



Presentación

Todos somos conscientes que **vivimos en un momento de cambios rápidos y profundos**. Gran parte de estos cambios, representan el progreso humano. La globalización económica, la rapidez de las comunicaciones, las nuevas tecnologías, la especialización, el medio ambiente, etc., conforman una nueva realidad que debe abordarse desde una visión diferente y positiva.

La formación debe generar nuevas aportaciones en el campo empresarial para **ayudar a reflexionar**, ordenar ideas, ampliar nuestras relaciones personales y motivarnos a crecer tanto a nivel profesional como personal con el objetivo de interpretar esta nueva realidad. La formación es acción y como tal, exige métodos y técnicas. De éstos dependen, con gran frecuencia, los resultados.

Para la consecución de esos resultados, **trabajamos en cohesionar los esfuerzos y las acciones que se realizan en la actividad diaria**. Nuestra filosofía se basa en alinear los objetivos individuales a los de la empresa. Trabajamos con nuestro cliente, adaptando esta oferta a sus necesidades, para que consiga los objetivos que con estas formaciones se plantea.



Habilidades. Sumarios



Presentación

Nuestra oferta formativa empresarial, se dirige a tres áreas fundamentales de la empresa: Dirección y Organización (Liderazgo, Gestión y Coordinación), Comercial (Ventas y Marketing) y Recursos humanos (Crecimiento personal y profesional). Conscientes de que cualquier formación puede y debe ser un factor de motivación, nuestra propuesta pasa por una metodología...

- ✓ activa,
- ✓ amena,
- ✓ participativa y,
- ✓ por qué no, divertida.

En definitiva ofrecemos una oferta amplia pero ni mucho menos definitiva, ya que para poder adaptarnos a las distintas necesidades de cada empresa, estamos en constante innovación, analizando el entorno empresarial al que pertenecemos. Mejorarlo es nuestro deber y sólo depende de nosotros.

Oferta formativa definida, desarrollada
e impartida en colaboración con...

GLG TRAINING
FORMACIÓN EMPRESARIAL



Habilidades. Sumarios

Área comercial



Habilidades. Sumarios



Títulos

- 1) Atención al cliente
- 2) Comportamiento comercial / ventas
- 3) Participación en ferias
- 4) Plan de marketing
- 5) Merchandising
- 6) Protocolo en los negocios
- 7) Neuromarketing





Detalle curso

1

Atención al cliente

Este curso está orientado a formar y capacitar a todo el personal en contacto con el público, de todos los sectores, responsables de áreas comerciales y servicios al consumidor desarrollando aspectos tan interesantes como la tipología del cliente, la influencia del aspecto físico y el vestuario, la comunicación tanto física como telefónica con el cliente o las fases de la venta.

Objetivos

- ✓ Satisfacer las necesidades del cliente.
- ✓ Incrementar la seguridad personal en la venta.
- ✓ Mejorar la imagen de la empresa.
- ✓ Conocer la psicología del consumidor.
- ✓ Desarrolla y amplía las habilidades de interacción personal.
- ✓ Soluciona situaciones tensas ante las quejas y/o reclamaciones.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Atención al cliente

PRIMERA PARTE

- ✓ Principios básicos.
- ✓ Psicología y tipología del cliente.
- ✓ La interacción con el cliente. Fases.
- ✓ Influencias (distancia y apariencia física).

SEGUNDA PARTE

- ✓ Habilidades en la prestación de servicios
- ✓ La comunicación con el cliente:
 - ✓ La escucha activa.
 - ✓ Lenguaje No Verbal.
 - ✓ Lenguaje Verbal.
 - ✓ Lenguaje Para-Verbal.
 - ✓ Palabras de Impacto Positivo.
- ✓ Gestión de quejas y reclamaciones.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Atención al cliente

TERCERA PARTE

- ✓ Uso eficaz del teléfono.
- ✓ La comunicación telefónica.
- ✓ La voz. Características.
- ✓ El lenguaje telefónico.
- ✓ Fases de la comunicación telefónica.
- ✓ Recepción y realización de llamadas.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

2

Comportamiento comercial / ventas

Este curso tiene como objetivo la venta consultiva, dónde el comprador y vendedor, que actúa como consultor, trabajan conjuntamente para identificar problemas que los servicios y/o productos del vendedor pueden solucionar. Un Curso, dirigido al personal comercial (Directores Comerciales, Asesores Comerciales, Agentes, etc.) para avanzar al ritmo de las necesidades de un entorno comercial en permanente situación de cambio.

Objetivos

- ✓ Conocer la técnica de preguntas.
- ✓ Identificar y profundizar en las necesidades del cliente.
- ✓ Refinar el lenguaje verbal y el dominio de la comunicación no verbal.
- ✓ Descubrir la importancia de la escucha activa.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

2

Comportamiento comercial / ventas

PRIMERA PARTE

- ✓ La venta emocional.
- ✓ La Negociación. Prospección. Planificación.
- ✓ Cualidades del Asesor Comercial /Negociador.

SEGUNDA PARTE

- ✓ Teoría "funnel". El proceso de venta.
- ✓ Necesidades. Percepción, sensación. La Persuasión.
- ✓ Diferencias características – beneficios.
- ✓ Las objeciones. La potenciación y el cierre de la venta.
- ✓ La Inteligencia Social.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

3

Participación en ferias

Sesión indicada para conocer la organización, planificación, estrategia, actuación y análisis de su participación en una feria. Así mismo, se describen los correctos comportamientos del equipo comercial frente al público asistente.

También abordamos aspectos tan importantes como el espacio necesario (stand), la ubicación, la decoración y diseñar las herramientas de marketing que utilizaremos para influir positivamente en los asistentes.

