

Curso

APLICACIONES DE LAS NEUROCIENCIAS EN LA GESTIÓN COMERCIAL

54 horas

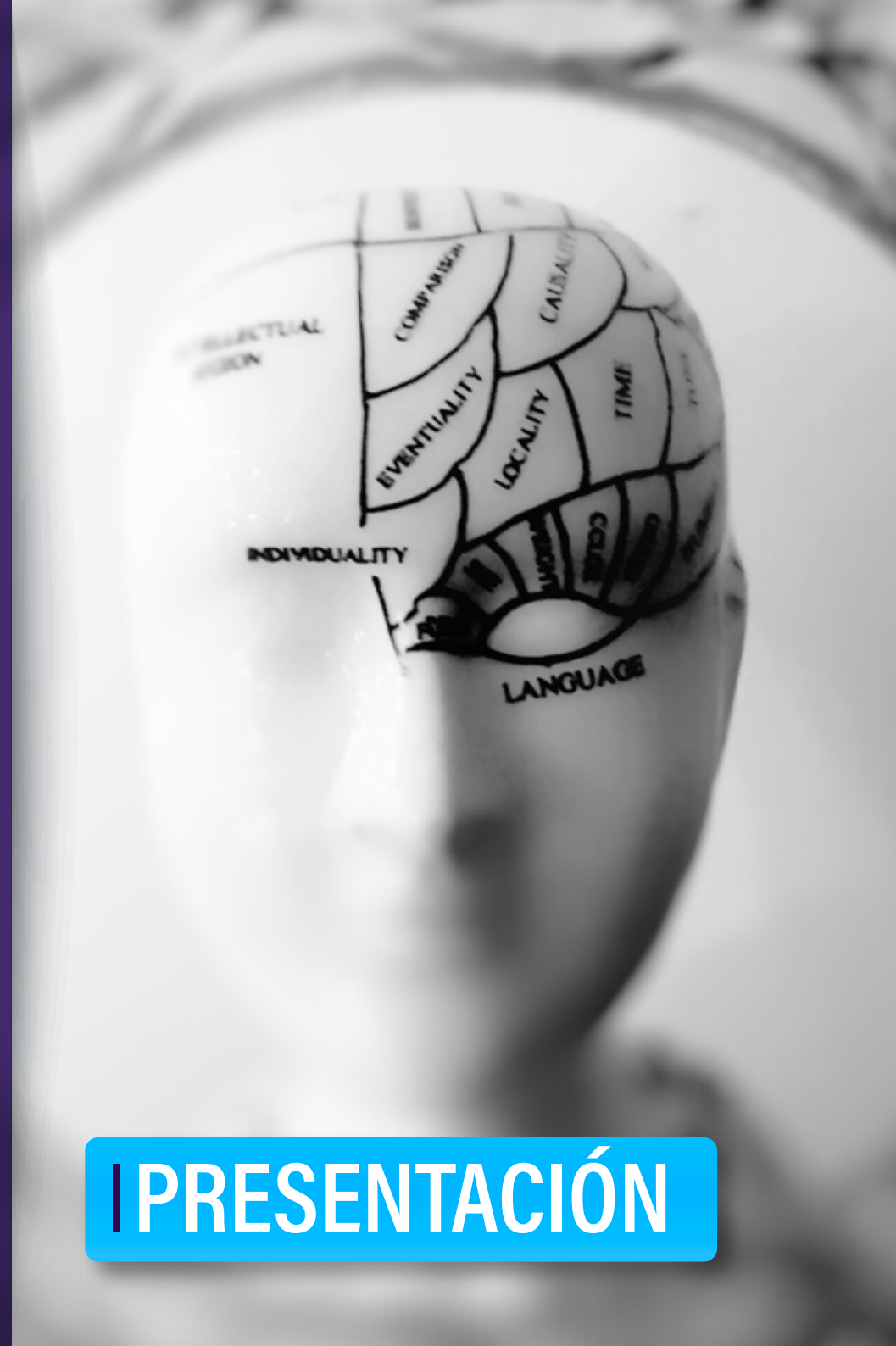


Universidad de
América

Código SNIES 1715

Este ciclo formativo, diseñado para la capacitación de equipos comerciales, surge como una necesidad percibida por conocer nuevas herramientas que desarrollen y potencialicen el desempeño de los formadores de los equipos comerciales en diferentes organizaciones interesadas en mejorar sus logros en ventas, gracias a los aportes derivados de la **inteligencia emocional**, las **neurociencias** y la **programación neurolingüística**, facilitando la labor de coaching inherente a la gestión comercial.

