



UNIVERSIDAD
Panamericana



Programa
ESTRATEGIA DE VENTAS B2C/B2B
e Inteligencia Creativa



Información General



8 de octubre de 2024



10 SEMANAS
Online Sincrónico

*Una sesión de dos horas a la semana
(los martes 18:00 a 20:00 hrs)*

Total 40 horas
20 horas de sesiones en vivo
20 horas de prácticas y lecturas en casa



MXN\$38,499



UNIVERSIDAD
Panamericana®

Propósito:

Potenciar las habilidades de Dirección y Ejecución de Ventas comprendiendo a fondo la Inteligencia Creativa y los principales factores estratégicos y biológicos que influyen en la toma de decisiones propias, de los equipos y del cliente.

Dirigido A:

- Directivos en todas las áreas y niveles.
- Ejecutivos en las áreas comerciales y ventas.
- Emprendedores.
- Vendedores.
- Estrategas.
- Profesionales interesados en la creatividad.
- Cualquier persona interesada en comprender la biología del comportamiento humano.

Durante este Programa:



Desarrollarás Estrategias de Ventas B2C y B2B de alto nivel.



Comprenderás y conectarás las fuerzas inconscientes que motivan el comportamiento.



Conocerás las tácticas que utilizan algunas de las empresas más importantes del mundo con casos documentados por Harvard Business School.



Identificarás y correlacionarás los sesgos y condicionamientos biofísicos, genéticos, neurobiológicos y psicológicos.



Identificarás las variables biológicas principales que influyen en la percepción de valor y toma de decisiones.



Optimizarás las prácticas para crear retornos de inversión.



Valor Agregado:

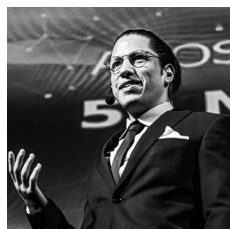
- Aprender con el Método del Caso
- Validar ideas y generar Networking.
- Inmersión a los modelos ©Bio-Inteligencia Estratégica e ©Inteligencia Creativa.



Metodología:

- Sesión Teórico-Estratégica
- Sesión Práctica (Presentación de un Caso por Sesión)

Expertos:



Juan Carlos Chavez

Profesor de Creatividad y Bioeconomía. Director de G8D Group, agencia asesora con importantes cuentas nacionales y transnacionales.

Autor de:

- 1) Bioeconomía e Inteligencia Directiva (2023)
- 2) ©Inteligencia Creativa (2022)
- 3) ©Multi-Ser en Busca de Sentido
¿Por qué deseamos? (2021)
- 4) ©Psico-Marketing (2020)
- 5) Creatividad: el arma más poderosa del Mundo (2019)



Carlos Chavez

Profesor Decano en el IPADE, consultor, conferencista, experto especialista en estrategia y autor de :

- 1) Más de 50 casos académicos
- 2) Bioeconomía e Inteligencia Directiva (2023)

Universidad Panamericana Excelencia académica

- ★ THE - World University Rankings
2da. mejor universidad privada de México
- ★ QSRanking
2da. mejor universidad privada de México



Expertos Invitados:

Dr. José Antonio Lozano Díez - Doctor en Derecho y profesor universitario. Presidente de la Junta de Gobierno de la Universidad Panamericana - IPADE

Rodrigo Riveroll - Director General de Sports World. Ex-director general de Starbucks, Domino's Pizza y Elektra.



Constancia

Al concluir satisfactoriamente el programa, los participantes son reconocidos con una constancia oficial de conclusión de estudios respaldada por la **UNIVERSIDAD PANAMERICANA.**



Learning Path:

1) INTELIGENCIA CREATIVA Y CASO FERRARI

Subtema: Introducción al modelo *Inteligencia Creativa*, condicionamientos filogenéticos en la toma de decisiones y desarrollo de concepto.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de la codificación genética en la toma de decisiones y logre conectarlo con desarrollos de concepto creativos.

Recursos y lectura:
- Caso *Ferrari*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.

2) CONECTA CON EL INCONSCIENTE Y CASO RED BULL

Subtema: Hermenéutica creativa, sistematización psicológica humana y valores sublimados en las ventas.