Finalmente, analizamos la valoración de resultados. No olvidemos que la rentabilidad de la inversión es un aspecto fundamental y los objetivos deben ser realistas y mensurables. Vender es un objetivo prioritario, pero no necesariamente el único.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

3

Participación en ferias

PRIMERA PARTE

- ✓ Concepto de feria y sus características.
- ✓ Objetivos.
- ✓ Estrategias.

SEGUNDA PARTE

- ✓ El espacio ferial.
- ✓ La decoración.

TERCERA PARTE

- ✓ Atención del stand. Técnicas y tácticas.
- ✓ Comportamiento comercial.

CUARTA PARTE

- ✓ Costes de participación.
- ✓ Evaluación de resultados.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

4

Plan de marketing

¿Cómo debe ser un plan de marketing en una empresa? Esta es la principal pregunta que intentamos responder a través de este curso. ¿Por qué hay que elaborar un plan de marketing? La finalidad y propósitos principales de un Plan de Marketing es dotar de coherencia y continuidad a todas las acciones de marketing que se desarrollan en el negocio para evitar la improvisación y los continuos cambios de enfoque y mensaje. El plan de marketing permite definir una hoja de ruta hacia los Clientes, optimizar recursos y detectar nuevas oportunidades.

Objetivos

- ✓ Análisis de la situación actual y diagnóstico.
- ✓ Establecimiento de los Objetivos e identificación de líneas Estratégicas
- ✓ Selección de acciones a desarrollar (en función de Estrategias y objetivos predefinidos).
- ✓ Medición y retroalimentación.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

4

Plan de marketing

INTRODUCCIÓN AL MARKETING

- ✓ Elementos básicos de planificación.
- ✓ Evolución del Marketing.
- ✓ Plan de Marketing : Interno, Estratégico, Operativo.

EL ANÁLISIS DE SITUACIÓN

- ✓ Introducción y contenidos.
- ✓ El análisis de situación externo: Entorno (económico, social y político).
- ✓ Análisis del mercado.
- ✓ Análisis de la competencia.
- ✓ El análisis de situación interno.
- ✓ El análisis DAFO.

FIJACIÓN DE OBJETIVOS DE MARKETING



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

4

Plan de marketing

DECISIONES ESTRATÉGICAS

- ✓ Conceptos y herramientas de apoyo.
- ✓ Estrategias de crecimiento, cobertura y posicionamiento.
- ✓ Estrategias de producto, precios, distribución, ventas y comunicación.

PROGRAMACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROL

- ✓ Programación: significado y alcance.
- ✓ Procedimientos de control.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

5

Merchandising

El Merchandising persigue la optimización de los lugares de exposición, teniendo en cuenta, entre otros factores, la forma, el lugar, la colocación y el tipo de productos. También, desde el Marketing Emocional, se estudian las compras racionales e irracionales y las denominadas por impulso. Gestionar correctamente el punto de venta dependerá de diversos factores, que exponemos en esta atractiva acción formativa.

Objetivos

- ✓ Conocer los conceptos de Marketing, Merchandising, Trade Marketing y Marketing Emocional.
- ✓ Analizar el Neuro Marketing a nivel emocional y comunicacional.
- ✓ Profundizar en el PLV y cómo influye en los hábitos de compra.
- ✓ Exponer las diferentes técnicas y tácticas que persigue el actual concepto del Merchandising: Zonas frías y calientes, Stoppers, Rincones, Chimeneas...
- ✓ Analizar la transformación del asesor comercial como merchandiser.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

5

Merchandising

PRIMERA PARTE

- ✓ ¿Para qué sirve el Merchandising?
- ✓ Presentación de los diferentes conceptos.
- ✓ La Comunicación. Aspectos beneficiosos en la emisión de mensajes comerciales
- ✓ Técnica y Táctica del Merchandising.

SEGUNDA PARTE

- ✓ PLV. Punto de Venta.
- ✓ Compras Racionales e Irracionales.
- ✓ Técnicas e influencias.
- ✓ Neuromarketing: Estrategias.
- ✓ Brainstorming: Cómo mejorar el PLV.
- ✓ Plan de acción.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

6

Protocolo en los negocios

El protocolo debe definirse como una nueva e importantísima técnica empresarial dentro del marketing, estando muy ligado al comportamiento empresarial. Este comportamiento deriva de la denominada “identidad corporativa” que implica a cada una de las personas que integran la empresa y tanto su presencia como su forma de expresarse ante los clientes conforman la imagen de nuestra empresa.

Actualmente avanzamos hacia una sociedad de servicios cuyo eje principal son las relaciones humanas y la comunicación, pero la automatización y la informatización de todos los sistemas dentro de la empresa ha hecho que el contacto entre las personas, cuando éste se produce, se evalúe de una manera más crítica. Profundizar en este contacto, ampliará nuestra visión para mejorar la calidad de nuestra comunicación. Esta comunicación tiene diferentes aspectos que deberemos conocer y practicar y, sobre todo, reflexionar sobre las consecuencias, positivas y negativas que se derivan de su transmisión.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

6

Protocolo en los negocios

PROTOCOLO EMPRESARIAL

- ✓ Las buenas maneras en los negocios.
- ✓ El saludo.
- ✓ Presentaciones.
- ✓ Tarjeta de visita.
- ✓ Tratamientos.
- ✓ Regalos de empresa.

VIAJES DE NEGOCIO

- ✓ Particularidades otras culturas.

IMAGEN PERSONAL EN EL ÁMBITO LABORAL

- ✓ La elegancia. Concepto.
- ✓ Vestimenta laboral hombre / mujer. La Etiqueta.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

6

Protocolo en los negocios

EL ARTE DE INVITAR

- ✓ Las buenas maneras en la mesa.
- ✓ Tipo de comedores y mesas. Comidas empresa. Colocación invitados.

