

Tipo de trayecto: módulo

1.DENOMINACIÓN:

Gestión Comercial para proveedores y profesionales del sector agropecuario

2.DESTINATARIOS:

Dirigido a titulares, directivos, responsables de gestión comercial, jefaturas de ventas, asesores técnicos y jóvenes profesionales vinculados a empresas de diversa escala —grandes, medianas y pequeñas— dedicadas a la producción y elaboración de insumos y bienes para el sector agropecuario, tales como compañías agroquímicas, semilleros, laboratorios veterinarios, fabricantes de maquinaria, implementos y tractores.

Asimismo, orientado a encargados y equipos comerciales de distribuidoras, agronomías, concesionarias, veterinarias, acopios, ramos generales y servicios integrales para la actividad agrícola-ganadera.

De igual modo, se contempla la participación de profesionales con formación en disciplinas afines al agro —como medicina veterinaria, ingeniería agronómica o zootecnia— que se desempeñen o proyecten desempeñarse en ámbitos vinculados a este sector.

Finalmente, se incluye a estudiantes universitarios avanzados que aspiren a ejercer su carrera en el subsistema agroindustrial.

3.REQUISITOS DE INGRESO

Estudios secundarios completos

4.OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Proporcionar herramientas de gestión comercial orientadas a la profesionalización de proveedores y profesionales del sector agroalimentario.

Optimizar el sistema comercial, abarcando desde la etapa de preventa hasta la posventa.

Aplicar técnicas de prospección de precisión para la captación de nuevos clientes de forma más eficiente.

Desarrollar habilidades en el uso de herramientas clave para la gestión del equipo comercial.

5. Competencias:

Maneja herramientas de gestión comercial, abarcando desde la etapa de preventa hasta la posventa desde una mirada profesional del sector agropecuario.

Aplica técnicas de prospección de precisión para la captación de nuevos clientes de forma más eficiente.

6. Justificación:

La gran mayoría de los profesionales del agro, egresan de las casas de estudio sin ningún conocimiento en los agronegocios, pese a que estadísticamente, más del 75 % de dichos profesionales, ingresan en el mundo de los negocios, como cuentapropistas o como empleados para puestos comerciales. Desde 1994, tomamos el desafío de formarlos en lo que denominamos Lado B (business), para transformar una debilidad formativa, en una fortaleza. De esa manera creamos una especialidad que ya llevamos a 20 países de América latina.

Somos los referentes en ese tema, y últimamente han surgido opciones similares, algunas de casas de estudio, y la mayoría de “formadores”, en general gerentes de empresas proveedoras, que fueron despedidos de las mismas. Nuestras formaciones completan los 360 grados del conocimiento necesario, abordando los temas específicos de manera clara, práctica, y probada en el sector.

Este trayecto formativo se dicta en el marco del convenio firmado entre Campus Norte-UNC y el Asesor Rural Juan Carlos Passano. Resolución ([RR-2025-1399-UNC-REC](#)).

7. Pertinencia de su dictado en Campus Norte:

Campus Norte es una oportunidad para brindar formación clave, práctica y aplicable a un target de profesionales e idóneos que realizan sus tareas en el sector, y necesitan formación específica para mejorar su desarrollo laboral, profesional, económico y personal.

Si bien nuestra consultora ya está bien posicionada en toda Latinoamérica, creemos que la acreditación universitaria institucionaliza y refrenda todo el conocimiento y experiencia acumulada en estos años.

8. Estructura

El curso se realiza dentro del campus virtual de Campus Norte, sobre plataforma Moodle. Está desarrollado con la moderna herramienta “Flip”, que permite combinar texto, audio y video en una misma cápsula, lo que facilita el cursado inclusive desde diversos dispositivos móviles.

9. Contenidos mínimos de cada unidad o módulo:

- Creación de la Zona de Confianza e Imagen Profesional
- Obtención de la información "Valor Cliente" de clientes y prospectos
- Técnicas de Neurociencias aplicadas a las Agroventas de Precisión.
- Obtención de nuevos clientes a través de la Prospección de Precisión.
- Crecimiento a partir del Manejo de Referidos.
- Segmentación de los prospectos y Planificación de la Preventa
- Cómo y porqué compran los clientes: Psicología de ventas. Razones y emociones.
- Proceso de la Venta Estratégica de Precisión: Matriz ECP.
- Estrategias para el manejo de las objeciones y los cierres de ventas
- Acciones claves en la postventa
- Marketing digital aplicado: redes sociales (Meta, LinkedIn, etc)
- Marketing digital aplicado: emailing, database, buscadores.

