

PROGRAMA DE CURSOS



¿Qué es

Socialmedia Network?

Socialmedia Network es una unión de profesionales, de diferentes áreas, creada para ayudar a las **organizaciones** a ser más competitivas, potenciando el **desarrollo de su capital humano**, las nuevas tecnologías y la adaptación de la **cultura organizacional** a los cambios del entorno, convirtiendo su base de conocimiento en inteligencia colectiva.

Dada la importancia del **factor humano en las organizaciones**, su compromiso y su voluntad de dar todo su talento a las mismas, nuestro objetivo es que ambos trabajen en la misma dirección incrementando así la **competitividad y productividad** de la **organización** y el **desarrollo personal y profesional del factor humano**.

Somos los aliados perfectos para que los miembros de la **organización** se sientan involucrados e identificados con la misma, dando el máximo de sí mismos, y la organización mejore sus beneficios y posicionamiento en su sector.

En **Socialmedia Network** encontrarás profesionales en diferentes áreas.



Índice

Entorno 2.0.

Herramientas 2.0 aplicadas a la búsqueda de empleo.

Herramientas 2.0 y Empresas

Marca Personal 2.0 (online)

SEM / SEO. Posicionamiento en buscadores.

Selección y Reclutamiento 2.0

Management

Motivación de personas y automotivación

Gestión del cambio. Las Transiciones.

Habilidades Directivas

Liderazgo

Dirección y trabajo en equipo

Comunicación Organizacional

Planificación, organización y delegación de tareas

Dirección de reuniones

Gestión de RRHH

Planificación estratégica para PYME

Dirección y Gestión de proyectos

Planificación basada en Enfoque de Marco

Lógico (EML)

Eficacia personal

Orientación Profesional

Comunicación. Cómo hablar en público

Gestión de conflictos

Gestión de estrés

Gestión y planificación del tiempo

El Networking

Formación en habilidades comerciales

Negociación: El jugador de ajedrez

Planificación comercial

Dirección de equipos comerciales

Presentaciones comerciales

Atención al Cliente Vs Técnicas de Venta

Gestión de personas (formación en competencias)

Gestión por competencias

Evaluación del desempeño

Gestión de la intracomunicación o comunicación interna

Taller de extracción de competencias

Gestión por objetivos

Gestión de proyectos

Coaching (formación en coaching)

Introducción al coaching

Coaching para directivos

Tercer Sector

Planificación PGB-Nonprofit (PGB-NPO)

Gestión de voluntariado para ONL

Gestión de proyectos Sociales. Enfoque de Marco Lógico

Postgrados (150 horas)

Gestor de Redes Sociales y Comunidades

Virtuales. Community Manager (Postgrado)

Curso de Especialización en Gestión del Tercer Sector (Postgrado)



Entorno 2.0



Herramientas 2.0 aplicadas a la búsqueda de empleo

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a todas aquellas personas que se encuentren en búsqueda de un empleo o en proceso de intentar cambiar del actual y quieran usar las herramientas 2.0 para ello.</p>	<p>Conocer el Entorno 2.0 y las herramientas que ofrece.</p> <p>Emplear las redes sociales para buscar trabajo: Twitter, Facebook, Tuenti,...</p> <p>Emplear las redes profesionales para buscar trabajo: Linked In, Xing,...</p> <p>Aprender a usar los portales de empleo y los buscadores.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Fuente RSS2. Blogs3. Simuladores.4. Buscadores.5. Redes sociales y redes profesionales.6. ¿Qué herramienta es la más adecuada a mi búsqueda?7. Estrategia en su uso.8. Discriminación Diferenciar el trigo de la paja en las herramientas.

Herramientas 2.0 y Empresas

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Responsables en las empresas de las áreas de marketing, comunicación o RRHH.</p> <p>Profesionales que opten a la figura profesional de Community Manager en cualquier organización.</p>	<p>Analizar la nueva situación de las empresas en el mundo 2.0.</p> <p>Herramientas más habituales de las nuevas formas de comunicación y que pone la red y la importancia del uso correcto de las mismas</p> <p>La importancia de la comunicación 2.0 dentro y fuera de la empresa.</p>	<p>1.Introducción</p> <p>1.1.Qué es la web 2.0 y como afecta a nuestra empresa.</p> <p>1.2.Concepto y tipos de redes sociales.</p> <p>1.3.La empresa en las redes sociales.</p> <p>2 La empresa y el entorno</p> <p>2.1.Nuevos tiempos nuevas herramientas.</p> <p>2.2.El management adaptado a las herramientas 2.0.</p> <p>2.3.Nuevas formas de comunicación.</p> <p>3. Herramientas 2.0</p> <p>3.1.Linkedin: networking para el negocio</p> <p>3.2.XING.</p> <p>3.3.Facebook: reputación digital, comunidad y fidelización del cliente</p> <p>3.4.Twitter: atención al cliente, ofertas y promociones</p> <p>3.5.Ning: crea tu propia red social.</p> <p>4.- Blogs, multimedia y empresa</p> <p>4.1.El Blog, tipos y servicios para la empresa y sus empleados.</p> <p>4.2.La imagen y el vídeo al servicio de la empresa</p> <p>4.3.YouTube, gestión de videos</p> <p>4.4.Flickr, comparte tus imágenes</p> <p>4.5.SlideShare, presentaciones en abierto</p>

Marca Personal 2.0

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a todas aquellas personas que a nivel personal o profesional quieran conseguir visibilidad en Internet, en las Redes Sociales y Herramientas 2.0.</p>	<p>Conocer el Entorno 2.0 y las herramientas que ofrece.</p> <p>Conocer la Marca Personal que posee cada uno.</p> <p>Conseguir vender mejor su propia marca en el entorno 2.0.</p> <p>Estrategias para vender marcas en el 2.0</p>	<p>1.Introducción.</p> <p>1.1.Qué es la web 2.0</p> <p>1.2.Concepto de herramientas y tipos de redes sociales.</p> <p>2.¿Cuál es tu Marca Propia?</p> <p>2.1.Autoanálisis profundo. DAFO.</p> <p>2.2.Análisis de visibilidad Online.</p> <p>2.3.Objetivos de Visibilidad</p> <p>3. Herramientas 2.0</p> <p>3.1.Linkedin: networking para el negocio</p> <p>3.2.XING.</p> <p>3.3.Facebook: reputación digital, comunidad y fidelización del cliente</p> <p>3.4.Twitter: atención al cliente, ofertas y promociones</p> <p>3.5.Ning: crea tu propia red social.</p> <p>4.Plan de Acción</p> <p>4.1.Marcas objetivos.</p> <p>4.2.Marcas acciones.</p> <p>4.3.Seguimiento de las acciones.</p> <p>4.4.Medidas correctoras.</p>