REUNIONES DE TRABAJO

- ✓ Planificación reuniones.
- ✓ Distribución de la sala.

PLANIFICACIÓN DE ACTOS PÚBLICOS

- ✓ Elementos fundamentales de los actos y eventos de todo tipo.
- ✓ Presidencia y precedencia actos públicos.

LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

- ✓ Medios de comunicación externos.
- ✓ El protocolo en la comunicación.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

7

Neuromarketing

En este curso, exponemos, profundizamos y practicamos los aspectos de las diferentes cualidades a desarrollar por el profesional como sus efectos en la percepción del cliente sobre nuestras conductas y la imagen de nuestra empresa.

Objetivos

- ✓ Analizar importancia de nuestra profesionalidad en conexión con los clientes.
- ✓ Profundizar en los descubrimientos de la neurociencia en el marketing tradicional y sus efectos en los resultados empresariales.
- ✓ Practicar los aspectos psicológicos de nuestros comportamientos hacia el equipo y los clientes.
- ✓ Ampliar nuestro vocabulario positivo y su incidencia en la sugestión del cliente.
- ✓ Mejorar nuestras ventas y nuestra imagen.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

7

Neuromarketing

PRIMERA PARTE

- ✓ El Neuro-Marketing como nueva herramienta de venta.
- ✓ Cómo convertirnos en señal perceptiva del cliente.
- ✓ Los 5 sentidos y su importancia en la persuasión comercial.
- ✓ ¿Cómo tomamos decisiones de compra?
- ✓ Capacidades Visual, Auditiva y Sensitiva.
- ✓ Cualidades a desarrollar y practicar:
 - ✓ Sensación-percepción.
 - ✓ Empatía.
 - ✓ Sugestión.
 - ✓ Persuasión.
 - ✓ Complicidad.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

7

Neuromarketing

SEGUNDA PARTE

- ✓ La importancia de la Comunicación en el Neuromarketing.
- ✓ El lenguaje de impacto positivo.
- ✓ Cómo incrementar el valor de nuestros productos mediante las palabras de impacto positivo.



Habilidades. Sumarios

Área de recursos humanos



Habilidades. Sumarios



Títulos

1) Coaching



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Coaching

Los procesos de Executive Coaching impulsan a los profesionales a incrementar su nivel de consciencia sobre sus propias limitaciones internas y su nivel de responsabilidad (hacerse cargo de lo que sucede, tomar decisiones y actuar). Consiguen así desarrollar todo su potencial, acortar distancias respecto a sus objetivos personales y profesionales y conducir a sus equipos y a sus compañías a altos niveles de excelencia.

Nuestros estándares de calidad y eficacia se basan en una experiencia de más de 200 ejecutivos y directivos en el sector público y privado y en la participación activa en diversas comunidades de aprendizaje e investigación sobre procesos de intervención para impulsar el potencial de los profesionales en los entornos organizacionales. Todos los coaches de nuestra red continúan desarrollándose a través de un programa mensual de Supervisión.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Coaching

COACHING CON ENFOQUE SISTÉMICO

Para que los procesos de Executive Coaching sean exitosos en los entornos organizativos, es importante mantener en todo momento una visión sistémica. El individuo no está solo en una organización, sino que su contexto profesional y las interdependencias que en él tienen lugar, le condicionan de manera substancial a la vez que él ejerce también su influencia en el entorno profesional.

Esta visión sistémica es fundamental para entender la situación de la persona dentro de la compañía y poder establecer objetivos y planes de acción apropiados y efectivos.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Coaching

TIPOS DE COACHING EN LAS ORGANIZACIONES

- ✓ Coaching de Desarrollo o de Liderazgo basado en el futuro desarrollo del profesional o para personas promocionadas a nuevos roles.
- ✓ Coaching de Rendimiento con el fin de mejorar el desempeño efectivo del actual puesto de trabajo.
- ✓ Coaching para el aprendizaje para hacer efectivo el aprendizaje y que éste se integre en nuevas conductas.
- ✓ Career Coaching para personas que salen de la organización o que necesitan una nueva ubicación.
- ✓ Coaching de Equipos para mejorar el rendimiento de equipos de alto potencial.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Coaching

RED DE COACHES ESPECIALIZADOS

- ✓ Banca y Seguros.
- ✓ Farmacéutica.
- ✓ Retail.
- ✓ Comunicación y Medios.
- ✓ Salud.
- ✓ Mujeres directivas.
- ✓ Directores de área.
- ✓ Middle Management.
- ✓ Comités de Dirección.
- ✓ Equipos de Venta.
- ✓ Planta/Producción.



Habilidades. Sumarios



Área de dirección y organización



Habilidades. Sumarios



Títulos

- 1) Neuroliderazgo
- 2) Planificación y gestión del cambio
- 3) Gestión de proyectos
- 4) Gestión del tiempo
- 5) Innovación y gestión del conocimiento
- 6) Trabajo en equipo
- 7) Selección de personal
- 8) Formador de formadores
- 9) Gestión de conflictos





Títulos

- 10) Creatividad e innovación
- 11) Innovar desde power point
- 12) Seis sombreros para pensar
- 13) Análisis de problemas y toma de decisiones
- 14) Intrategia



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Neuroliderazgo

Este curso tiene como objetivo subrayar la dimensión más importante de un directivo: el liderazgo. Esta faceta complementa otras dimensiones, como son su capacidad para el logro de objetivos y la organización del trabajo, teniendo en cuenta las capacidades reales y potenciales de sus colaboradores. El Directivo no sólo debe dirigir, sino además, liderar correctamente su empresa y/o su departamento, considerando que estará incrementando los conocimientos y competencias de todo el personal, implicándolo en los objetivos, y más en el contexto económico actual.