Objetivo: Que el participante comprenda los procesos psicológicos fundamentales y lo utilice para generar comunicaciones cargadas con valores sublimados.

Recursos y lectura:
- Caso *Red Bull*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

3) VENDE EMOCIONES Y CASO MERCEDES BENZ

Subtema: Neurobiología de las emociones y los detonadores biológicos en las ventas.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de las emociones en la toma de decisiones y lo utilice para resaltar atributos del producto o servicio en las ventas.

Recursos y lectura:
- Caso *Mercedes Benz*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.

4) EL PODER DE UN PROPÓSITO Y CASO STRAVA

Subtema: Condicionamientos Biofísicos y Propósito.

Objetivo: Que el participante comprenda la potencia de un Propósito fuerte y lo defina en la Estrategia de Ventas.

Recursos y lectura:
- Caso *Strava*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.

5) VENTAS NEUROLINGÜÍSTICAS Y CASO PALACIO DE HIERRO

Subtema: Programación Neurolingüística y Segmentación.

Objetivo: Que el participante comprenda los patrones psicológicos de procesamiento, como influyen en la toma de decisiones y cruzarlo con perfiles de segmentación psicográficos.

Recursos y lectura:
- Caso *Palacio de Hierro*, IPADE.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

6) RECONOCIMIENTO Y POSICIONAMIENTO MASIVO Y CASO LIBRERÍAS GANDHI

Subtema: Fenomenología de la memoria y creatividad aplicada.

Objetivo: Que el participante comprenda los condicionamientos neurobiológicos que corresponden a la memoria, identifique la importancia de la repetición y la intensidad emocional y lo aterrice en comunicaciones de venta creativas.

Recursos y lectura:
- Caso *Librerías Gandhi*, IPADE.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.

7) QUÉ ES LA CREATIVIDAD, CÓMO DESARROLLARLA Y CASO PATS

Subtema: Creatividad aplicada y Liderazgo Creativo.

Objetivo: Que el participante comprenda la relevancia de la creatividad y la utilice en tácticas de liderazgo.

Recursos y lectura:
- Caso *Librerías Patriotas de Nueva Inglaterra*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2019) *Creatividad: el arma más poderosa del mundo*.

8) INTELIGENCIA EMOCIONAL EN EQUIPOS COMERCIALES Y CASO PEOPLEFIRST

Subtema: Neurobiología de las emociones y manejo de equipos.

Objetivo: Que el participante identifique la influencia de las emociones para motivar equipos comerciales.

Recursos y lectura:
- Caso *PeopleFirst Inc.*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2020) ©*Psico-Marketing*.
- Chávez, Juan Carlos. (2021) *Multi-Ser*.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

9) CREATIVIDAD APLICADA Y CASO PIXAR & DISNEY ANIMATION

Subtema: Etología y Creatividad aplicada.

Objetivo: Que el participante identifique los conceptos clave de la etología humana y los relacione con esfuerzos de venta y creación de conceptos creativos.

Recursos y lectura:
- Caso *Pixar & Disney Animation*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.
- Chávez, Carlos y Chávez, Juan Carlos. (2023) *Bioeconomía e Inteligencia Estratégica*.

10) LIDERAZGO CREATIVO Y CASO SPACEX

Subtema: Geometría de las virtudes y Liderazgo.

Objetivo: Que el participante identifique la esencia de las virtudes y su papel en las ventas y el Liderazgo.

Recursos y lectura:
- Caso *SpaceX*, Harvard Business Publishing Education.
- Chávez, Juan Carlos. (2022) *Inteligencia Creativa*.

11) SEMINARIO: BIO-INTELIGENCIA ESTRATÉGICA Y DESARROLLO HUMANO

BioInteligencia Estratégica "powered by BioIntelligence & Creativity Institute

- Condicionamientos conductuales genéticos neurobiológicos
- Los fundamentos de la comunicación y el valor
- Tácticas de Posicionamiento
- Estrategia de Comunicación y Campaña Maestra
- Variabes fundamentales de un modelo de negocios

- **Desarrollo Humano "Powered by Wakee**

UNIVERSIDAD

Pana
meri
cana

Programas de
formación ejecutiva

Educación
Continua



UNIVERSIDAD
Panamericana