SEM / SEO. Posicionamiento en buscadores

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Para profesionales y particulares que estén interesados en temas de posicionamiento de páginas web en los buscadores de Internet.</p>	<p>Conocer la importancia de estar posicionado en los diferentes buscadores para cualquier persona o empresa.</p> <p>Herramientas y técnicas que ayudan a mejorar el posicionamiento de una web o blog en los buscadores.</p>	<p>1. Por qué aparecer primero, segundo o tercero 1.1. Nadie puede asegurar tu lugar 1.2. Lo importante son los contenidos 1.3. Qué debes saber antes de ser... 1.4. ¿Por dónde empezar?</p> <p>2. Situación actual 2.1. Páginas indexadas 2.2. Enlaces entrantes 2.3. Herramientas para Webmasters</p> <p>3. Factores Internos (on-page) 3.1. Dominio 3.2. Programación 3.3. La cabecera de la página web 3.4. Los Enlaces 3.5. Cabeceras, Negritas, Cursivas, Listados... 3.6. Las imágenes 3.7. Flash 3.8. Los contenidos 3.9. Estructura del sitio 3.10. Mapa del Sitio 3.11. Dirección URL 3.12. robots.txt 3.13. Página no encontrada (Error 404) 3.14. Hosting / Alojamiento Web</p> <p>4. Factores Externos (off-page) 4.1. La fuerza de la IP 4.2. Conseguir enlaces de sitios con autoridad 4.3. Directorios 4.4. Intercambio de Enlaces 4.5. Alquiler de Enlaces 4.6. Notas de Prensa 4.7. Foros 4.8. Páginas Prepagadas 4.9. Comprar Artículos 4.10. Link Baiting 4.11. No Follow</p>

Selección y Reclutamiento 2.0

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a profesionales de RRHH, tanto a nivel de departamentos de RRHH en empresas, como miembros de consultoras especializadas en reclutamiento y selección.</p>	<p>Importancia de las nuevas Herramientas 2.0 como fuente de información para el proceso de reclutamiento y selección.</p> <p>Aprender a discriminar la información obtenida de las herramientas 2.0.</p> <p>Adquirir habilidades y competencias para desarrollar una selección 2.0 eficaz.</p>	<p>1.Un nuevo modelo para encontrar talento.</p> <p>1.1.Los “Candidatos Pasivos”</p> <p>1.2.Los perfiles más demandados en la Red</p> <p>2.Los nuevos objetivos de los profesionales de RRHH</p> <p>2.1.Un nuevo perfil profesional en RRHH</p> <p>2.2.El nuevo HeadHunting</p> <p>2.3.Reclutamiento Y Selección tradicional Vs.un modelo 2.0</p> <p>3.Herramientas disponibles para la búsqueda de talento.</p> <p>3.1.Redes Sociales Profesionales</p> <p>3.2.Redes Sociales Personales</p> <p>4.Los nuevos portales 2.0</p> <p>BuscoJobs.com</p> <p>Infoempleo.com</p> <p>Jobsket.com</p> <p>Quieroempleo.com</p> <p>5.Haciendo reclutamiento y selección 2.0</p> <p>Visibilidad – Dejar que el talento nos encuentre</p>

Management



Motivación de personas y automotivación

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Responsables de equipos de personas dentro de las organizaciones.</p>	<p>Saber motivar a un equipo de personas.</p> <p>Identificar las causas de la desmotivación personal (motivación intrínseca y extrínseca).</p> <p>Conocer las herramientas de automotivación.</p> <p>Desarrollo de las herramientas en un plan de acción personalizado.</p>	<p>1.La Motivación. 1.1.Concepto de motivación. 1.2.Teorías de lo que es la motivación.</p> <p>2.La motivación como generadora de clima laboral. 2.1.Liderazgo, Conducta y Motivación 2.2.Importancia de los incentivos, remunerativos y no remunerativos. 2.3.Consejos para mejorar la motivación laboral.</p> <p>3.Causas de la desmotivación personal: 3.1.Intrínsecas 3.2.Extrínsecas</p> <p>4.Modelo de Establecimiento de Metas 4.1.Requisitos de las metas a conseguir. 4.2.Encargo de tareas. Delegación.</p> <p>5 La equidad en el contexto organizativo 5.1.Justicia remunerativa como medio de motivación. 5.2.Reconocimiento de méritos</p> <p>6. Plan de acción personalizado</p>

Gestión del cambio. Las Transiciones.

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Todas las personas que trabajen en la empresa que deseen potenciar sus capacidades personales y laborales.</p>	<p>Reconocer y aceptar el cambio como mecanismo de aprendizaje que permite la mejora y el crecimiento empresarial y personal.</p> <p>Conocer e identificar los factores que permiten la correcta gestión del cambio.</p> <p>Influir y movilizar a los otros para implantar cambios que ayuden al crecimiento.</p>	<p>1. El rol del cambio</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Nuevos tiempos, nuevas organizaciones 1.2. ¿Por qué cambiar? 1.3. ¿Cuándo cambiar? 1.4. Cambio versus transición 1.5. La organización en el cambio 1.6. Las resistencias al cambio 1.7. ¿Por qué nos negamos al cambio? 1.8. Cómo superar las resistencias <p>2. Implantar el cambio</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. La organización-empresa en cambio 2.2. Cómo planificar, organizar y gestionar los cambios 2.3. La motivación para el cambio 2.4. Gestionar el “descontento constructivo” 2.5. Crear el plan de acción para implantar cambios eficaces <p>3. El cambio dentro del equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1. El papel de la cultura organizacional 3.2. Liderar equipos en un entorno de cambios 3.3. El cambio en los equipos 3.4. El papel del manager en el entorno cambiante 3.5. ¿Cómo ser un buen gestor del cambio?

Habilidades Directivas

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a todo aquel que tenga que dirigir a equipos de personas dentro de las organizaciones.</p>	<p>Saber diferenciar lo que es dirigir de lo que es liderar. Identificar las necesidades de los miembros de las organizaciones como factor clave a la hora de conseguir su compromiso con ellas.</p> <p>Saber motivar al equipo así como darle una identidad propia.</p> <p>Aprender a dirigir personas y no recursos.</p>	<p>1.Liderazgo 1.1.Qué es ser líder. Características. 1.2.El liderazgo como generador de clima laboral y ambiente de trabajo. 1.3.Liderar como sinónimo de generador de altos rendimientos.</p> <p>2.Motivación. 2.1.Satisfacciones y necesidades de los miembros del grupo. 2.2.Cualidades necesarias para una buena motivación del grupo. 2.3.Sistemas de premios y valoraciones de esfuerzo.</p> <p>3.Comunicación. 3.1.Hablar en público y el miedo escénico. 3.2.Los tres significados de las palabras.</p> <p>4.Gestión del Tiempo y Gestión de Equipos. 4.1.Hacer eficiente la gestión del tiempo. 4.2.Hacer rentable la gestión del tiempo. 4.3.Gestión de conflictos y Personalidades conflictivas en los grupos.</p> <p>5.Toma de Decisiones. 5.1.Que tener en cuenta a la hora de decidir. Los pros y los contras. 5.3.Una vez tomada la decisión definitiva, ¿qué?</p> <p>6.Delegar. 6.1.Qué significa delegar. 6.2.Habilidades para delegar.</p>