Objetivos

- ✓ Dirigir correctamente al personal desde la Inteligencia Emocional.
- ✓ Mejorar el rendimiento individual, del equipo y de la empresa.
- ✓ Unir habilidades directivas y liderazgo de forma práctica e innovadora.
- ✓ Aprender a maximizar a nuestro equipo en distintas situaciones.
- ✓ Conocer y desarrollar las cualidades y capacidades para liderar un equipo.
- ✓ Delegación, motivación, comunicación y mejora de rendimiento.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

1

Neuroliderazgo

PRIMERA PARTE

- ✓ Definiciones.
- ✓ Inteligencia emocional. Inteligencias múltiples.
- ✓ Culturas empresariales.
- ✓ Errores del Directivo.
- ✓ Factores de actuación del directivo.

SEGUNDA PARTE

- ✓ Técnicas fundamentales para la gestión de equipos.
- ✓ Capacidades a desarrollar. Teoría del Trípode.
- ✓ La dirección de reuniones.
- ✓ La supervisión del empleado.
- ✓ Delegar.
- ✓ Motivar.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

2

Planificación y gestión del cambio

El cambio acelerado y constante se ha instalado en nuestra vida y por ende, en nuestro trabajo cotidiano y ejerce una enorme presión para que las personas se adapten o perezcan. Muchas personas agachan la cabeza, cierran la boca y observan como meros espectadores las posibilidades y oportunidades que pueden producir los cambios. Es decir, no ponen pasión a lo que hacen, no se aventuran ante los riesgos, no se implican en las nuevas formas de trabajo, en las nuevas necesidades de los clientes, en los nuevos métodos de pensamiento. Esta situación se acentúa en un entorno o contexto de crisis.

Enfrentar y experimentar un cambio a fondo en lo personal o en la empresa es una decisión difícil. Cuando experimentamos con éxito un cambio importante, ello nos inspira a motivar a otras personas a pasar por una experiencia similar. Todos somos agentes de cambio. Desde nuestro inicio de vida, aún disponiendo de una marcada personalidad, evolucionamos por medio de cambios y experiencias, y sin darnos cuenta, también transformamos el entorno.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

2

Planificación y gestión del cambio

Las empresas, formadas por personas, asimilan los cambios tanto en función del ámbito interno como externo y sus directivos deben estar preparados mentalmente para alterar el entorno con cambios internos, de procesos, de actividades, de servicios, de productos, con información, con formación y dedicación a su capital humano. Los integrantes de la empresa deben “aprender”, mediante la creación continua de nuevas soluciones posibles y sistemas innovadores, las necesidades externas actuales.

La mayoría de nosotros formamos nuestra identidad alrededor de nuestro conocimiento y nuestras competencias y habilidades que deben seguir incrementándose para perder ese temor al cambio. El conocimiento nos hace más libres, más seguros.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

2

Planificación y gestión del cambio

PRIMERA PARTE

- ✓ Tipos de cambio. Consecuencias.
- ✓ Redescubrir la gestión.
- ✓ Análisis de procesos.

SEGUNDA PARTE

- ✓ Líderes del cambio.
- ✓ La Motivación para el cambio. Crear y potenciar el saber.
- ✓ La renovación continuada.

TERCERA PARTE

- ✓ Los 7 pasos del cambio.
- ✓ Roles para directivos.
- ✓ Errores a evitar.



Habilidades. Sumarios

2

Planificación y gestión del cambio

CUARTA PARTE

- ✓ Los factores sociales y humanos.
- ✓ Estrategias para la reducción del estrés y la ansiedad.



Detalle curso



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

3

Gestión de proyectos

La gestión de proyectos es una herramienta importante de la gestión moderna. Nosotros definimos la gestión de proyectos como la definición, planificación, asignación y supervisión de recursos para alcanzar un objetivo particular dentro de un período concreto. Para que un proyecto cumpla con los plazos y el presupuesto hace falta disponer de una buena gestión. Del director de un proyecto se espera que transforme un concepto en un sistema medible y responsable. Para ello deberá asumir una variedad de conocimientos, habilidades y recursos para dirigirlos hacia un objetivo importante.

En definitiva, la gestión de proyectos, y las personas que lo dirigen, sirve para llevar a cabo cualquier tipo de trabajo y de cualquier índole (estructural, proceso, mejora, organizativo, etc.). Los beneficios de una buena gestión de proyectos pueden ser inmensos.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

3

Gestión de proyectos

Objetivos

- ✓ Conocer las fases principales de la gestión de proyectos.
- ✓ Dirigir los esfuerzos colectivos en objetivos concretos y medibles.
- ✓ Desarrollar las líneas de actuación más relevantes de cada proceso de un proyecto.
- ✓ Programar las tareas en la elaboración de un proyecto.
- ✓ Supervisar correctamente las etapas y las personas del proyecto.
- ✓ Evaluar el rendimiento del equipo.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

3

Gestión de proyectos

PRIMERA PARTE

- ✓ Definición y organización del proyecto.
- ✓ Planificación del proyecto.
- ✓ Gestión y ejecución del proyecto.

SEGUNDA PARTE

- ✓ El Director del proyecto. El líder y los miembros del equipo.
- ✓ Características de los buenos equipos de proyectos.
- ✓ La definición de objetivos. El marco de acción.