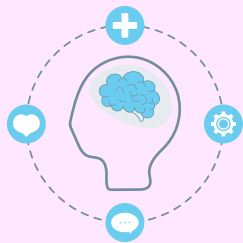
A partir de la evolución de las neurociencias y el amplio conocimiento del funcionamiento del cerebro humano, se ha podido entender aún mejor la dinámica emocional de la toma de decisiones, así como otros elementos que influyen el comportamiento de diferentes perfiles de personas, los cuales serán abordados contando con los aportes de la programación neurolingüística, para conformar la nueva dinámica comercial, llevando la labor formativa a un nivel superior, en el cual las labores de coaching permiten configurar un nuevo líder, más eficiente, más eficaz y más efectivo, cumpliendo el objetivo de nuestra propuesta formativa.



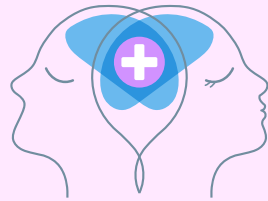
PRESENTACIÓN

JUSTIFICACIÓN

Postulados derivados de la inteligencia emocional como:



la percepción y expresión de sí mismo.



las relaciones intrapersonales e interpersonales.



así como el manejo situacional de las emociones.

se convierten en elementos muy valiosos para el profesional en formación, en la medida que el auto concepto facilitará el desempeño frente a cualquier interlocutor, en razón a que un profundo conocimiento de los factores emocionales potenciará la construcción de vínculos donde las labores de persuasión y negociación serán las más adecuadas para alcanzar el acuerdo buscado, propiciando beneficios gana - gana, con una visión



duradera



rentable



y de largo plazo.



OBJETIVO GENERAL

Con fundamento en los postulados de la inteligencia emocional, las neurociencias y la programación neurolingüística, brindar herramientas tanto conceptuales como prácticas, para facilitar la implementación cotidiana de una serie de instrumentos que han demostrado su aplicabilidad en la labor formativa en áreas de gestión comercial, sobre la base de la construcción de relaciones que faciliten la dinámica de aprendizaje y las labores de coaching inherentes a este liderazgo, en cumplimiento de sus metas y objetivos personales, las necesidades y expectativas de los clientes y, en consecuencia, los niveles de exigencia de la organización empresarial de la cual forma parte.





OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1 Tomar conciencia del papel que juega la inteligencia emocional y las inteligencias múltiples en la generación de perfiles comportamentales, donde las emociones y su gestión juegan un papel predominante en la construcción de relaciones interpersonales, haciendo compatible la condición humana del facilitador con su desempeño profesional, para facilitar el cumplimiento de objetivos personales y corporativos debidamente planificados.

2

Con base en la premisa que señala: “nadie conquista a quien no conoce”, adentrarnos en el conocimiento de las necesidades y expectativas, que motivan a diferentes tipos de clientes, consumidores y usuarios, a tomar sus decisiones de compra, para poder determinar el proceso más apropiado para dar respuesta a tales deseos y propiciar la construcción de relaciones estables, duraderas, con una visión de largo plazo.

3

Potenciar el uso del lenguaje verbal, no verbal, corporal y gestual, entendiendo y enriqueciendo la habilidad comunicativa, “el poder de la palabra”, que es inherente a la naturaleza humana y que debe dominarse para el ejercicio comercial.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

4

Comprender el origen del pensamiento, las emociones y la conducta humana, a la luz de los recientes aportes de las neurociencias, desde la descripción de la mecánica y la química cerebral y su incidencia en el comportamiento, con énfasis en aquellos tópicos que influyen las relaciones comerciales.

5

Presentar y contextualizar los principales aportes de la programación neurolingüística en función de un mejor desempeño en la gestión comercial, creando una dinámica interactiva con los clientes, gracias al uso práctico de cada herramienta identificada durante el proceso formativo.

6

Armonizar los factores actitudinales y el desarrollo personal de los integrantes del equipo comercial, con los aportes recogidos desde la inteligencia emocional hasta la PNL, acompañando la gestión de ventas que involucra a diferentes tipos de clientes, en la tarea de asesorar y orientar una óptima toma de decisiones, logrando su máxima satisfacción.