Liderazgo

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a todo aquel que tenga que dirigir a equipos de personas dentro de las organizaciones.</p>	<p>Saber cuales son las cualidades que no deben faltar a cualquier líder.</p> <p>Saber motivar a su equipo, liderar a un grupo de personas en pos de un mismo objetivo.</p> <p>Saber tomar la elección adecuada pese a estar bajo presión.</p>	<p>1.Liderazgo. 1.1.¿Qué es líder? 1.2.Cualidades de un líder.</p> <p>2.Ambiente laboral. 2.1.Mejorar el rendimiento. 2.2.Entender las cosas que motivan y las que no. 2.3.Diseñar un espacio laboral interesante.</p> <p>3.Comunicación. 3.1.Hablar en público. Superar el miedo escénico. 3.2.Los tres usos de la palabra.</p> <p>4.Gestión del Tiempo. 4.1.Dinamizar reuniones. 4.2.Encauzar reuniones. 4.3.Obtener resultados de las reuniones.</p> <p>5.Gestión de personas. 5.1.Personas difíciles. 5.2.Los conflictos en el equipo. Guía de personas conflictivas.</p> <p>6.Toma de decisiones. 6.1.Cómo empezar. 6.2.Saber evaluar los pros y los contras. 6.3.La elección final.</p> <p>7.Delegar Tareas. 7.1.Significado de delegar. 7.2.Repartir responsabilidades. 7.3.Habilidades para delegar.</p>

Dirección y trabajo en equipo

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a todo aquel que tenga que dirigir a equipos de personas dentro de las organizaciones.</p>	<p>Saber cuales son las cualidades que no deben faltar a cualquier líder.</p> <p>Saber motivar a su equipo, liderar a un grupo de personas en pos de un mismo objetivo.</p> <p>Saber con que perfiles profesionales cuenta en su equipo y como explotar estos roles.</p>	<p>1.Equipo. 1.1.Definición de equipo. 1.2.Definición formal de grupo. 1.3.Conciencia de equipo, ¿qué es necesario?.</p> <p>2.Ambiente laboral. 2.1.Mejorar el rendimiento. 2.2.Entender las cosas que motivan y las que no. 2.3.Diseñar un espacio laboral interesante.</p> <p>3.Liderazgo. 3.1.¿Líder o jefe?. 3.2.La búsqueda continua del consenso. 3.3.Resolución de conflictos.</p> <p>4.Roles dentro del equipo. 4.1.Los roles de Belbin. 4.2.Tipos de roles. 4.3.Características laborales de los individuos (Master Person Analyze)</p> <p>5.El Entorno. 5.1.Los equipos y su entorno. 5.2.Tipos de entorno. 5.3.Adaptación a los cambios.</p>

Comunicación Organizacional

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a todo aquel que tenga que dirigir a equipos de personas dentro de las organizaciones.</p>	<p>Hacer hincapié en la importancia de la comunicación como factor clave en toda empresa.</p> <p>Aprender a discernir lo útil de lo superfluo. Filtros en la información.</p> <p>Superar barreras en el proceso comunicativo.</p> <p>Como organizar los sistemas de comunicación dentro de las organizaciones.</p>	<p>1. Introducción al curso</p> <p>1.1.La comunicación como proceso.</p> <p>1.2.La comunicación interpersonal, la comunicación interna, la comunicación externa, la comunicación organizacional. Sus rasgos comunes y diferencias.</p> <p>2. La comunicación interpersonal</p> <p>2.1.Comunicación eficaz: Los filtros perceptivos. Técnicas de Análisis de los comportamientos Verbales. La escucha activa. Utilidad y reglas del Feedback. La empatía.</p> <p>2.2.Comunicación no verbal. La asertividad. Comunicación escrita.</p> <p>2.3.Presentaciones públicas eficaces: La preparación: para qué, a quién, sobre qué y con qué medios. El diseño: la introducción, el cuerpo, la conclusión. Reglas de oro para una buena actuación. El ensayo. La actuación: control de nervios, control de la expresión verbal y no verbal, control del tiempo. 10 reglas de oro para una buena actuación.</p> <p>3. Marco teórico-conceptual del proceso de Comunicación Organizacional</p> <p>3.1.Tipos de comunicación organizacional.</p> <p>3.2La comunicación horizontal. Comunicación descendente. Comunicación ascendente.</p> <p>3.3.Comunicación informal.</p> <p>3.4.El manejo de la crítica y el manejo del reconocimiento.</p> <p>3.5.Los objetivos estratégicos en la comunicación organizacional.</p> <p>4. La Comunicación organizacional en empresas del sector X</p> <p>4.1.Personas y grupos encargados de la Comunicación Organizacional en la empresa: Misión, Visión, objetivos de trabajo.</p> <p>4.2.Habilidades prácticas de los encargados de la Comunicación Organizacional en estas empresas.</p>

Planificación, organización y delegación de tareas

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a todo aquel interesado en la planificación de las tareas a realizar, tanto él como su posible equipo y gestionar la realización de las mismas.</p> <p>Todas las personas de la organización que deseen obtener el mejor rendimiento de su tiempo. Mandos que quieran optimizar el rendimiento de sus equipos.</p>	<p>Identificar los puntos fuertes y puntos débiles de nuestra acción cotidiana.</p> <p>Aprender a planificarse y organizarse y a distribuir y controlar el trabajo de los colaboradores.</p> <p>Conocer como optimizar el tiempo de trabajo de los colaboradores.</p> <p>Utilizar la delegación de forma adecuada.</p>	<p>1. Funciones del mando</p> <p>1.1.Responsabilidades</p> <p>1.2.Actitud reactiva y actitud proactiva</p> <p>1.3.El cuadrante del tiempo. Lo importante y lo urgente</p> <p>2. Las leyes del tiempo</p> <p>2.1.Ley de las tareas largas</p> <p>2.2.Ley de la dilatación universal</p> <p>2.3.Ley de Pareto</p> <p>2.4.Ley de las interrupciones</p> <p>2.5.Ley del valor de las actividades</p> <p>3. Herramientas de afrontamiento y mejora</p> <p>3.1.Poner primero lo primero</p> <p>3.2.Comenzar con un fin en mente</p> <p>3.3.El desgaste: la lucha diaria. Conocerlo para combatirlo</p> <p>3.4.Ladrones del tiempo: internos y externos. Cómo evitarlos</p> <p>3.5.Planificación de acciones de mejora.</p> <p>3.6.Cómo trasladar la planificación al resto del equipo</p> <p>4 Modelo de características del puesto de trabajo</p> <p>4.1.Estados psicológicos críticos</p> <p>4.2.Dimensiones básicas del puesto de trabajo</p> <p>4.3.Principios de implantación</p>

Dirección de Reuniones

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Profesionales que desarrollen frecuentemente la convocatoria a reuniones, su dirección y coordinación.</p>	<p>Aprender a planificar y desarrollar reuniones de forma eficaz, controlando los elementos claves.</p> <p>Desarrollar habilidades de comunicación y dinamizar reuniones.</p> <p>Saber cómo motivar, aplicar las técnicas y recursos necesarios para conseguir los objetivos propuestos en la reunión.</p>	<p>1. Planificación previa</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Planificación y organización de reuniones 1.2. Cómo establecer los objetivos 1.3. Tipos de reunión 1.4. Preparación previa a la reunión 1.5. Comunicación y convocatoria. Quiénes, por qué medios, finalidad y plazos de tiempo <p>2. Fases dentro de la reunión</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Crear el clima adecuado para el encuentro 2.2. Normas de conducta para las reuniones: antes, durante y después 2.3. Técnicas de comunicación 2.4. Estilos de dirección de reuniones 2.5. Gestionar cambios e inconvenientes 2.6. Técnicas y recursos audiovisuales recomendados 2.7. Los errores más frecuentes que hay que evitar <p>3. Herramientas para la gestión eficaz</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Tratar las objeciones explícitas y latentes 3.2. Qué se debe esperar de la empresa/organización y del grupo de colaboradores 3.3. El trabajo en equipo. Distribución de tareas 3.4. Cómo motivar para alcanzar los objetivos