TERCERA PARTE

- ✓ La estructura y el desglose del trabajo.
- ✓ Estimaciones de tiempo y recursos.
- ✓ Las asignaciones del trabajo. La programación del trabajo.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

3

Gestión de proyectos

CUARTA PARTE

- ✓ Las compensaciones. Asumir retos.
- ✓ La revisión de tareas.
- ✓ La gestión del riesgo y sus consecuencias.
- ✓ Las reuniones.
- ✓ La supervisión del proyecto.
- ✓ La resolución de problemas.
- ✓ Evaluación del rendimiento.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

4

Gestión del tiempo

Si existe algo que debemos apreciar en nuestra vida personal y profesional, es el tiempo. Es, en apariencia, una variable que no podemos modificar. No podemos, alargarlo, estirarlo, comprarlo o detenerlo. Sin embargo, podemos **controlarlo**. A nivel profesional, ¿Es el tiempo el que nos controla o podemos controlarlo nosotros a él? Esta es la cuestión que cualquier profesional debería plantearse. Son muchos los autores y expertos que han escrito sobre este tema. Y la mayoría suelen coincidir en destacar que la incorrecta gestión del tiempo se debe entre otros factores a:

- ✓ La inexistencia de objetivos previamente definidos.
- ✓ No distinguir entre lo que es importante y lo que es urgente.
- ✓ La incorrecta gestión de la propia agenda de trabajo.
- ✓ Negación de la propia evidencia. No aceptar que nosotros no podemos hacerlo todo. La insuficiente delegación de tareas: Ser "Microgestor".
- ✓ Exceso de información a analizar, desordenada, imprecisa o tardía.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

4

Gestión del tiempo

PRIMERA PARTE

- ✓ El porqué de la gestión del tiempo. Consecuencias.
- ✓ Los ladrones del tiempo. Consideraciones.
- ✓ El Estrés.
- ✓ Hardiness. Concepto.
- ✓ Plan personal en la gestión del tiempo.

SEGUNDA PARTE

- ✓ Tareas Activas- Reactivas.
- ✓ Programar. Priorizar.
- ✓ Las reuniones. Fases. Oportunidades. Costes.
- ✓ La Delegación. Beneficios.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

5

Innovación y gestión del conocimiento

Innovar o quedarse atrás: este es el imperativo que las empresas han de interiorizar para competir. Sin embargo, cumplir este requisito es bastante difícil, puesto que la innovación sólo se produce cuando entran en contacto distintas ideas, percepciones, emociones y formas de procesar y evaluar la información.

Para promover la innovación y obtener buenos resultados, un directivo debe tener en cuenta diferentes enfoques. Debe saber canalizar las ideas, y para lo cual necesita disponer de unos conocimientos psicológicos que faciliten un entorno favorecedor para la gestión del conocimiento, aspecto primordial en el proceso creativo.

La gestión del conocimiento como fuente para generar ideas, no ha sido considerada hasta muy recientemente como una ventaja competitiva en el mundo empresarial. La forma en que las empresas generan, comunican y aprovechan sus activos intelectuales es fundamental a la hora de absorber y desarrollar el talento individual y grupal de los colaboradores.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

5

Innovación y gestión del conocimiento

Objetivos

- ✓ Conocer los últimos estudios sobre la inteligencia creativa.
- ✓ Profundizar sobre los aspectos necesarios para evaluar las ideas.
- ✓ Discernir entre las diferentes formas de razonar de nuestros colaboradores.
- ✓ Crear el ambiente propicio para favorecer la mentalidad innovadora.
- ✓ Dirigir diferentes grupos de personas y gestionar el proceso creativo.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

5

Innovación y gestión del conocimiento

PRIMERA PARTE

- ✓ La inteligencia creativa. Aspectos a considerar.
- ✓ Las preferencias en el razonamiento humano.
- ✓ El entorno y las experiencias para el desarrollo innovador.
- ✓ La organización de los grupos. Homogeneidad y Heterogeneidad.

SEGUNDA PARTE

- ✓ El talento. Conceptos.
- ✓ El aprendizaje. Crear una organización que aprende.
- ✓ Innovación versus Creatividad.
- ✓ Dirigir el proceso creativo.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

6

Trabajo en equipo

La palabra “equipo” se utiliza con excesiva profusión y no siempre de forma correcta. En muchos casos sólo existe un grupo de personas reunido, pero no un verdadero equipo de trabajo, tal y como debe ser concebido y gestionado. La formación de un equipo debe conducir al desarrollo de un espíritu de cooperación y coordinación utilizando procedimientos comprendidos y compartidos por todos sus miembros.

Existen tareas que no pueden ser realizadas por una sola persona. En cualquier sector, y dentro de la cultura de empresa, el correcto funcionamiento de los equipos aporta una serie de ventajas y beneficios de indudable importancia. El incremento sobre los niveles de productividad, eficacia y eficiencia han sido confirmados y comprobados, así como los efectos secundarios que transforma el trabajo en equipo: combinación de talentos de diferentes áreas, soluciones más creativas e innovadoras, mayor información y formación de los miembros, y también, se incrementan los conocimientos, alternativas y responsabilidades.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

6

Trabajo en equipo

El trabajo en equipo crea un entorno de trabajo más motivador, reforzando la autoestima del personal. Este curso tiene como objetivo, potenciar la sensibilidad del personal respecto a la importancia del trabajo en equipo, desarrollando una actitud más abierta y positiva, así como mejorar la dinámica de grupos, el trato a las personas, la resolución de conflictos y las competencias y comportamientos grupales.

Objetivos

- ✓ Facilitar la implantación de sistemas para incrementar la eficacia, eficiencia y rentabilidad.
- ✓ Adaptar nuevos modelos de gestión a las necesidades empresariales.
- ✓ Potenciar las habilidades y conocimientos de todos los profesionales, tanto los que dirigen equipos de personas como integrantes de cualquier oficina y/o departamento.
- ✓ Incrementar la motivación y el rendimiento de todo el personal involucrado en un proyecto de cualquier departamento.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

6

Trabajo en equipo

CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURACIÓN DE LOS EQUIPOS

- ✓ Equipos y grupos de trabajo.
- ✓ Los grupos y la interdependencia.
- ✓ Beneficios.
- ✓ La formación de los equipos.