PERFIL DEL ASPIRANTE

Profesional universitario de cualquier disciplina que ejerza, esté ejerciendo o quiera desempeñar cargos y funciones de responsabilidad directiva, diseñando e implementando estrategias competitivas, en los departamentos de mercadeo, ventas, servicio y fidelización de clientes, compras, logística, cartera y, en general, quienes estén en frontera de contacto con clientes externos, en empresas pequeñas, medianas y grandes, de producción de bienes, sector agropecuario y agroindustrial, prestación de servicios o comercialización de bienes y productos en el ámbito local, regional, nacional e internacional.





METODOLOGÍA

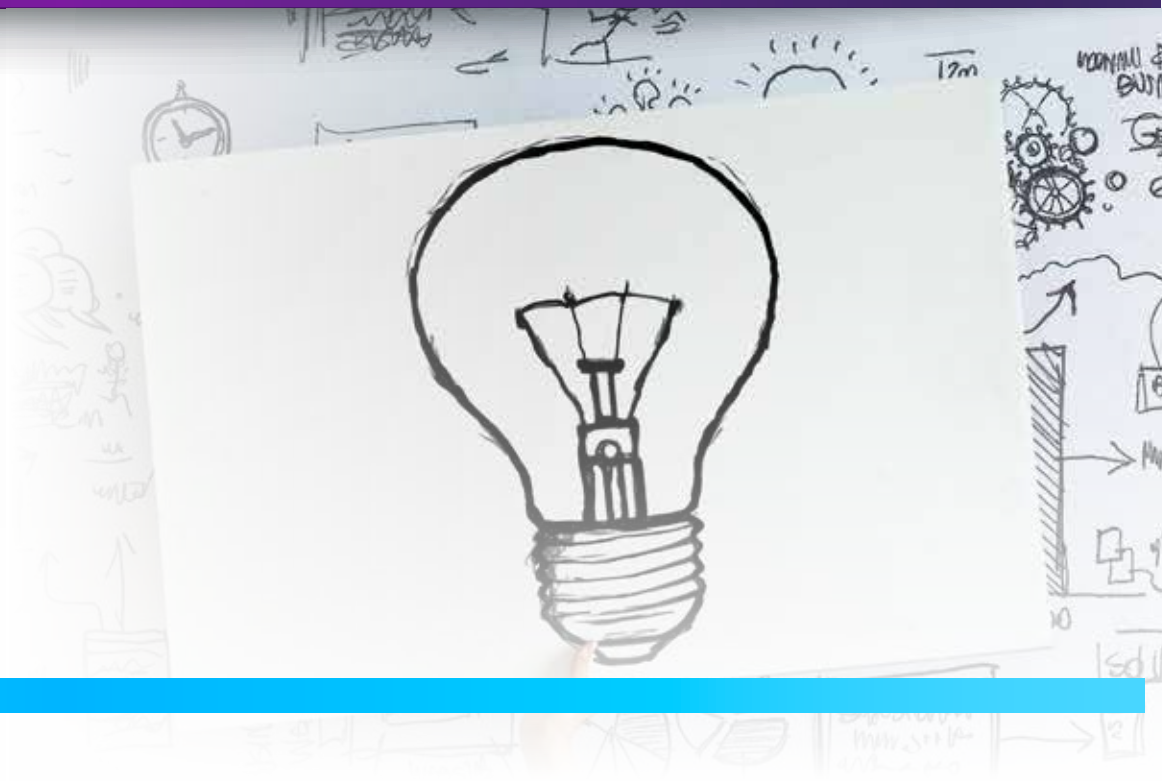
La realización de los programas de la Universidad de América utiliza una estrategia pedagógica estructurada para adultos (o andragogía), que permite reconocer en cada uno de los participantes el cúmulo de conocimientos y experiencias que poseen y que pueden ser canalizadas en función de un objetivo claramente planteado con anterioridad y enmarcado en los diferentes módulos diseñados de manera personalizada.

Durante el proceso formativo se propicia un espacio altamente participativo e interactivo a partir de técnicas como: video foros, trabajos grupales, lluvias de ideas, meta plan, construcción y análisis de casos, juego de simulación gerencial, etc. Esta metodología, considera que los espacios lúdicos no desdican de la seriedad y trascendencia de los procesos cognoscitivos, ni de los fundamentos científicos de las propuestas temáticas que se presentan.

Otro aspecto importante de la propuesta metodológica se relaciona con la personalización del diseño, es decir, que el desarrollo temático se va adecuando a la naturaleza, características y dinamismo del grupo, a la vez que se orienta de acuerdo con los lineamientos de las actividades productivas de la empresa, la naturaleza de sus productos, bienes o servicios y el tipo de cliente o usuario que atiende.