Gestión de RRHH

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, ejecutivos, mandos medios y profesionales autónomos.</p>	<p>Analizar la nueva situación de la gestión de recursos humanos en el mundo 2.0.</p> <p>Identificar las necesidades de los miembros de las organizaciones como factor clave a la hora de conseguir su compromiso con ellas.</p> <p>Saber motivar al equipo así como darle una identidad propia.</p> <p>Aprender a dirigir personas y no recursos.</p>	<p>1. Selección</p> <p>1.1. Como atraer el nuevo talento..</p> <p>1.2. Utilizar la red para conseguir candidatos valiosos sin esperar a que nos encuentren.</p> <p>1.4. Principales herramientas.</p> <p>1.3. Elaboración e integración de los perfiles profesionales.</p> <p>1.3. Entrevistas por competencias.</p> <p>2. Acogida de los nuevos empleados</p> <p>2.1. Nuevo modelo de manuales de bienvenida desde la interacción, usando wikis y blogs de empresa.</p> <p>2.2. Adaptarnos a las necesidades de cada empleado con planes personalizados.</p> <p>2.3. Seguimiento y evaluación conjunta de la acogida.</p> <p>3. Planes de carrera</p> <p>3.1. Cómo introducir un plan de carrera acorde a cada tipo de puesto en función de las personas.</p> <p>3.2. Fases.</p> <p>3.3. Gestión de los conflictos.</p> <p>3.4. Evaluación.</p> <p>4. Desarrollo del talento</p> <p>4.1. Cómo incentivar el desarrollo de las personas.</p> <p>4.2. Técnicas para retener a los trabajadores</p> <p>4.3. Generar motivación y compromiso</p> <p>5. Comunicación en habilidades</p> <p>5.1. Cómo delegar correctamente.</p> <p>5.2. Gestión del tiempo.</p> <p>5.3. Reuniones eficientes y eficaces.</p> <p>5.4. Medir el clima laboral.</p> <p>6. Sistemas de retribución flexible</p> <p>6.1. Cómo integrarlo correctamente.</p> <p>6.2. Qué medidas o beneficios aplicar en la organización.</p>

Planificación estratégica para PYME

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Dirigido a profesionales con un creciente nivel de responsabilidad en la dirección de empresas y en el diseño de nuevas líneas de actividad empresarial.</p>	<p>El objetivo del curso es conocer la metodología de la Dirección Estratégica desde un enfoque integral, siendo capaces de integrarla en su organización, comprendiendo su papel como creador de valor y herramienta fundamental para la Dirección.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. CONCEPTOS BÁSICOS: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA 2. LA CREACIÓN DE VALOR EN LAS COMPAÑÍAS 3. ANÁLISIS DE SECTORES 4. RECURSOS Y CAPACIDADES 5. LA VENTAJA COMPETITIVA. FUENTES Y ESTRATEGIAS GENÉRICAS 6. ESTRATEGIA DE LA CORPORACIÓN 7. LA COMPETENCIA EN MERCADOS MADUROS 8. LOS MERCADOS BASADOS EN TECNOLOGÍA 9. NUEVAS TENDENCIAS EN EL DESARROLLO ESTRATÉGICO

Dirección y Gestión de proyectos.

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Profesionales cuyo cargo implique actividades de responsabilidad en proyectos y requieran de una <i>formación integral</i>, en conceptos básicos propios de la gestión de proyectos, técnicas, y herramientas asociadas así como en otros conocimientos complementarios para una gestión más efectiva</p>	<p>Ofrecer las pautas básicas de planificación y organización para asegurar el éxito del proyecto, conociendo y gestionando los riesgos inherentes a los proyectos</p> <p>Realizar un diagnóstico del modo actual de gestionar proyectos determinando sus puntos fuertes y débiles, así como las oportunidades de mejora en el proceso-proyecto.</p> <p>Determinar cuáles deben ser las técnicas y herramientas de gestión de proyectos a aplicar en cada caso, con el fin de lograr una mayor eficacia y eficiencia en la gestión de los mismos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Que es un proyecto? 2. Características de un proyecto 3. Que es la gestión de proyectos? 4. El ciclo de vida del proyecto 5. Informe preliminar 6. Estructura básica 7. Los procesos 8.9 áreas de conocimiento 9.5 procesos de grupo 10. Elementos clave en el éxito en la dirección de proyectos 11. Caso práctico: El ciclo de un proyecto

Planificación basada en Enfoque de Marco Lógico (EML).

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Responsables que deseen planificar proyectos conforme a la metodología de Enfoque de Marco Lógico.</p>	<p>Conocer las herramientas básicas de formulación de proyectos utilizadas por la Unión Europea y la mayor parte de las administraciones públicas.</p> <p>Conocer la forma de identificar y formular un proyecto empleando el Enfoque del Marco Lógico.</p>	<p>1.Elementos y características generales del EML</p> <p>2.Fase de identificación de un proyecto según el EML</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de beneficiarios y afectados • Análisis de problemas • Análisis de objetivos • Análisis de alternativas <p>3.Fase de formulación de un proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> • La matriz de planificación • Objetivo general y específico • Resultados y actividades • Factores externos e hipótesis • Indicadores objetivamente verificables y fuentes de verificación <p>4.Cronograma</p> <p>5.Recursos y presupuesto</p> <p>6.Matriz de planificación</p> <p>7.Factores de viabilidad</p>

Eficacia Personal



Orientación Profesional

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Cualquier persona interesada en la búsqueda de empleo o en outplacement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Identificar las claves para poder mejorar la empleabilidad. -Aprender a concretar nuestros objetivos profesionales. -Saber sacar partido a nuestro perfil y enfocarnos en los puntos clave. -Adaptarse a las necesidades de cada profesional para marcarle un itinerario específico acorde a sus necesidades. -Conocer las diversas herramientas y recursos heterogéneos que existen en la búsqueda de empleo y como sacarles partido. -Saber localizar ofertas. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Objetivos laborales <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Que quiero, que busco y que ofrezco. 1.2. Análisis dafo. 1.3. Plan de acción. 2. Motivación. <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Asimilación de la nueva situación. 2.2. Adaptación al cambio y como dejar atrás los miedos existentes. 2.3. Pautas de automotivación 3. Mercado laboral. <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Sectores profesionales en auge. 3.2. Salidas laborales para cada perfil profesional. 4. Perfil profesional <ul style="list-style-type: none"> 4.1. Como enfocar y adaptar el currículum. 4.2. Utilidad de la carta de presentación. 4.3. Personalización del perfil. 5. Recursos de empleo. <ul style="list-style-type: none"> 5.1. Análisis y enfoque de todas las herramientas de búsqueda (prensa, bolsas de empleo, portales de empleo, Internet, consultoras de selección, empresas de trabajo temporal, red de contactos, redes profesionales, etc). 5.2. Los pros y los contras de todas ellas 5.3. Como utilizarlas. 6. Planificación y organización. <ul style="list-style-type: none"> 6.1. Estrategia en la búsqueda. 6.2. Plan de acción globalizado. 6.3. Seguimiento y evaluación 7. Entrevista de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> 7.1. Cómo enfocar las entrevistas. 7.2. Preguntas habituales. 7.3. Preparación, análisis e investigación del proceso.