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONALIDAD

- ✓ Enemigos de un equipo.
- ✓ Los roles formales.
- ✓ Los roles personales.
- ✓ El facilitador: elemento fundamental.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

7

Selección de personal

El objetivo de este curso es asesorar a las personas que, de forma circunstancial o continua, realicen entrevistas como proceso de selección de personal. Consta de un solo módulo de carácter totalmente práctico, aunque la parte teórica y psicológica es fundamental para el entrevistador.

En la primera parte, se expone cómo iniciar, desarrollar y registrar una entrevista. De hecho, en muchos círculos empresariales y periodísticos, se incide en el arte de entrevistar. Es importante conocer la preparación de la misma y la creación del clima adecuado, así como diferentes perfiles y/o tipologías de candidatos.

Hemos incluido un aspecto tan importante como los diferentes tipos de preguntas que deben realizarse y las consideradas inaceptables desde el punto de vista ético.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

7

Selección de personal

La evolución del mundo empresarial, las nuevas tecnologías y la importancia de los nuevos proyectos, han enriquecido el concepto tradicional de los aspectos que se requerían para cubrir un puesto de trabajo. En la segunda parte, a la que hemos denominado Entrevistar por Competencias, se abordan diferentes aspectos como las competencias de conocimientos y competencias de gestión así como las preguntas asociadas a las propias competencias (iniciativa, liderazgo, responsabilidad, habilidad analítica, etc.).

Objetivos

- ✓ Profundizar en la importancia de la entrevista en la selección de personal.
- ✓ Conocer los diferentes tipos de preguntas y su formulación.
- ✓ Dar a conocer pautas sencillas y prácticas para combinar diferentes preguntas.
- ✓ Conceptuar las competencias de conocimiento y de gestión.
- ✓ Conocer las preguntas asociadas.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

7

Selección de personal

LA ENTREVISTA / LAS PREGUNTAS

- ✓ Concepto de entrevista.
- ✓ La formulación de preguntas.
- ✓ Tipología de candidatos.
- ✓ Tipos de preguntas.

ENTREVISTAR POR COMPETENCIAS

- ✓ Concepto de competencia. Ejemplos prácticos.
- ✓ La selección por competencias.
- ✓ Entrevistar por competencias. Nivel inicial e intermedio.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

8

Formador de formadores

En este curso se transmite la capacidad de aprendizaje y los diferentes canales que utilizamos para la comprensión de la información. No todos los individuos tenemos la misma respuesta a la información.

Las empresas deben invertir tiempo para incrementar las capacidades de su personal por medio de otras personas de la organización, y éstas deben conocer cuáles son los medios, las posibilidades y la metodología más acorde a sus necesidades. Aprender es, desde que nacemos, el motor de nuestra evolución.

Este curso, abre las posibilidades de los diferentes profesionales de la organización para transmitir sus habilidades y conocimientos a sus nuevos colaboradores y asociados, con el objetivo de mantener una empresa sostenible y participativa. Las empresas que más han invertido en formación han obtenido mejores resultados financieros.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

8

Formador de formadores

Objetivos

- ✓ Conocer los aspectos del aprendizaje en adultos tanto físicos como bioquímicos.
- ✓ Saber transmitir habilidades y conocimientos.
- ✓ Conocer los canales de aprendizaje.
- ✓ Aprender los pasos para mantener la atención de los participantes en las reuniones.
- ✓ Crear una metodología eficaz para la motivación de un grupo de formación.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

8

Formador de formadores

PRIMERA PARTE

- ✓ Factores del Aprendizaje.
- ✓ Los Procesos Cerebrales. Canales VAS.
- ✓ La Motivación.

SEGUNDA PARTE

- ✓ La Memoria.
- ✓ Factores negativos y positivos del aprendizaje.
- ✓ Pedagogía – Andragogía.

TERCERA PARTE

- ✓ Aspectos de la formación en y para la empresa.
- ✓ Técnicas y tácticas formativas para formadores.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

9

Gestión de conflictos

Los conflictos son inherentes al ser humano y nuestros comportamientos son los protagonistas de la mayoría de los conflictos que se producen en nuestro entorno, en nuestras relaciones personales y profesionales. Saber cómo evitarlos o resolverlos ayuda a mejorar la comunicación, incrementa la eficacia y eficiencia en los procesos laborales y mejora la cooperación entre los clientes, las personas y departamentos.

Un conflicto no tiene que convertirse en problema y este curso incide en los aspectos constructivos y/o positivos que pueden generarse ante una situación incómoda.

En cuanto a la solución de problemas, se profundiza en las causas de los mismos y conocer el proceso de actuación de los mismos ayuda a conformar una visión estructurada para la resolución de los mismos, tanto a nivel técnico como emocional.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

9

Gestión de conflictos

Objetivos

- ✓ Conocer los comportamientos a mejorar en la gestión de conflictos.
- ✓ Diferenciar el conflicto del problema.
- ✓ Valorar las consecuencias de las situaciones conflictivas.
- ✓ Asumir las capacidades de comunicación y análisis en los conflictos.
- ✓ Interiorizar los aspectos positivos en la negociación de conflictos.
- ✓ Mejorar las relaciones entre clientes externos e internos.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

9

Gestión de conflictos

PRIMERA PARTE

- ✓ Comportamientos a desarrollar en la Gestión de Conflictos, incluidos en la Inteligencia Emocional.
- ✓ Diferencias entre conflicto y problema. Origen y génesis del conflicto.
- ✓ Situaciones conflictivas. Efectos y repercusiones del conflicto.
- ✓ Patrones de conducta ante el conflicto.
- ✓ El Auto-conocimiento, el Auto-control y la empatía.
- ✓ La actitud y su influencia en la conducta.
- ✓ Actitud positiva y negativa. Consecuencias.

