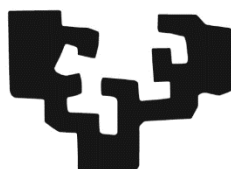


eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

4^a edición. Potenciar las ventas B2B implementando inteligencia artificial

Curso 2026

DIRECCIÓN Y CONTACTO

Maite Ruiz Roqueñi / Jon Charterina Abando/ Unai Tamayo

maite.ruiz@ehu.eus jon.charterina@ehu.eus

unai.tamayo@ehu.eus

946017012/ 946017008/ 946017069

Facultad de Economía y Empresa (Sarriko)

DESCRIPCIÓN

La microcredencial, potenciar las ventas B2B implementando inteligencia artificial, certificará tus conocimientos y habilidades para integrar tecnologías de IA en las estrategias de ventas, optimizando procesos y mejorando resultados. A través de esta formación, aprenderás cómo la IA puede aportar valor a lo largo del proceso de venta, desde la prospección y generación de leads, hasta el cierre de la venta y la fidelización de los clientes.

Formación 100% práctica, con casos reales, mediante ejemplos prácticos implementado IA en procesos de venta. Se verá cómo estas tecnologías pueden aumentar la eficiencia en dichos procesos optimizando su eficacia.

Este curso está dirigido a profesionales de ventas, marketing, así como a directivos que buscan incorporar IA en sus estrategias comerciales. Los participantes adquirirán conocimientos prácticos y técnicas para implementar soluciones de IA en sus organizaciones, mejorando la toma de decisiones y obteniendo una ventaja competitiva.

En el entorno comercial actual, las tecnologías emergentes están transformando radicalmente la manera en que las empresas gestionan sus procesos de ventas. La **Inteligencia Artificial (IA)**, en particular, ha emergido como una herramienta crucial para impulsar la eficiencia, personalización, y resultados en los equipos de ventas. Sin embargo, muchos profesionales de ventas aún no cuentan con la formación necesaria para integrar de manera efectiva estas tecnologías en sus estrategias.

Datos de nuestro entorno reflejan que el 68% de los profesionales de ventas creen que la mayoría de las herramientas que utilizan incluirán capacidades de IA para 2025. Además, más del 70% de los vendedores consideran que la IA les ayuda a ahorrar tiempo y a tomar mejores decisiones a partir de datos que, de otra manera, serían difíciles de analizar.

El impacto de la IA se refleja tanto en diferentes aspectos tales como: la automatización de tareas repetitivas o la personalización de las interacciones con los clientes, entre otras. Los datos actuales estiman que los profesionales de ventas pueden ahorrar hasta dos horas diarias gracias a la automatización de tareas manuales, lo que les permite centrarse en las actividades más críticas de su rol. A nivel empresarial, la IA está presente en sectores clave como la automatización del alcance de clientes, la predicción de tendencias de ventas, la retención de clientes, la personalización de la experiencia del cliente y la mejora de los procesos operativos, contribuyendo directamente a su rentabilidad.

La IA ya no es una tendencia emergente, sino una necesidad competitiva para las organizaciones en múltiples áreas y especialmente en la de ventas, donde la necesidad formativa del personal es necesaria.

Tras la finalización de la formación obtendrás una **certificación de MICROCREDENCIAL UNIVERSITARIA** que:

- Certificará tus habilidades y conocimientos para integrar tecnologías de **IA en las estrategias de ventas B2B**
- Es de carácter **DIGITAL** por valor de **6 ECTS**.
- **Tiene reconocimiento a nivel europeo**.
- Tiene validez de manera independiente, si bien, sus créditos pueden llegar a ser acumulados para facilitar la obtención de titulaciones universitarias.

METODOLOGÍA

La metodología está pensada para que el estudiantado sea el centro del aprendizaje a fin de poder salir con habilidades para aplicar la IA de modo profesional en su día a día en el mundo de las ventas. El formato de clases será híbrido y permite que se pueda compatibilizar una formación actual y práctica con la vida profesional y personal.

Se combinan las siguientes metodologías:

- Clase 100% prácticas en formato presencial y online. Las clases tienen un enfoque práctico y dinámico con ejercicios prácticos y ejemplos para que se ponga en práctica el conocimiento adquirido desde el primer día.
- Tutorización y acompañamiento personalizado durante la impartición de la formación.
- Acceso al networking de las actividades de la Asociación Marketing Alumni, Asociación de Graduados del máster en marketing y ventas de la UPV/EHU.
- Como alumnado de la UPV/EHU contará con los recursos que ofrece la Universidad del País Vasco

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Facultad de Economía y Empresa UPV/EHU (Sarriko).

