grupo, las organizaciones. Teorías de las organizaciones. Fuentes de poder del administrador. Liderazgo, mando, poder. Valores claves en la gestión de liderazgo. Sistemas de reconocimiento. Motivación del personal.

12

*El presente Programa se rige según el Reglamento de los Cursos y Programas de Formación Profesional especificado en la Guía de Normas y Procedimientos.*

## Cuerpo Docente

**Carlos Carvalho:** Doctor en Medicina, Universidad de la República. Postgrado y Master en Marketing, Universidad Católica del Uruguay. Actual Gerente General del Laboratorio Nolver S.A. (Filial Tecnofarma Argentina). Docente de la Universidad Católica del Uruguay a nivel de grado en la Lic. En Negocios Internacionales e Integración (Estrategia Competitiva Internacional). Docente del Centro de Desarrollo Profesional en los cursos de Marketing y Gestión Comercial. Coordinador del programa de Marketing.

**Pedro Castro:** Egresado de la Licenciatura en Comunicación Social, énfasis en Comunicación Organizacional - Universidad Católica del Uruguay (UCUDAL). Técnico en Relaciones Públicas - Asociación Uruguaya de Relaciones Públicas (AURP).

Experiencia Docente: Profesor de la Cátedra de Tendencias Contemporáneas de la Comunicación (Licenciatura en Comunicación Social - UCUDAL).

Desde 1990 ha dictado cursos de su autoría, relacionados con la comunicación y las relaciones públicas: Atención al Cliente, Redacción Empresarial, Diagnóstico y Desarrollo de la Comunicación Interna, Negociación Cooperativa, Comunicación Gestual, Imagen e Identidad Corporativa, Trabajo en Equipo, etc., tanto en empresas públicas (BROU, BPS, IMM, etc.) como privadas (SONDA, Univ. ORT, ANMYPE, EGAD, MAPFRE, Círculo Católico, Agroempresa Forestal, etc.)

**Gustavo Rey:** Facilitador de Seminarios, capacitación profesional en dinámicas de grupo, técnicas de presentación y habilidades de liderazgo. Universidad de Santa Mónica, Los Angeles - Estados Unidos. Master en Programación Neurolingüística Escuela de Programación Neurolingüística. Experiencia Docente: Comunicación Oral Universidad Católica del Uruguay. Comunicación y Neurolingüística. Escuela de Programación Neurolingüística. Periodismo Radial Universidad Católica de Uruguay.

**Isabel Quintillán:** Licenciado en Psicología, Universidad de la República. Postgrado Gestión de Recursos Humanos, Universidad Católica del Uruguay. Cursa actualmente el Postgrado de Educación Universitaria, Universidad Católica del Uruguay y el Doctorado en Economía y Administración de Empresas, Universidad de Deusto, España.

Docente en la Universidad Católica en asignaturas como: Psicología aplicada a la empresa, Desarrollo de habilidades emprendedoras, Creatividad en Marketing y Ventas, Dirección de Personas, etc. Ex – Coordinadora de Calidad Total y Capacitación,

Curtiembre Braná, Ex – Jefe de Calidad y Entrenamiento, Volt Autologic Directories Ltd.  
Consultora para la Universidad Católica del Uruguay.

## Requisitos e Inscripciones

---

Se debe haber aprobado 4to. Año de secundaria o experiencia laboral de al menos 2 años en tareas que avalen las competencias requeridas para la actividad y 18 años cumplidos al momento de la inscripción al Programa.

Las inscripciones se realizarán, a partir del 1 de febrero del 2017, en la sede de la Universidad Católica en Salto, ubicado en Artigas 1251. Horario de atención martes y jueves de 8 a 16hs.

Al momento de la inscripción se deberá presentar: CI, una constancia de haber culminado 4to año de secundaria, así como también el monto de la primera cuota.

## Inserción Laboral

---

Este programa se encuentra amparado en el convenio que el Centro de Desarrollo Técnico Profesional ha firmado con importantes consultoras de recursos humanos con el fin de mejorar la inserción laboral de sus estudiantes.

El sistema consiste en el envío de los Curriculum Vitae de aquellos estudiantes que se encuentren interesados en ser parte de las bases de datos de dichas organizaciones, aumentando así, su visibilidad en el mercado laboral.

## Carga horaria y días de clases

---

El Programa consta de 204 horas dividido en seis módulos de 24 horas y cinco módulos de 12 horas.

**Régimen de clases: viernes de 18 a 22hs y sábados de 9 a 13hs.**

**Inicio: Abril 2017**

**Duración: 8 meses**

Los cursos se realizarán en la sede Salto de la Universidad Católica.

## Costo del programa

---

Número de cuotas

9

Valor de la cuota

\$3325



- La no exigencia de bachillerato completo proviene del carácter no terciario de esta propuesta.
- El Centro de Desarrollo Técnico Profesional de la Universidad Católica se reserva el derecho de realizar ajustes de fechas, horarios, contenidos y/o costos.
- El valor de las cuotas se actualiza semestralmente, en función del ajuste salarial inmediato anterior a la fecha de aplicación de la referida actualización resuelta por el consejo de salarios correspondiente al sector de actividad de la Universidad, o el IPC del semestre anterior, según el que resulte mayor. **Los ajustes se realizarán el 1º de abril y el 1º de octubre de cada año.**
- La realización de todos los cursos está condicionada a la inscripción de un número mínimo de estudiantes por grupo, establecido por la Universidad.

INFORMES E INSCRIPCIONES:

Artigas 1251, Salto – Teléfono: 4733 8033

Correo electrónico: [cctp@ucu.edu.uy](mailto:cctp@ucu.edu.uy)

Página web: <http://cctp.ucu.edu.uy>