Comunicación. Cómo hablar en Público.

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, comerciales, y todos aquellos profesionales que trabajen ante el público y que deseen ampliar su capacidad de comunicación y también eliminar o superar sus limitaciones y el miedo escénico.</p>	<p>Saber persuadir en la comunicación.</p> <p>Saber superar el miedo escénico.</p> <p>Conocernos como comunicadores.</p> <p>Conocer las fases de la persuasión.</p> <p>Escoger la metodología más adecuada para los objetivos que pretendemos.</p> <p>Saber preparar una presentación persuasiva.</p> <p>Organizar el desarrollo de presentación: timing.</p> <p>Iniciarse en herramientas de animación a la participación.</p> <p>Cómo cuidar la forma: autocontrol y plan de acción personalizado.</p>	<p>1. Introducción</p> <p>1.1. Conceptos esenciales de comunicación y PNL.</p> <p>1.2. Evitar la ansiedad</p> <p>2. Fases de la persuasión en la comunicación</p> <p>2.1. Acoger</p> <p>2.2. Presentar</p> <p>2.3. Interesarnos</p> <p>2.4. Interesar</p> <p>2.5. Cerrar</p> <p>3. Presentación</p> <p>3.1. Expresividad</p> <p>3.1.1. <i>La voz y el tono de voz</i></p> <p>3.1.2. <i>El lenguaje corporal. Facilitadores e impedimentos</i></p> <p>3.2. Estructuración</p> <p>3.2.1. <i>Despertar el interés desde el primer momento</i></p> <p>3.2.2. <i>Tipos de contenidos. Esenciales, complementarios y posibles</i></p> <p>3.2.3. <i>Plan de desarrollo. Introducción, desarrollo y conclusión</i></p> <p>3.3. <i>Peligros de un mal guión</i></p> <p>3.4. <i>Esquema SOL</i></p> <p>3.5. Comunicación</p> <p>3.5.1. <i>Técnicas de pnl para comunicar</i></p> <p>3.5.2. <i>Sistemas representacionales. Calibrar canales. Tipos de canales</i></p> <p>3.5.3. <i>Sincronización y rapport</i></p> <p>3.5.4. <i>Que decimos y como lo decimos: racionalidad y emocionalidad</i></p> <p>3.5.5. <i>Objeciones. Como responder y tratar las preguntas</i></p> <p>3.6. Actitud</p> <p>3.6.1. <i>Tipos de comunicación. Asertiva, pasiva y agresiva</i></p> <p>3.6.2. <i>Análisis transaccional</i></p> <p>4. Medios pedagógicos</p> <p>Cañón de proyecciones, Pizarra, Diapositivas, Otros recursos materiales</p> <p>5. La escena</p>

Gestión de conflictos

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, ejecutivos, mandos medios, profesionales autónomos, profesionales de los recursos humanos y líderes de equipos en general.</p>	<p>Reconocer las dimensiones y el impacto de los conflictos en las organizaciones, saber diagnosticar el conflicto y prescribir intervenciones.</p> <p>Manejar con diplomacia y tacto las situaciones de tensión y a las personas implicadas en ellas.</p> <p>Identificar, y cuando es conveniente sacar a la luz los conflictos del grupo, esforzándose por resolverlos y evitando la escalada de tensión.</p> <p>Elaborar soluciones donde todas las partes puedan salir ganando.</p>	<p>1. Características del conflicto</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.El conflicto como oportunidad para la mejora 1.2. Identificar las razones que generan conflicto en las diversas situaciones 1.3.Saber optimizar el conflicto. Cómo sacarle provecho 1.4.Evolución y alcance del conflicto 1.5.Reconocer los indicadores y fuentes de conflicto <p>2. Abordaje y diagnóstico del conflicto</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1.Saber abordar cada conflicto y valorar las diferentes posibilidades según la importancia y/o urgencia del mismo 2.2.La inteligencia emocional y sus estrategias de mediación 2.3.Cómo desarrollar la actitud ganar-ganar 2.4.Habilidades comunicativas <p>3. Herramientas para la mediación</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1.Entrenamiento en asertividad, centrado en cambio actitudinal 3.2.Generar un clima de confianza para lograr la escucha activa 3.3.Feedback en el marco de la crisis 3.4.Prácticas para desarrollar los puntos expuestos

Gestión de estrés

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, ejecutivos, autónomos y todas las personas que deseen gestionar su tensión y cargas laborales de una manera adaptativa.</p>	<p>Entender el proceso de estrés en nuestro cuerpo, su incidencia en el comportamiento y en el trabajo.</p> <p>Saber gestionar los estresores de manera operativa y ponerlos a nuestro servicio aprovechando su parte positiva.</p> <p>Conocer las principales técnicas de autocontrol emocional y de contención para nuestros colaboradores y clientes.</p> <p>Saber mediar en una situación de pérdida de control.</p> <p>Poseer mayor autocontrol para optimizar su trabajo y poder transmitir acciones de mejora al resto del equipo.</p>	<p>1. Entender el estrés</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el estrés? Conocer su proceso • El estrés como respuesta adaptativa • Los estresores principales y sus consecuencias en nuestro cuerpo • Tipos de respuestas. Eustrés versus distrés • Estrés positivo o eustrés • Estrés negativo o distrés <p>2. Gestión del estrés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción e interpretación de la realidad. Competencias • La organización "estresada" • Expresar la respuesta de manera adaptativa • Gestión y planificación del tiempo • Estrategias de afrontamiento según el diagnóstico de la situación • Autodiagnóstico y plan de mejora <p>3. Herramientas de afrontamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principales hábitos que debemos poner en práctica • Ejercicios de respiración • Ejercicios de relajación muscular • Meditación y visualización. Motivación y concentración • Plan de acción individualizado

Gestión y Planificación del Tiempo

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Todas las personas de la organización que deseen obtener el mejor rendimiento de su tiempo. Mandos que quieran optimizar el rendimiento de sus equipos.</p>	<p>Adquirir las herramientas clave de la planificación personal y ponerlas en práctica.</p> <p>Saber combatir los ladrones del tiempo.</p> <p>Aprender a planificar en función de la importancia como forma de luchar por la eficacia constante.</p>	<p>1. Planificación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribución actual e ideal del tiempo-tarea • Cómo asignar un tiempo a las actividades • Programar en función de los objetivos propuestos • Actitud reactiva o proactiva. La brújula o el reloj • El cuadrante del tiempo como herramienta de planificación. <p>2. Las leyes del tiempo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley de las tareas largas • Ley de la dilatación universal • Ley de Pareto • Ley de las interrupciones • Ley del valor de las actividades <p>3. Herramientas de afrontamiento y mejora</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poner primero lo primero • Comenzar con un fin en mente • El desgaste: la lucha diaria. Conocerlo para combatirlo • Ladrones del tiempo: internos y externos. Cómo evitarlos • Planificación de acciones de mejora • Cómo trasladar la planificación al resto del equipo