10.Modalidad de cursado:

La modalidad de cursado es virtual asincrónica. Se utilizará la plataforma Moodle de Campus Norte para su dictado.

11.Cronograma de dictado y Carga horaria total expresada en horas y créditos

Temas	Carga horaria (h)	
	Lectiva	Trabajo autónomo y evaluación
Zona de Confianza e Imagen Profesional	2	2
"Valor Cliente" de clientes y prospectos	2	2
Neurociencias aplicadas a las Agroventas de Precisión.	3	1
Prospección de Precisión.	2	1

Planificación de la Preventa	2	2
Venta Estratégica de Precisión	2	1
Manejo de las objeciones y los cierres de ventas	2	1
Acciones claves en la postventa	1	
Marketing digital aplicado	3	1
Total	19	11
Carga Horaria Total:		30
Total de Créditos Académicos (a completar por campus norte)		1.2

11. Nómina de equipo directivo y de docentes

Docente a cargo: Médico Veterinario (UBA) Juan Carlos Passano

Nombre y apellido: Juan Carlos Passano

DNI: 16844021

correo electrónico institucional (@unc.edu.ar) jcpassano@foroagro.com.ar

Teléfono de contacto: +5491121895486

Cargo en la UNC, Unidad académica (para el caso de diplomaturas):

Nombre/s	Apellido/s	Nº de DNI	Email	Teléfono	Temas que dicta en la propuesta
Juan Carlos	Passano	16844021	jcpassano@foroagro.com.ar	+5491121895486	Curso completo

12. Modalidades de evaluación (parcial y final)

Cada unidad cuenta con una evaluación tipo múltiple choice, la que debe ser aprobada con 6 puntos para poder pasar a la unidad siguiente, hasta el final del trayecto.

Algunas unidades incluyen trabajos prácticos de aplicación. El sistema no permite pasar a la unidad siguiente, sino se comprueba la "presencialidad/visualización de los materiales obligatorios de las mismas".

La evaluación final será de carácter integrador. En la misma los estudiantes deberán resolver una situación problemática práctica en donde integren y apliquen los conocimientos aprendidos.

13. Requisitos de aprobación:

El sistema virtual requiere la visualización de todos los materiales obligatorios, y la aprobación con 6 puntos de mínima de todas las evaluaciones.

Evaluación final integradora.

14. Bibliografía:

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *La estrategia del océano azul: Cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Cruz, Camilo F. (1997). *Seis pasos para alcanzar sus objetivos con éxito*. Ciudad de México: Editorial Grijalbo, S.A. de C.V.

Fresco, J. C. *Marketing desde el punto de venta* (2.ª ed. act.). Buenos Aires: Macchi. Año de edición: 1999

Goleman, D., Kaufman, P., & Ray, M. *El espíritu creativo / The Creative Spirit*. Barcelona: B de Bolsillo. Fecha de publicación más reciente: 19 de enero de 2021

Passano, J. C. (s.f.). *El lado "B" de los profesionales del agro*

15. Cupo

Sin cupo máximo

16. Recursos y habilidades necesarias para el cursado, en virtud de las modalidades definidas.

Para la cursada virtual, se requiere teléfonos inteligentes, computadora personal, tabletas y conectividad.

MODELO DE CERTIFICADO

El Campus Norte de la Universidad Nacional de Córdoba

Certifica que (APELLIDO Y NOMBRE COMPLETO)

DNI xxxxxxxxxxxx

ha finalizado el MÓDULO

“ Gestión Comercial para proveedores y profesionales del sector agropecuario”

aprobado por Resolución ...XXXX., con una carga horaria de 30 (treinta) horas reloj,
equivalente a 1,2 crédito académico.

Por tal motivo se certifica el logro de los objetivos de aprendizaje que favorecen el
desarrollo de la/s siguiente/s competencia/s:

Maneja herramientas de gestión comercial, abarcando desde la etapa de preventa hasta
la posventa desde una mirada profesional del sector agropecuario.

Aplica técnicas de prospección de precisión para la captación de nuevos clientes de
forma más eficiente.

Córdoba, ... de de 2025

Firma Directora Académica

Firma Prorrector