SEGUNDA PARTE

- ✓ La resolución de problemas.
- ✓ Capacidad de Análisis. Etapas en la solución de conflictos.
- ✓ Capacidad de Comunicación.
- ✓ Diferencias entre informar, comunicar y transmitir.
- ✓ Estilos de comunicación: agresiva, inhibida o de huida y asertiva.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

10

Creatividad e innovación

La creatividad y la innovación no son disciplinas, pero personas y empresas innovan periódicamente en aras de impactar, mejorar o cambiar, tanto a nivel interno como de mercado. También de mejorar operaciones y productos a todos los niveles. El objetivo de la innovación es la generar nuevas oportunidades. Para ello es necesario conocer cuáles son los procesos y acciones creativas que se utilizan para conseguir resultados que incrementen valor.

La creatividad, como antesala de la innovación, es de carácter individual. Existe una inteligencia creativa, que disponemos todos, pero que por una serie de factores y paradigmas, unas personas la utilizan más y otras menos. La creatividad se encuentra en todos los niveles de la empresa y es necesario ayudar a florecer la capacidad creativa de nuestro capital humano. El Profesor Robert Sternberg nos descubre las últimas novedades sobre este aspecto que compartimos con los participantes a este curso.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

10

Creatividad e innovación

La innovación, en constante ebullición y canalizada por medio de las empresas, asume y analiza las ideas individuales para ordenarlas y valorarlas con el objetivo de introducirlas en el mercado, teniendo en cuenta al consumidor, su aceptación y satisfacción, y sin perder de vista el impacto que estas nuevas oportunidades producen en las mismas. En este curso, se analizan estos aspectos y se realiza un ejercicio práctico con la finalidad de interiorizar nuevas formas de pensar. Este ejercicio puede acometer cualquier tipo de proyecto que la empresa pretenda mejorar o conflicto / problema que desee resolver implicando a su propio personal en las diferentes soluciones.

Objetivos

- ✓ Conocer los conceptos de creatividad e innovación.
- ✓ Asumir los comportamientos y actitudes para incrementar la visión creativa.
- ✓ Anular paradigmas o filtros inhibidores de la creatividad.
- ✓ Practicar el proceso de innovación.





Detalle curso

10

Creatividad e innovación

PRIMERA PARTE

- ✓ Conceptos de Creatividad. Oriental y Occidental. Cognitiva y Expresiva.
- ✓ Inteligencia Creativa. Concepto. Pensamiento Convencional versus Pensamiento Creativo.
- ✓ El Pensamiento Lateral o Divergente: otra forma de pensar. Paradigmas y limitaciones.
- ✓ El Pensamiento Emocional.

SEGUNDA PARTE

- ✓ La creatividad versus la Innovación. La Innovación en la empresa.
- ✓ Factores que influyen en la innovación empresarial.
- ✓ La innovación y el cliente y mercado. Tipos de innovación.
- ✓ Tipos de Rutinas empresariales. La rutina creativa.
- ✓ Solución creativa de problemas en grupo. Proceso innovador. Role-Play. Caso práctico.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

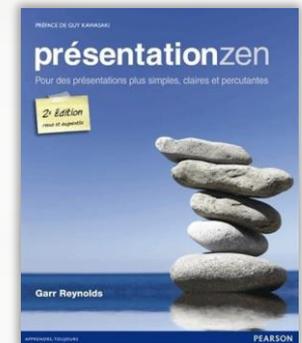
11

Innovar desde power point

Basado en el libro de Garr Reynolds, "Presentation Zen", este curso lleva a los participantes a una reflexión sobre el estado actual de las presentaciones en Power Point, analiza la falta de efectividad de las mismas y les proporciona las claves para mejorar de forma considerable sus presentaciones mediante el uso inteligente de la creatividad, la innovación, la pasión y el sentido. Dirigido a todas aquellas personas que tengan que comunicar, informar o presentar en público (directores, equipos comerciales, responsables de departamento, formadores, etc.).

Objetivos

- ✓ Lograr que los participantes mejoren de forma significativa tanto el contenido de sus presentaciones como la forma en que las transmiten a su público y que disfruten de la experiencia.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

11

Innovar desde power point

PRIMERA PARTE

- ✓ Presentación del concepto. ¿Qué es La Era Conceptual?
- ✓ Preparación.
- ✓ Creatividad, innovación, barreras.
- ✓ Planificar y crear historias.
- ✓ Diseño.
- ✓ El arte de la simplicidad.
- ✓ Principios y técnicas de diseño. Modelos antes y después.

SEGUNDA PARTE

- ✓ Presentación. Estar en el presente.
- ✓ Conectar con el público.
- ✓ Ejercicio práctico.
- ✓ Elaboración de una presentación.
- ✓ Presentación al resto de la clase.





Detalle curso

12

Seis sombreros para pensar

Basado en el libro de Edward de Bono y gracias a un método innovador y práctico, la inteligencia, la experiencia y la información se convierten en protagonistas y los egos desaparecen en la toma de decisiones. Este curso dota a los participantes de un lenguaje constructivo en lugar de argumentos enfrentados y su atractivo radica tanto en su sencillez como en su utilidad.