REQUISITOS DE ACCESO

Para cursar esta microcredencial se recomienda cumplir con al menos uno de los siguientes requisitos:

1. Titulación de grado o equivalente.
2. Experiencia profesional
3. Conocimientos básicos en el uso de herramientas digitales y familiaridad con conceptos de marketing o gestión comercial.

Nota: *No se requieren conocimientos técnicos previos en inteligencia artificial, aunque se valorará positivamente una actitud proactiva hacia el aprendizaje digital y tecnológico.*

TEMARIO

Módulo 1: Introducción y aplicación de la IA en ventas

Este módulo proporciona una visión general de la inteligencia artificial y su impacto en el proceso de ventas. Se explorarán los conceptos básicos de IA, su evolución, y cómo las empresas están utilizándola para mejorar la eficiencia, personalización y conversión en ventas B2B. También se presentarán ejemplos prácticos de aplicaciones actuales.

Módulo 2: Herramientas de IA Generativa más potentes para asistencia en ventas B2B

Se analizarán las herramientas de IA generativa como ChatGPT, Copilot o Anthropic y cómo pueden ser utilizadas para optimizar tareas de ventas. Los participantes aprenderán a manejarlas para crear propuestas de valor.

Módulo 3: Técnicas de prospección cualificada con IA.

En este módulo se abordarán estrategias para identificar prospectos de alto valor usando distintas herramientas que serán asistidas por IA. Los participantes aprenderán a analizar datos de mercado, segmentar clientes potenciales.

Módulo 4: Automatización de procesos en ventas B2B

Se explorarán las soluciones de IA que automatizan tareas repetitivas en ventas, como la gestión de contactos, el seguimiento de leads y el envío de correos personalizados. Los participantes verán herramientas que se integran con los CRM inteligentes.

Módulo 5: Inbound sales. Estrategia de contenidos en LinkedIn asistido por IA

Los participantes aprenderán a usar IA para desarrollar estrategias de contenido inbound en LinkedIn, diseñando publicaciones con los textos, imágenes o videos asistidos por la IA:

Módulo 6: Tecnología para extraer emails y estrategias de cold email con IA.

Este módulo mostrará cómo las herramientas de IA pueden facilitar la extracción de emails de prospectos de manera ética y conforme a regulaciones. Además, se explorará cómo diseñar campañas de cold email efectivas utilizando IA para personalizar mensajes, mejorar tasas de apertura y aumentar las conversiones.

Módulo 7: Asistencia de la IA en negociación y gestión de objeciones.

Se analizará cómo la IA puede ayudar en las etapas críticas de negociación, proporcionando datos, recomendaciones y simulaciones para preparar argumentos sólidos. También se abordará la gestión de objeciones en tiempo real, con ejemplos de cómo responder de manera efectiva a las preocupaciones de los clientes utilizando insights generados por IA.

Módulo 8: IA en benchmarking

En este módulo se aprenderá a usar herramientas de IA para realizar estudios comparativos (benchmarking) que analicen competidores, tendencias de mercado y mejores prácticas en ventas B2B. Los participantes desarrollarán habilidades para identificar oportunidades y diferenciarse en su sector utilizando información basada en datos.

PROFESORADO

Ainhoa Gómez Beltrán

Fundadora de biwott.es y socia fundadora de ISMARK®

Licenciada en Matemáticas por la UPV/EHU. Postgrados en Arquitectura Software (Universidad de Deusto), Aptitud Pedagógica (Universidad Complutense de Madrid) y Dirección de Marketing Digital (Universidad de La Rioja).

Experiencia de 20 años en el mundo digital como desarrolladora y especialista en Marketing Digital e IA.

Consultora y Formadora de redes sociales profesionales. Posicionada como experta en LinkedIn a través de su marca personal (TOP VOICE 2024).

Habitual formadora en Universidades y escuelas de negocios. Actualmente presta servicios de Formación y Consultoría estratégica en LinkedIn e IA a empresas B2B. Transformación Digital de equipos comerciales a través de estrategias de Social Selling e IA.

Álvaro Fierro

Álvaro Fierro es Doctor en Economía por la Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea; ha realizado una estancia de investigación en la Universidad de Leicester (Reino Unido) y su formación académica y profesional está centrada en la Economía Aplicada y la Cultura. En el ámbito profesional, es fundador de la empresa Cultumetria y es Profesor en la Universidad del País Vasco en la Facultad de Economía y Empresa. Asimismo, es profesor visitante en la Universidad Complutense de Madrid.

PRECIO

Precio de matrícula: 420 €

Importe bonificable por FUNDAE, gestión a realizar por las empresas. [Más información](#)

Formación subvencionada por los Fondos Next Generation.