El Networking

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Destinado a cualquier persona que quiera establecer una red de contactos.</p>	<p>Aprender a sacar partido a los contactos.</p> <p>Cultivar la estrategia a seguir en el networking.</p> <p>Conocer y practicar una de las herramientas de búsqueda de empleo más efectiva en la actualidad.</p> <p>Desmitificar miedos y tabas inadecuados sobre los contactos.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Qué es el networking? Objetivos a conseguir.2. ¿Cómo trabajar la red de contactos? Estrategia a seguir.3. Técnicas del networking.4. Protocolo de actuación.5. Los amigos y los enemigos del networking.6. El networking en la red.7. Seguimiento y evaluación

Formación en habilidades comerciales



Negociación: El jugador de ajedrez

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, ejecutivos, mandos intermedios y profesionales autónomos, y todo aquel profesional que quiera conocer estrategias de negociación para mejorar su faceta comercial.</p>	<p>Recordar la estructura de Venta y Negociación.</p> <p>Identificar las diferencias entre Estrategias y Tácticas.</p> <p>Conocer cómo diseñar una estrategia.</p> <p>Identificar las diferentes Tácticas.</p> <p>Llevarlo a la práctica.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación de la negociación 2. Cómo cambian las personas 3. Fase de Contacto / Legitimación 4. Detección de necesidades 5. Argumentación con beneficios 6. Predisposición al beneficio 7. Definición de universos negociadores 8. Estrategias 9. Tácticas de negociación 10. Posicionamiento 11. Cesiones y contrapartidas 12. Cierre de negociaciones

Planificación comercial

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directores comerciales, jefes de oficinas bancarias, seguros, mútuas, con responsabilidad en la planificación comercial de su equipo.</p>	<p>Conocer la realidad comercial de nuestro entorno.</p> <p>Conocer cómo planificar de forma óptima a un equipo comercial.</p> <p>Identificar las oportunidades comerciales.</p> <p>Desarrollar un plan de acción comercial en el tiempo.</p>	<p>1. Dimensiones de la función comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de acciones • Calidad de las acciones • Dirección del esfuerzo <p>2. El tamaño del equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamaño ideal • Gestión de diferentes equipos <p>3. Objetivos y Responsabilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de objetivos SMART • Asignación de objetivos mediante la regla del 80/20 <p>4. Planificación semanal, trimestral y anual</p> <p>5. Utilización de métodos Cuantitativos y Cualitativos de información</p> <p>6. Utilización del DAFO</p> <p>7. Estudio de Casos</p> <p>8. Elaboración de un PAC (Plan de Acción comercial) utilizando personas y recursos</p>

Dirección de equipos comerciales

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, ejecutivos, responsables del departamento de ventas, mandos intermedios y profesionales autónomos.</p>	<p>Identificar las diferencias entre el trabajo en grupo y trabajo en equipo.</p> <p>Conocer las bases del management de personas y equipos.</p> <p>Saber motivar a un equipo de trabajo y comunicarse con el equipo en situaciones complicadas.</p> <p>Aprender a gestionar los conflictos entre personas.</p> <p>Potenciar las habilidades individuales y canalizar las sinergias para conseguir un equipo más efectivo.</p>	<p>1. El equipo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipo y grupo. Diferencias • Condiciones para un equipo • Fases en la constitución y desempeño del equipo • Orientación a las relaciones y orientación al rendimiento. Diferentes estilos. Blake Mouton • Hacia la integración de valores y creencias, experiencias y actitudes <p>2. Proceso de Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de comunicación • Esquema de la comunicación • Los principios de la PNL • Calibrar y sincronizar canales <p>3. Transacciones y estilos comunicativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios del análisis transaccional • Los estados del Yo • Los juegos psicológicos y el triángulo dramático • Estilos comunicativos: asertividad, agresividad y pasividad • Actitud asertiva y técnicas asertivas <p>4. Motivación de equipos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pirámide de Maslow • Teoría de Herzberg • Teoría de la fijación de metas • Modelo de características del puesto • El plan para la acción <p>5. Planificación de equipos comerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizarse a uno mismo • Priorización de tareas • Definición de funciones • Método para la planificación

Presentaciones comerciales

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Profesionales de venta, mandos medios, profesionales autónomos y miembros de departamentos comerciales.</p>	<p>Aprender a preparar una presentación de una manera eficaz para producir los resultados deseados.</p> <p>Conocer cuáles son los recursos básicos necesarios para hacer presentaciones convincentes.</p> <p>Interiorizar el uso de las herramientas claves que permiten realizar las presentaciones comerciales más exitosas.</p>	<p>1. La estructura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo se estructura una presentación eficaz • Importancia de una buena introducción • Problema. La importancia de introducir un cambio • Posibilidades • Propuesta • Sumario <p>2. Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tu audiencia • Tu producto o servicio • La historia compartida • Las cifras de apoyo <p>3. Comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los estados del Yo • Algunos estilos típicos • Uso y adecuación del lenguaje • Conocer su propio estilo • Transacciones • Entrenamiento <p>4. Presentación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de medios audiovisuales • Controlar las cinco categorías de problemas • Hablar en público. Lo que un buen orador debe saber • Gestión de las emociones • Cómo desarrollar su autonomía <p>5. Herramientas para persuadir con nuestros argumentos</p> <ul style="list-style-type: none"> • El enfoque de la presentación • Habilidades de contacto • Detección de necesidades • Argumentación eficaz • Tratamiento de objeciones • Dinámicas para las preguntas

Atención al Cliente Vs Técnicas de Venta

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Personas que tengan que tratar y atender diariamente a clientes.</p>	<p>Definir el esquema de atención al cliente contemplando el universo de objeciones.</p> <p>Establecer un marco de escucha activa.</p> <p>Conocer los principios de argumentación y cierre. Identificar cómo tratar las objeciones.</p> <p>Mostrar y desarrollar habilidades en las diferentes situaciones de atención al cliente.</p>	<p>1. Fases de atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acoger, interesarse, interesar, cierre <p>2. Conocer el proceso de la comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas asertivas de comunicación • Aprender a argumentar en términos de asertividad • Desarrollar una excelente relación mediante técnicas de PNL <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Sistemas representacionales. Calibrar canales. Tipos de canales</i> 2. <i>Como crear rapport. Sincronización</i> <p>3. Tipos de clientes y necesidades de los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer principios para mediar ante los clientes • Desarrollar habilidades interpersonales para mediar de forma eficiente • Establecer acuerdos satisfactorios para la organización y los interlocutores que potencien la relación entre ambas partes • Identificar fuentes de conflicto <p>4. Prácticas en sala para interiorizar los puntos expuestos y establecer planes de mejora individualizada</p>

Gestión de personas (formación en competencias)



