UNICENDA

VIGILADO MINEDUCACIÓN

PLAN DE ESTUDIOS · EDUCACIÓN CONTINUA

# Diplomado en Ventas y Desarrollo Comercial

Duración: **120 horas** Jornada: **única**

Modalidad: **presencial sincrónica · Infinitum by CENDA**

**120** horas **5** módulos

## Objetivo general

Desarrollar competencias para diagnosticar, diseñar, probar y defender decisiones comerciales que generen crecimiento rentable en una cuenta o un territorio real, integrando estrategia de mercado, diagnóstico del cliente, construcción de valor, negociación, gestión de cuentas y analítica asistida por inteligencia artificial.

## Módulos

1. Mercado, cliente e ingresos
2. El comprador y el diagnóstico
3. Negociación
4. Datos e inteligencia artificial
5. Laboratorios de práctica evaluada

## Objetivos específicos

- Analizar el mercado y el comportamiento del comprador empresarial para definir con criterios explícitos a qué clientes dedicar el esfuerzo comercial y a cuáles renunciar, sustentando la decisión con evidencia recogida en campo y con el modelo económico del territorio.
- Construir y defender la propuesta comercial completa sobre una cuenta real (caso de negocio cuantificado, estrategia de precio, preparación de la negociación y plan de crecimiento a doce meses), aplicando marcos formales de calificación de oportunidades y de negociación por intereses.
- Demostrar competencia en la conducción de conversaciones comerciales mediante ejercicios grabados y evaluados con rúbrica por dos calificadores, e incorporar herramientas de inteligencia artificial y de analítica al flujo de trabajo con criterios de verificación, trazabilidad y confidencialidad.

## Cómo se estudia

Aprendizaje basado en retos, práctica deliberada y método de caso. Cada participante define en la primera sesión un reto comercial propio sobre una cuenta o un territorio real, y todos los módulos son etapas de ese reto; quienes no tengan una cuenta propia trabajan sobre uno de los casos empresariales que provee la institución.

- En cada módulo: reto, investigación con evidencia, decisión y acción, y reflexión documentada.
- Dos entrevistas reales con la organización cliente, registradas en un log de evidencia.
- Un experimento comercial medido contra el desempeño previo del participante, con las hipótesis registradas antes de conocer los resultados.
- Laboratorios los sábados: conversación grabada frente a un actor entrenado, retroalimentación con rúbrica de dos evaluadores y repetición inmediata.
- Cierre con la sustentación del caso ante un jurado.

## A quién va dirigido

Estudiantes de Ingeniería Administrativa y de Marketing y Negocios Digitales que terminaron su plan de estudios y lo toman como opción de grado, egresados no graduados de programas de ciencias administrativas y afines, profesionales de diferentes disciplinas que quieran fortalecer sus competencias comerciales y el personal comercial de Unicenda.

## Al terminar

Una persona que analiza el mercado y al comprador empresarial para decidir a qué clientes dedicar el esfuerzo comercial, construye y defiende propuestas comerciales sobre cuentas reales, conduce conversaciones de venta y negociación, e incorpora la analítica y la inteligencia artificial a su trabajo con criterio.