Objetivos

- ✓ Proporcionar a los participantes las herramientas que les ayudarán a tomar decisiones efectivas, integrando diferentes perspectivas.
- ✓ Facilitar el trabajo en equipo.
- ✓ Mejorar la empatía y la comunicación.
- ✓ Promover la creatividad y la flexibilidad.
- ✓ Entender y practicar el "feedback".
- ✓ Mejorar la toma de decisiones.
- ✓ Mejorar el análisis estratégico.
- ✓ Resolver conflictos.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

12

Seis sombreros para pensar

PRIMERA PARTE

- ✓ Presentación del concepto.
- ✓ Comunicación (escucha activa y asertividad).
- ✓ Liderazgo y negociación (desarrollo de estrategias).
- ✓ Gestión de las emociones, creatividad.
- ✓ Trabajo en equipo y motivación.
- ✓ Gestión de la diversidad.

SEGUNDA PARTE

- ✓ Definición del problema o proyecto a desarrollar.
- ✓ Aplicación de la metodología.
- ✓ Plan de acción.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

13

Análisis de problemas y toma de decisiones

Uno de los factores más importantes para el éxito o fracaso de un directivo es su habilidad para el análisis de problemas y toma de decisiones. Es cierto que hay multitud de requisitos que un directivo debe satisfacer para conseguir los resultados deseados, tales como la capacidad para planificar, habilidad para organizar y coordinar, aptitud para controlar, motivar, formar...Sin embargo, donde el directivo se la juega, donde puede demostrar su capacidad, donde tiene que poner en práctica todo el resto de sus habilidades directivas, es fundamentalmente en el análisis de problemas y, sobre todo, en la toma de decisiones.

Decidir es la principal de las funciones de un dirigente que pueda caracterizarse como tal. Es la materia prima de la acción directiva. La decisión establece los límites entre el dirigente y el dirigido. El dirigente decide y el dirigido ejecuta según las decisiones de aquel. La autoridad no es otra cosa que el poder de tomar decisiones. Una persona que no puede decidir no es un directivo.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

13

Análisis de problemas y toma de decisiones

Objetivos

- ✓ Incrementar la eficacia en la prevención, detección y resolución de problemas. Mediante la aplicación de métodos operativos.
- ✓ Comprender los factores que influyen y forman parte de los procesos de resolución de problemas.
- ✓ Conseguir practicar técnicas eficaces en el análisis de problemas.
- ✓ Analizar los conflictos y problemas organizacionales, la toma de decisiones y la supervisión de planes o proyectos.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

13

Análisis de problemas y toma de decisiones

PRIMERA PARTE

- ✓ Factores que influyen en la eficacia del comportamiento humano.
- ✓ La razón y la emoción.
- ✓ Diferencias entre el rendimiento individual y grupal
- ✓ Características personales que influyen en la eficacia de nuestras actuaciones.
- ✓ La percepción y otros aspectos cognitivos.

SEGUNDA PARTE

- ✓ Metodología para el análisis de problemas.
- ✓ Análisis de conceptos implicados en el análisis de problemas.
- ✓ Metodología operativa. Caso práctico.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

13

Análisis de problemas y toma de decisiones

TERCERA PARTE

- ✓ Metodología para la toma de decisiones. Elementos de una decisión.
- ✓ El proceso de la toma de decisiones. La información. El riesgo. La personalidad.
- ✓ Errores más frecuentes en la toma de decisiones. Caso práctico.
- ✓ Cuestiones para reflexionar.
- ✓ Decisión en equipo.
- ✓ Resolución de conflictos.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

14

Intrategia - Estrategia interna de mejora constante

Las empresas invierten capital económico en la denominada comunicación 2.0 para dar una imagen externa eficaz, moderna, profesional e innovadora. Pero, en muchas ocasiones, esta imagen externa no se corresponde con la organización interna que presenta conflictos y problemas de clima laboral, de comportamientos tóxicos, de comunicación deficiente y de relaciones tensas que producen pérdida de eficacia y eficiencia y repercuten en los resultados.

Abordamos especialmente el campo de la Comunicación por su gran importancia entre personas, Departamentos y Clientes. Diagnosticar situaciones, realizar planes de mejora departamentales, cambios de actitudes y comportamientos individuales son suficientes razones para reflexionar de una forma conjunta la posibilidad de aprender a romper con hábitos y situaciones no deseadas que provocan consecuencias negativas a todos los niveles.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

14

Intrategia - Estrategia interna de mejora constante

Este curso plantea la reflexión de nuestros comportamientos y hábitos tanto a nivel individual como grupal y presenta un antes y uno después con el fin de aprender nuevos aspectos psicológicos que incrementan la percepción y el conocimiento individual en beneficio de todas las personas que conforman un equipo.

Objetivos

- ✓ Diferenciar el pensamiento organizativo desde la estrategia empresarial.
- ✓ Fortalecer la autoestima y la confianza en un mismo y en el equipo.
- ✓ Convertir los problemas y conflictos en oportunidades de aprendizaje.
- ✓ Mejorar la relación y la comunicación con un mismo y con los otros.
- ✓ Desarrollar competencias y habilidades para crecer en el ámbito personal y laboral.
- ✓ Promover el descubrimiento del talento.
- ✓ Entrenar la responsabilidad personal para crear un mejor entorno.



Habilidades. Sumarios



Detalle curso

14

Intrategia - Estrategia interna de mejora constante

PRIMERA PARTE

- ✓ El nuevo paradigma empresarial.
- ✓ “El Terreno de Juego”: muy importante.
- ✓ El Talento. Qué es. ¿Es genético o se desarrolla?
- ✓ El nuevo perfil profesional. Actitudes y motivaciones: Inteligencia Emocional y Social.

SEGUNDA PARTE

- ✓ La Comunicación en la empresa.
- ✓ Comunicación Descendente, Ascendente y Horizontal.
- ✓ Comunicación Nutritiva y Tóxica.
- ✓ Equipos de alto rendimiento.
- ✓ Enemigos del equipo. Errores personales.
- ✓ Definir los valores y la misión personal en un equipo.



Habilidades. Sumarios