Gestión por Competencias

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directores de recursos humanos, responsables de desarrollo de recursos humanos y responsables interesados en la aplicación de estos modelos.</p>	<p>Tener una visión clara de los conceptos que conforman un modelo de gestión por competencias.</p> <p>Conocer las ventajas e inconvenientes de un modelo de gestión por competencias.</p> <p>Conocer qué son las competencias que tienen las personas y que predisponen para desempeñar funciones en un contexto profesional determinado.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición <ul style="list-style-type: none"> • Por qué una gestión basada en competencias 2. Tipos de competencias <ul style="list-style-type: none"> • Estratégicas, Genéricas y Técnicas • Definir el diccionario de competencias • Descripción y niveles de cada competencia 3. Sistema de selección basado en competencias <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de competencias de distintas ocupaciones 4. Sistema de evaluación basado en competencias <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de cuestionario de evaluación • Entrevista de evaluación 5. Sistema de formación basado en competencias <ul style="list-style-type: none"> • Detección de necesidades • Plan de formación 6. Sistema de retribución basado en competencias

Evolución del desempeño

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos y responsables de recursos humanos, mandos superiores y medios que tienen que evaluar personas.</p>	<p>Tener una visión global de la evaluación de las personas en la empresa. Conocer cómo se diseña una evaluación del desempeño.</p> <p>Conocer la finalidad y los beneficios esperados de la evaluación de desempeño. Conocer cómo realizar una entrevista de evaluación.</p> <p>Conocer qué comportamientos son requeridos para llevar a cabo una entrevista de evaluación. Saber llevar a cabo una entrevista con las personas implicadas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la evaluación del desempeño 2. La evaluación del desempeño: Definición e implicaciones <ul style="list-style-type: none"> • Qué es lo que evaluamos • Cuándo y cómo evaluamos • Tipos de cuestionarios de evaluación • Los criterios de evaluación por competencias 3. ¿Para qué sirve un sistema de evaluación? <ul style="list-style-type: none"> • La evaluación de las personas en la empresa. Finalidad y utilidad • Identificación de individuos de alto desempeño y potencial • Detección de necesidades de formación por parte del evaluado • Orientación para el plan de carrera 4. Comportamientos clásicos de los evaluados <ul style="list-style-type: none"> • Conocernos como evaluadores y patrones de conducta de los evaluados 5. La entrevista de evaluación <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de preparar y conducir la entrevista de evaluación • Factores clave de una entrevista • Proceso de entrevista de evaluación 6. La comunicación• <ul style="list-style-type: none"> Estilo agresivo de comunicación• Estilo pasivo de comunicación • Estilo asertivo de comunicación

Gestión de la intracomunicación o comunicación interna

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Personas que gestionan la comunicación interna en la organización.</p>	<p>Aprender identificar los públicos objetivos de nuestra organización.</p> <p>Conocer los diferentes medios de los que dispone una organización para comunicarse con los usuarios.</p> <p>Aprender a seleccionar los medios adecuados para cada uno de nuestros públicos objetivos.</p> <p>Aprender a gestionar la comunicación interna de nuestra organización.</p> <p>Aprender a elaborar un plan de comunicación interna que contemple medios y públicos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la Comunicación Interna 2. Elementos básicos del proceso comunicativo 3. Comunicación Formal vs Comunicación Informal 4. La ley natural en el proceso comunicativo <ul style="list-style-type: none"> • Bases de la ley natural • Aplicación al proceso comunicativo 5. Medios disponibles 6. Alcance de los medios públicos en la CI en la organización <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas para su identificación • Selección y priorización de los públicos • Dinamización de los públicos 7. Elaboración de planes de comunicación

Taller de extracción de competencias

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Profesionales que necesitan evaluar a personas y sus competencias, y que requieren conocer qué tipos de competencias existen en su organización, en función de aptitudes, actitudes y motivación, de cada una.</p>	<p>Establecer un modelo o patrón de perfil de competencias para diferentes puestos de trabajo.</p> <p>Desarrollar las herramientas y técnicas destinadas a la evaluación de competencias.</p> <p>Preparar el informe de competencias.</p>	<p>1. Definición</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por qué una gestión basada en competencias <p>2. Tipos de competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estratégicas, Genéricas y Técnicas • Definir el diccionario de competencias. Descripción y niveles de cada competencia <p>3. Extracción de las competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las Competencias en nuestra organización • Competencias Clave para las personas en nuestra organización • Competencias Clave comité de Dirección en nuestra organización • Competencias Clave para las Áreas <p>4. Perfil de competencias de puestos y/o roles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de áreas de resultados • Determinación de indicadores de situaciones críticas • Conductas generales y específicas exitosas • Establecimiento de los requerimientos objetivos, generales y específicos, para el desempeño excelente.

Gestión por objetivos

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, mandos superiores y medios que suelen trabajar por objetivos.</p>	<p>Identificar los mecanismos de medida de la visión y la estrategia de la Organización, a partir del análisis de los datos y del seguimiento de los mismos.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Introducción a la gestión por objetivos2. Introducción al Cuadro de mando Integral (BSC)3. El despliegue de la estrategia4. La construcción del Cuadro de Mando5. Selección de objetivos / indicadores6. Consejos prácticos para el diseño del Cuadro de Mando7. Relación Modelo EFQM/BSC

Gestión de proyectos

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Profesionales que dirigen o pueden llegar a dirigir proyectos.</p>	<p>Explicar las técnicas necesarias para poder asumir de una forma eficaz la gestión de proyectos, exponiéndose herramientas y técnicas que permitirán al jefe de proyecto mejorar la forma en que dirige y organiza los recursos necesarios para cumplir con el objetivo del proyecto, en tiempo, coste y calidad.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Introducción a la dirección de proyectos2. Modelos de gestión3. La gestión por proyectos4. Metodología de gestión de proyectos5. Herramientas de calidad6. Papeles y responsabilidades en la gestión de proyectos

Coaching

(formación en coaching)



Introducción al Coaching

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, jefe de equipos y mandos que quieran mejorar y desarrollar a su equipo.</p>	<p>Conocer cómo se pueden utilizar las habilidades estratégicas del coaching para el liderazgo empresarial.</p> <p>Motivar para lograr cambios profundos en la organización, apostando por el desarrollo de las personas.</p>	<p>1. Introducción al coaching</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el coaching? Definición • Coaching comparado • Coaching, mentoring y tutoría • Los múltiples beneficios del coaching • El gerente como coach • La naturaleza del cambio • Cambio y liderazgo • El desarrollo de un equipo • Coaching aplicado a los equipos • Las organizaciones que aprenden <p>2. El coaching de equipos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relación entre liderazgo y coaching • De jefe a coach • Liderazgo personal como condición para liderar a los demás • Proceso de entrenamiento y sus etapas • Cómo desarrollar un equipo en base a competencias • El equipo de alto rendimiento • La dinámica y funcionamiento grupal <p>3. Herramientas de evolución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cómo estructurar una sesión de coaching. Qué hacer y qué no • Herramientas de diagnóstico y herramientas de evolución • La base del liderazgo personal • Preguntas efectivas • Secuencia de preguntas • Establecer metas • Realidad actual, objetivos y estrategias • Aprendizaje y placer • La motivación • La búsqueda de un propósito y la búsqueda de un sentido

