

Mendoza, 22 de agosto de 2023.

VISTO:

El EXP 26144/2023, donde la secretaría de vinculación y extensión eleva el programa del curso “Formación integral de vendedores”, y

CONSIDERANDO:

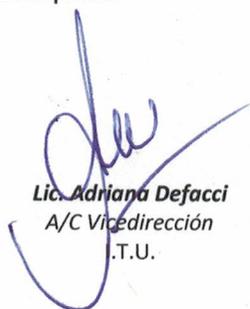
Que en Nota 116754/2023 se adjunta el programa del mencionado curso.

Que por Resolución N° 2708/2022, la señora Rectora de la Universidad Nacional de Cuyo, designa las funciones de Director General del ITU al Lic. Guillermo Gustavo Cruz. Por ello,

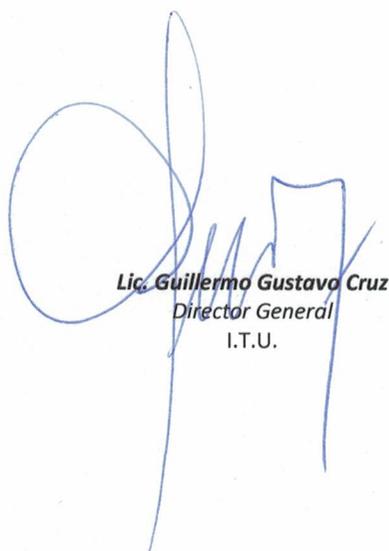
**EL DIRECTOR GENERAL
DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO
RESUELVE:**

Artículo 1º: Aprobar el programa del curso “Formación integral de vendedores”, que figura como Anexo I de la presente resolución.

Artículo 2º: Comuníquese.



Lic. Adriana Defacci
A/C Vice dirección
I.T.U.



Lic. Guillermo Gustavo Cruz
Director General
I.T.U.

ANEXO I

FORMACIÓN INTEGRAL PARA VENDEDORES/AS

Tipo de instancia: Diplomado

Carga horaria: 50 hs reloj

Fundamentación o presentación de la propuesta

Esta propuesta, originada en el ITU - Sede Valle de Uco, surgió con el foco puesto en sus vendedores/as de comercio y su ecosistema emprendedor, permitiendo vincular al sujeto con su trabajo en una interacción continua y reconstituyente de la práctica.

Es por ello que la misma será una Formación basada en Competencias, lo que permite vincular a las personas con su labor en una interacción continua y práctica, potenciando y aprovechando los recursos disponibles, respetando los esquemas de formación para el trabajo (off-job) y formación en el trabajo (on-job).

Esta propuesta busca asegurar la presencia de experiencias que promuevan el aprendizaje teórico-práctico, mejorando sustantivamente la calidad laboral y profesional de vendedores/as y emprendedores/as.

Para su desarrollo en la primera cohorte que se realizará en Valle de Uco se articuló con sectores claves de la matriz socio productiva local, tales como la Federación Económica de Mendoza (FEM), Cámara de comercio, industria, agricultura y turismo de Tunuyán (CIAT) y el Centro Empleados de Comercio de Tunuyán (CEC).

Objetivo general

Brindar herramientas prácticas y teóricas que promuevan la mejora en calidad de desempeño laboral en el ámbito comercial de la región.

Aprendizajes esperados

- Integrar diversos saberes relacionados con la venta, sus etapas y actores.
- Aplicar las herramientas prácticas adquiridas en su propio circuito comercial y/o emprendedor.
- Comprender fundamentos científicos de la venta y sus estrategias de planificación y organización profesional.

Destinatarios/as

Vendedores/as de comercio y emprendedores/as que tengan interés en la temática.

Modalidad / metodología

Planteado desde una estructura modular de contenidos, los encuentros se desarrollarán en modalidad mixta, es decir, tanto sincrónicos como asincrónicos, alternando actividades de cursado virtual, con formato taller.

Contenidos

MÓDULO I: COMUNICACIÓN Y COACHING

- LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA VENTA. Oratoria y comunicación. La comunicación bidireccional. El lenguaje verbal. El paralenguaje. El lenguaje no verbal.
- EL COACHING Y LA VENTA, DOS ALIADOS. Coaching orientado a la venta. Talento y teoría de las fortalezas. Uso de herramienta FODA Y FOAR.

MÓDULO II: DEL VENDEDOR/A

- LA ATENCIÓN Y EL SERVICIO AL CLIENTE. La atención y el servicio al cliente. Protocolos de atención. Calidad en el servicio al cliente.
- TÉCNICAS DE VENTA PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS. Tipos de venta. La venta directa. El marketing y la venta. Producto y servicio. El proceso de la venta. Técnicas efectivas de venta. El merchandising y su importancia en la venta. Marketing Visual.

MÓDULO III: LA VENTA

- LA VENTA COMO CIENCIA - FUNDAMENTOS CIENTÍFICOS DE LA VENTA. Tips de Neuromarketing y Neuroventa. Manejo del estrés y resolución de conflictos.
- INTRODUCCIÓN AL MERCADO VIRTUAL. Marketing digital. La importancia del e-commerce. Las redes sociales y la venta.
- ADMINISTRACIÓN DE VENTAS Y GESTIÓN DE FINANZAS. Variables económicas que influyen en la gestión general de las finanzas. Redirección y distribución de gastos y réditos. Importancia de la implementación de modelos que favorecen la gestión.

MÓDULO IV: DEL CLIENTE

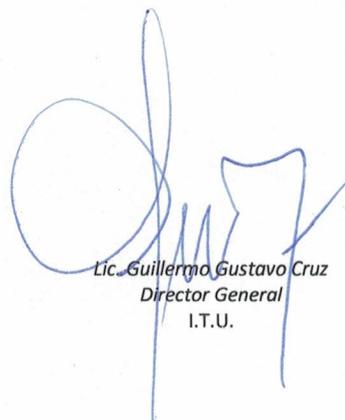
- EL CLIENTE COMO CENTRO DE LA VENTA. Necesidades de los clientes y habilidades para satisfacerlas. El cliente y sus roles. El proceso de decisión de compra. El comportamiento del consumidor. Logística de ventas.

MÓDULO V: PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN

- LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL PROFESIONAL DE VENTA. La importancia de la Planificación. Importancia de la dirección de ventas. Definición de la dirección de ventas. Organización de la dirección de ventas. Organización de los departamentos de venta.

MÓDULO VII: SOSTENIBILIDAD

- NEGOCIOS SOSTENIBLES. Análisis de la importancia de incorporar paradigmas asociados a la sustentabilidad. Financiamiento y gestión de proyectos bajo una mirada crítica. Las 3R como parámetro de generación de oportunidades. Uso de tecnologías, paradigma disruptivo. Relación con el módulo de comunicación (efectividad y asertividad).



Lic. Guillermo Gustavo Cruz
Director General
I.T.U.