

INTRODUCCIÓN

El mundo avanza desde la comunicación. Esta se muestra según la calidad del mensaje que garantiza la comprensión y brinda recursos. El hombre desarrolla sus talentos específicos y de ese modo establece una buena comunicación. El objetivo de este curso es mostrar las bases de la Programación Neurolingüística, definida como el conjunto de medios de estudio de la comunicación y de la estructura de la experiencia subjetiva. Es nuestro curso especialmente enfocado a la comunicación en la venta y post venta, reafirmando la red vincular con el equipo de venta, con el cliente, en el entorno del mercado comercial.

A. DENOMINACIÓN

“PNL (Programación Neurolingüística) aplicada a la venta”

B. DESTINATARIOS

El curso se dirige fundamentalmente a:

Profesionales de la venta independiente y relación de dependencia.

Técnicos superiores en comercialización, marketing, supervisores de ventas.

Vendedores, reposidores, promotores de venta y asesores en productos comerciales.

Personas que consideren a la comunicación como un elemento esencial de su actividad.

C. OBJETIVOS

Al finalizar el curso, se espera que los asistentes se encuentren en condiciones de:

Observar la tarea que se realiza en torno a la comunicación interpersonal.

Reconocer y aplicar la “escucha” más eficaz para sus interlocutores.

Observar las estrategias apropiadas, aplicando técnicas de PNL (programación neurolingüística) en las reuniones de venta, aplicando las estrategias de objetivo.

Establecer acciones que permitan la evolución e incremento de la promoción de la venta.

Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo para el desarrollo de la propuesta.

Evaluar el resultado.

Guiar la puesta en marcha ante diferentes escenarios.

D. CONTENIDOS

1. Comportamiento Individual y grupal

- 1.1 Status. Rol.
- 1.2 Roles en la organización.
- 1.3 Componentes del rol.
- 1.4 El individuo en la organización.
- 1.5 Tipos de grupo. Los grupos y la organización.

2. Grupo de trabajo

- 2.1 Funcionamiento del grupo de trabajo.
- 2.2 Momentos grupales.

3. Formas alternativas en la resolución de Conflictos

- 3.1 Conflictos. Resolución. Factores.
- 3.2 Negociación.
- 3.3 Mediación.
- 3.4 Arbitraje.

3.5 Juicio.

4. Roles en los Grupos de Trabajo

- 4.1 Miembros y Roles.
- 4.2 Grupos formales e informales.
- 4.3 Conflicto Organizacional.
- 4.4 Solución a los conflictos.

5. Operatividad Grupal

- 5.1 La operatividad del Grupo.
- 5.2 Grupos autoadministrados.
- 5.3 Los equipos de trabajo en la organización.
- 5.4 Desenvolvimiento de los equipos de trabajo.
- 5.5 Empowerment.
- 5.6 Sistema tradicional de trabajo.
- 5.7. Sistema de trabajo con alto rendimiento.
- 5.8. Autogestión de los equipos de trabajo. Equipos eficaces.
- 5.9 Círculo de calidad. Causas y efecto.

6. Introducción a PNL

- 6.1 Patrones Mentales.
- 6.2 Procesos Mentales.
- 6.3 Optimizar capacidades.
- 6.4 Relaciones, Conductas. Pensamiento Positivo.
- 6.5 Meta modelo del lenguaje.
- 6.6 Limitantes y facilitadoras.

7. Recursos y Herramientas

- 7.1 Creencias y Paradigmas.
- 7.2 Problemas. Resolución.
- 7.3 Rapport. Acompasar. Espejar. Asociar.
- 7.4 Congruencias. Incongruencias.
- 7.5 Lenguaje. Anclaje.
- 7.6 Procesos de Desarrollo Personal.

8. Desarrollo Comercial de Vendedor

- 8.1 El rol de los comunicadores en la venta neurorelacional.
- 8.2 Comunicación relacional y neurorelacional.
- 8.3 Inicios de la Nueva Comunicación.
- 8.4 Escuela de Palo Alto.
- 8.5 Efectividad y círculo Comunicación al.
- 8.6 Comunicación analógica y digital.
- 8.7 Globalidad de la comunicación.

9. Neurocomunicación

- 9.1 Comunicación en el siglo XXI.
- 9.2 El cerebro del vendedor y del comprador.
- 9.3 Sistema cerebral. Hemisferios cerebrales.
- 9.4 Niveles cerebrales.
- 9.5 La venta en la nueva comunicación.
- 9.6 Comunicación neurorelacional potenciada

10. La confección y presentación del Trabajo Práctico.

10.1 La realización del trabajo de Campo: observación y análisis.

10.2 La presentación y conclusiones del trabajo de Campo.

E. TÉCNICA DE TRABAJO. BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA Y DE CONSULTA

Exposiciones orales del profesor.

Proyección de videos de capacitación empresarial.

Proyección de filminas

Aula taller para resolución de ejercicios en clase.

Bibliografía Obligatoria

- Arias Galicia y Espinosa; “Administración de Recursos Humanos para el Alto desempeño.” Ediciones Trillas. México. 2000.
- Braidot, Néstor; “Venta Inteligente.”, Puerto Norte- Sur. Madrid. 2006
- Pichon Riviere, Enrique; Quiroga, Ana; “Psicología de la vida cotidiana”, Nueva Visión. 1985
- Maisonneuve, Jean; “La dinámica de los Grupos”, Editorial Ediciones Nueva Visión. 2009

Bibliografía de Consulta

- Cudi, Catherine; “Como comprender la PNL”, Librosfilm Distribuidora.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary; “Marketing”, Versión para Latinoamérica. Pearson Prentice Hall., Ed.11a., 2007

- Palomares, Ricardo; “Merchandising. Cómo vender más en establecimientos comerciales.” Gestión 2000. Barcelona 2001.

F. EVALUACIÓN

Presencial, con análisis de casos prácticos.

Individual y Escrita

Trabajo Práctico Grupal.

G. INICIO. DÍAS Y HORARIOS

Comienza el martes 02 de octubre (02/10/2012) y finaliza el martes 13 de noviembre (13/11/2012)

Cursada:

Martes y jueves de 19:00 a 21:45 hs. **Octubre y Noviembre.**

H. DURACIÓN

Treinta y nueve (39) horas reloj

Horas presenciales destinadas a la impartición de clases: Nueve (9)

Horas de aula-taller, trabajo práctico, presenciales: Veintiuno (21)

Horas destinadas a evaluación: Nueve (9)

I. LUGAR DE REALIZACIÓN

En la sede del Instituto Superior de Viajantes “ISV” (A-1127) (D129).

Sito en la calle Combate de los Pozos Nº 146, de la Ciudad Autónoma de Bs. As.

J. DOCENTE A CARGO DE LA ACTIVIDAD

P.S. Hilda Heredia – Psicóloga Social

K. COORDINADORA DOCENTE

Lic. Graciela Bonini - Lic. en Administración de Empresas.