



**Formación y Desarrollo**

*Institución para la formación, research y desarrollo humano y empresarial*



## Catálogo Cursos y Seminarios

[WWW.IFRYDHE.ES](http://WWW.IFRYDHE.ES)



## **1.- DIRECCIÓN FINANCIERA**

### **DURACIÓN: 30 HORAS**

**OBJETIVO:** Analizar desde el punto de vista de la dirección financiera el proceso de creación de valor en la empresa. El programa tiene como objetivo facilitar al participante una visión financiera que le permita, en primer lugar, analizar los estados financieros, en segundo lugar conocer el proceso y herramientas que le permitan tomar decisiones de inversión, y finalmente dar un paso más sobre cómo valorar su empresa y tomar decisiones de cobertura de riesgos mediante la utilización de derivados financieros

### **Módulo 1.- Análisis y Planificación Financiera (10 horas)**

- Análisis del Balance. Endeudamiento, rentabilidad, liquidez y solvencia.
- Esquema de origen y aplicación de fondos.
- Análisis de la cuenta de resultados. Costes fijos y variables.
- Rentabilidad por líneas de producto y otros criterios de clasificación.
- Rentabilidad del activo y de los fondos propios.
- Planificación a corto plazo. Presupuestos previsionales

### **Módulo 2.- Herramientas de Dirección Financiera: Análisis de**

### **Inversiones, Control de Gestión, Cuadro de Mando Integral (10 horas)**

- Costes por secciones y actividades.
- Cálculo del punto muerto y toma de decisiones especiales.
- El Balanced Scorecard, implementación y uso.
- Clasificación de las inversiones.
- Variables clave en la toma de decisiones para aceptar un proyecto. La introducción del riesgo con la tasa de actualización.
- El coste de los fondos propios y de la deuda. Riesgo de un proyecto.
- Métodos de selección de inversiones. Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) y plazo de recuperación.
- Ventajas, inconvenientes y mitos de la valoración financiera.



- Cuadro de Mando Integral como superación de la gestión tradicional

### **Módulo 3.- Valoración de empresas, el papel de los mercados financieros y la cobertura de riesgos. ¿cómo gestionar la desinversión? (10 horas)**

- Introducción al coste de capital.
- Métodos de valoración de empresas.
- Los métodos dinámicos. Descuento de flujos de caja.
- La creación de valor en la empresa a partir de las inversiones futuras.
- Clasificación de los mercados financieros.
- Presentación de los mercados: Mercado de bienes, de divisas, monetario y de capitales (renta variable, renta fija, derivados y titulización).
- Descripción y herramientas de cobertura del riesgo de cambio: El Forward, la cobertura de mercado monetario, el Netting y las opciones de divisas.
- Descripción e instrumentos de cobertura del riesgo de tipo de interés: El Fra, los Futuros Financieros y los Swaps de tipo de interés.
- Gestionando la desinversión

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

#### **PRECIO:**

Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.-  
6.300€

- Los precios se elevarían en un 20% si se quisiera la homologación por una prestigiosa escuela de negocios.



## **2.- GESTIÓN DE LA FORMACION, SELECCIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL**

### **DURACIÓN: 30 HORAS**

**OBJETIVO:** Conseguir que el directivo pueda planificar adecuadamente la formación de su plantilla, así como llevar a cabo una selección provechosa que permita cubrir las carencias de la plantilla, por último promover el desarrollo profesional de sus trabajadores es fundamental en cualquier gestor, finalmente promover una adecuada sucesión directiva es uno de los grandes problemas de las PYMES y no tan PYMES españolas

### **Módulo 1. Cubriendo las necesidades formativas de la plantilla (10 horas)**

- Antes de la formación, introducción a mapa de puestos y de conocimientos
- Importancia de la formación en la empresa.
- ¿qué es formación? El proceso de aprendizaje.
- ¿Cómo se prepara un curso de formación?
- Diseño y elaboración de un programa de formación.
- Selección de las estrategias de formación.
- Eficacia de las metodologías participativas.
- Selección de ayudas didácticas.
- Medición de la eficacia y validación de un programa de formación.

### **Módulo 2. Selección eficaz de personal (10 horas)**

- Técnicas de Selección de Personal
- Canales de reclutamiento de personal
- La entrevista preliminar
- Diseño de puestos de trabajo
- El valor de la especialización
- Objetivos y desafíos de la selección de personal
- El proceso de selección
- Selección interna de personal



- Pruebas de idoneidad
- Pruebas psicológicas
- Pruebas de conocimiento
- El proceso de la entrevista
- Tipos de entrevista de selección: grupales e individuales
- Verificación de datos y referencias
- Descripción de la vacante
- Métodos de evaluación

### **Módulo 3. Promoviendo el Desarrollo Profesional (10 horas)**

- Evaluación del Desempeño
- Carreras profesionales
- Los gaps de conocimiento
- La retención/desvinculación
- Algunas ideas sobre motivación
- Planificando la sucesión

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 6.300€



### **3.- DIRECCION DE EQUIPOS: LIDERAZGO, TALENTO Y GESTIÓN**

#### **DURACIÓN: 30 HORAS**

**OBJETIVO:** La potenciación de diversas habilidades fundamentales en un directivo, para empezar, como demostrar su liderazgo de una manera efectiva y que éste se desarrolle de forma provechosa para la empresa. Un objetivo fundamental en cualquier empresa es cómo identificar, gestionar y potenciar el talento. Finalmente se potenciarán igualmente todas las habilidades relacionadas con la gestión de equipo.