Para aprovechar el espacio de discusión que es propio a cada acción de formación, se irá estableciendo un documento resumen de los aportes que se hagan, el cual ha de servir como guía y memoria para sesiones posteriores y como documento aplicable por todos en la empresa, reconociendo la importancia de retroalimentar cada proceso para verificar su avance e impacto.

El ciclo formativo parte del criterio que todo evento de capacitación debe generar un doble beneficio: por una parte, debe ser útil en cuanto se constituya como un espacio de discusión y actualización académica y, por la otra, en cuanto los conocimientos compartidos sean aplicables de manera inmediata en la organización.





CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1

Inteligencia emocional: gestión de las emociones y procesos formativos.

- ☞ Sensibilización sobre la gestión emocional y los procesos formativos.
- ☞ **Mis motivadores:** autoconciencia, autorregulación, automotivación y proyecto de vida.
- ☞ Inteligencia emocional y gestión de las emociones.
- ☞ Empatía, simpatía y habilidades sociales.
- ☞ Las inteligencias múltiples y la inteligencia emocional.
- ☞ Video foro y lectura complementaria.

Módulo 2

Psicología y comportamiento del consumidor.

- Micro segmentación y perfiles de cliente.
- Escala de necesidades de Maslow.
- Propuestas de valor.
- Psicología y comportamiento del consumidor.
- Preguntar, preguntar y preguntar.
- Motivadores en la toma de decisión de compra de los clientes.
- Video foro y lectura complementaria.

Módulo 3

Importancia de las habilidades comunicativas y relacionista en la gestión comercial.

- Potencialización del lenguaje.
- Comunicación asertiva, relaciones intrapersonales e interpersonales.
- Parámetros para la escucha activa y persuasión.
- Herramientas para la persuasión.
- Del storyteller y otras herramientas de persuasión.
- Armonización y acompasamiento en las relaciones comerciales.
- Video foro y lectura complementaria.

Módulo 4

Las neurociencias y la gestión comercial: "el origen de las emociones".

- El cerebro:
lóbulos y hemisferios cerebrales.
- Sistema nervioso central y sus funciones.
- El cerebro triuno.
- Las hormonas de la felicidad.
- Aplicaciones de las neurociencias
en la gestión comercial.
- Video foro y lectura complementaria.

Módulo 5

La programación neurolingüística y su aplicación en la gestión comercial.

- Antecedentes y orígenes de la P.N.L.
- Postulados de la P.N.L.
- Sistemas representacionales
y su aplicabilidad en las ventas.
- Importancia de la calibración
de nuestros interlocutores.
- El meta modelo como instrumento
de influencia en ventas.
- Usos y aplicaciones del "rapport"
en las relaciones interpersonales.
- La proxemia:**
de los espacios sociales a los íntimos.
- Video foro y lectura complementaria.

Módulo 6

Estrategias de coaching aplicadas en formación comercial y la venta consultiva.

- Orígenes, fundamentos y tipos de coaching.
- Importancia de una óptima valoración diagnóstica en el coaching.
- Feedback de aciertos y mejora para el sujeto del coach.
- Mindfulness:** el despertar de la conciencia plena al plan de acción.
- El efecto multiplicador del coach en la gestión de ventas.
- Los roles del coach como vendedor consultivo versus los roles del cliente.
- Video foro y lectura complementaria.

RECURSOS



Sesiones presenciales con apoyo tecnológico a través de la plataforma Zoom, en modo sincrónico.

INTENSIDAD



3
HORAS
por noche

9
HORAS
a la semana

54
HORAS
en total



Curso

APLICACIONES DE LAS NEUROCIENCIAS EN LA GESTIÓN COMERCIAL

54 horas

www.uamerica.edu.co
www.uniamerica.edu.co

Más información:

Oficina de Mercadeo y Admisiones
educacion.continua@uamerica.edu.co

☎ 310 869 6885 ☎ 314 218 1547

☎ 316 629 0450

EcoCampus de Los Cerros: Avenida Cincunvalar No 20 -53

Tel: (60 1) 3376680 / Fax: (60 1) 3362941

Sede Norte: Calle 106 No. 19-18

Tel: (60 1) 6580658

Bogotá D.C., Colombia.



Universidad de
América

Código SNIES 1715