Coaching para Directivos

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Directivos, ejecutivos, responsables de RR.HH., líderes de equipos de trabajo.</p>	<p>Conocer las bases del coaching y su utilidad en la empresa.</p> <p>Aprender a utilizar las bases del coaching para liderar equipos efectivos.</p> <p>Conocer y poner en práctica las habilidades necesarias para ser un coach en entornos laborales.</p>	<p>1. Introducción al coaching</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el coaching? Definición • Coaching comparado • Coaching, mentoring y tutoría • Los múltiples beneficios del coaching • El directivo como coach • Proceso de entrenamiento y sus etapas • La naturaleza del cambio • Cambio y liderazgo • El desarrollo del equipo. Coaching aplicado a los equipos <p>2. Competencias emocionales y comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las emociones para saber gestionarlas • Liderazgo personal como condición para liderar a los demás • Motivarse y motivar a los otros. Crear relaciones de confianza • Bases de comunicación con PNL • Clarificar los propios valores y repensar objetivos • Cómo fijar las metas para el equipo <p>3. Coaching y equipos de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fases en una sesión de coaching • Conseguir cooperación en el grupo • Herramientas para desarrollar el equipo • El equipo de alto rendimiento • Sinergizar. Trabajo eficaz colaborativo • Promover el respeto mutuo y valorar la diferencia • Ayudar a cada persona a buscar el crecimiento y beneficio mutuo

Tercer Sector



Planificación PGB-Nonprofit (PGB-NPO)

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>A directivos, gestores y profesionales del tercer sector que deseen adquirir habilidades y conocimientos sobre la planificación específica para el tercer sector.</p>	<p>Desarrollar una visión integral y estratégica de las ONLs.</p> <p>Identificar los elementos constitutivos, tanto tangibles como intangibles, de la planificación estratégica de las ONLs.</p> <p>Conocer y aplicar el método PGB-NPO:</p> <p>Participative-Global-Basic NonProfits Organizations</p> <p>Aprender las habilidades necesarias para enfocar la planificación estratégica de las ONLs</p> <p>Conocer las fases de los procesos de planificación estratégica.</p>	<p>1.Aspectos generales de planificación</p> <ul style="list-style-type: none"> Definiciones y concepto Ventajas y resistencia a la planificación. Jerarquía y niveles de planificación <p>2.Planificación estratégica: Introducción</p> <ul style="list-style-type: none"> Definiciones y concepto. Evolución de la planificación estratégica. Necesidad de la Planificación estratégica. La planificación estratégica en el sector no lucrativo. Modelos PGB-NPO <p>3.Proceso de planificación estratégica: Fases</p> <p>4.Organización del proceso</p> <p>5.Toma de decisión de planificar</p> <p>6.Identificación del marco institucional.</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis estratégico. Identificación de los stakeholders. Análisis de la capacidad Análisis de valores Análisis interno y externo (DAFO) <p>7.Identificación de los problemas estratégicos</p> <p>8.Formulación del Plan estratégico.</p> <ul style="list-style-type: none"> Formulación de la Misión y la Visión. Formulación de objetivos Definición de estrategias: Definiciones, métodos, tipos... <p>9.Herramientas para el análisis de estrategias:</p> <p>10.Algunos elementos para valorar un plan. Estructura de un plan</p>

Gestión de voluntariado para ONL

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Responsables de la Gestión del Voluntariado en una ONG's.</p> <p>Personas interesadas en conocer un sistema de gestión de voluntariado en el marco de una ONG.</p>	<p>Conocer la evolución y el actual alcance del voluntariado en las organizaciones sin ánimo de lucro.</p> <p>Adquirir las habilidades necesarias para llevar a cabo la mejor gestión y coordinación del voluntariado que se incorpora y desarrolla una actividad en una organización.</p> <p>Adquirir pautas y conocimientos que posibiliten el diseño de un proceso de gestión adaptado a la realidad de la organización en la que nos encontramos.</p>	<p>1.Consideraciones generales sobre el voluntariado.</p> <p>2.El Responsable de voluntariado.</p> <p>3.Organización de un programa de voluntariado.</p> <p>4.Etapas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Captación de voluntarios. • Entrada: procesos de orientación, gestión administrativa, acogida. • Coordinación: apoyo y seguimiento, formación, motivación, participación y reconocimiento. • Evaluación <p>5.La comunicación con el voluntariado.</p>

Gestión de proyectos Sociales. Enfoque de Marco Lógico

DIRIGIDO A :	OBJETIVOS :	CONTENIDOS :
<p>Responsables que deseen planificar proyectos sociales conforme a la metodología de Enfoque de Marco Lógico.</p>	<p>Conocer las herramientas básicas de formulación de proyectos sociales</p> <p>Conocer la forma de identificar y formular un proyecto empleando el Enfoque del Marco Lógico.</p>	<p>1.Elementos y características generales del EML</p> <p>2.Fase de identificación de un proyecto según el EML Identificación de beneficiarios y afectados -Análisis de problemas -Análisis de objetivos -Análisis de alternativas</p> <p>3.Fase de formulación de un proyecto -La matriz de planificación -Objetivo general y específico -Resultados y actividades -Factores externos e hipótesis -Indicadores objetivamente verificables y fuentes de verificación -Cronograma</p> <p>4.Recursos y presupuesto</p> <p>5.Matriz de planificación</p> <p>6.Factores de viabilidad</p>

Postgrados



Gestor de Redes Sociales y Comunidades Virtuales. Community Manager (Postgrado)

El objetivo general del curso es que los profesionales que lo cursen adquieran y desarrollen los conocimientos y habilidades necesarias para:

Objetivos personales

- ✓ Aprender a manejar las nuevas herramientas 2.0
- ✓ Poder crear su propia marca personal, tanto en el mundo 1.0 como en el mundo 2.0. Su marca personal.
- ✓ Poder lanzar al mercado su propia actividad profesional con posibilidades de éxito.
- ✓ Conocer y entender los medios sociales existentes (Facebook, Linked In, Twitter, XING, Tuenti, etc.).

Objetivos profesionales

- ✓ Gestionar adecuadamente la reputación online de una empresa
- ✓ Definir los objetivos de la participación en medios sociales (alineados con la visión de la empresa)
- ✓ Determinar el grado de relación que tiene con su audiencia (clientes, proveedores y colaboradores)
- ✓ Averiguar si su audiencia participa en medios sociales, si no es así tal vez necesitemos una estrategia para inducirlos a participar.
- ✓ Determinar la emoción que trasmite su marca (seguridad, innovación, exclusividad, eficiencia, etc.).
- ✓ Encontrar vías de colaboración entre la comunidad y la empresa.

Curso de Especialización en Gestión del Tercer Sector (Postgrado)

Para el Tercer Sector la formación es un elemento clave que garantiza la innovación constante y la adaptación a las nuevas necesidades que surgen en nuestro entorno. Por ello este curso se plantea para dar respuesta a los retos futuros de las entidades del tercer sector mediante la innovación, la renovación y la mejora de las competencias profesionales. Con este curso de especialización buscamos cubrir este déficit importante en formación y habilidades técnicas de gestión en los equipos directivos y operativos de las entidades.

Planteamos esta acción formativa con el objetivo de que tenga una aplicabilidad en la práctica, conjugándolo con un formato original semipresencial y de trabajo en equipo online que implica un rol más activo y una mayor vivencia del proceso de aprendizaje.

Los temas que se abordarán serán:

- Liderazgo organizacional
- Dirección de equipos de trabajo
- Gestión de a calidad
- Gestión de la comunicación
- Socialmedia y Fundraising.