#### **Módulo 1. Liderazgo (10 horas)**

- Identificación del líder
- El liderazgo emocional
- El liderazgo intelectual
- El liderazgo jerárquico
- Otros tipos de liderazgo
- El líder, potenciación de sus habilidades
- Los no líderes, su papel en la empresa
- Técnicas de potenciación de liderazgo

#### **Módulo 2. Gestión del Talento (10 horas)**

- Definición de talento
- Identificación del talento
- Tipos de talento.
- Desarrollo de las competencias claves para incrementar el talento
- ¿Qué talento retener?
- ¿Cómo atraer talento externo?
- Políticas de promoción de talento.



### **Módulo 3.- Gestión de equipos**

- ¿Qué es un equipo?
- Hacia un equipo de alto rendimiento
- Del rendimiento individual al de equipo
- Estrategias prácticas para liderar el trabajo en equipo
- Estructura de grupo
- Motivar la esencia del trabajo en equipo
- El feedback
- El afrontamiento de la irritación y de la hostilidad
- La delegación de tareas

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 6.300€



#### **4.- INNOVACION**

##### **DURACIÓN: 10 HORAS**

**OBJETIVO:** Ayudar al participante a decidir las estrategias de innovación que aplican a su organización, así como a estructurar una organización para la innovación y a diseñar procesos de innovación. De igual modo se definirán los mejores sistemas de medidas y de incentivación y a realizar un diagnóstico de la situación actual de su organización

##### **Programa (10 horas)**

- Mitos y realidades de la innovación
- Responsabilidades del directivo
- Dirección y liderazgo a través de la organización
- Integrar la innovación en el modelo de negocio
- Alinear la cantidad y tipo de innovación a las necesidades de negocio
- Gestionar creatividad y rentabilidad
- Establecer medidas y reconocimientos
- Mapa de la innovación
- tipos de innovación (incremental , semi-radical, radical)
- Decidir una estrategia de innovación

EPG: Estrategia Para Ganar

ENP: Estrategia para No Perder

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 2.100€





## **5.- GESTIÓN DEL CAMBIO**

### **DURACIÓN: 10 HORAS**

**OBJETIVO:** Conocer las claves de la gestión del cambio para adaptar la organización a los nuevos escenarios. Adquirir los conocimientos necesarios sobre la importancia de introducir, en la cultura de la empresa, una cultura orientada a la innovación y al cambio

### **Programa (10 horas)**

- Las características del entorno: el cambio tecnológico.
- La estrategia como respuesta en un entorno competitivo.
- La tecnología y la estructura del mercado.
- La definición de la estrategia tecnológica.
- Relación entre estrategia de innovación y estrategia tecnológica.
- El proceso de gestionar la tecnología: el plan tecnológico.
- Detección de oportunidades y generación de nuevas ideas.
- La creatividad en el ámbito empresarial.
- La resistencia al cambio.
- La creatividad.

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 2.100€
- Los precios se elevarían en un 20% si se quisiera la homologación por una prestigiosa escuela de negocios.



## **6.- GESTION DE REUNIONES**

**DURACIÓN: 10 HORAS**

**OBJETIVO:** Definición de los objetivos a conseguir en una reunión, resolución de los errores más frecuentes, estudio de las distintas dinámicas de la reunión, así como de la estructura de las reuniones y cómo realizar las actas de una reunión.

### **Programa (10 horas)**

- Definición de objetivos de una reunión
- Definición de contenidos de una reunión
- Elección de los participantes
- Elección de los métodos de trabajo en la reunión
- Elaboración de la convocatoria
- Reglas de oro para dirigir reuniones
- La post reunión: el acta

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 2.100€



## **7.- MACROECONOMIA PARA DIRECTIVOS**

### **DURACIÓN: 10 HORAS**

**OBJETIVO:** Repasar la situación macroeconómica en España y las principales zonas económicas que permitan al directivo una mejor comprensión de la situación macroeconómica y por supuesto le orienten para realizar sus inversiones.

### **Programa (10 horas)**

- ¿Qué indicadores macro seguir?
- Repaso de la situación macro en España
- Repaso de la situación macro en Europa
- Repaso de la situación macro en EEUU
- Repaso de la situación macro en Asia
- Repaso de la situación macro en América Latina
- Repaso de la situación macro en países emergentes
- Situación de los mercados bursátiles
- Situación de los mercados de renta fija
- Situación de los mercados de divisas
- Recomendaciones de inversión

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de indicadores reales.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 2.100€



## **8.- PLANIFICACION FISCAL**

### **DURACIÓN: 10 HORAS**

**OBJETIVO:** Conseguir una mejor comprensión por parte del directivo de su situación fiscal y como puede maximizar su fiscalidad personal (IRPF), así como la fiscalidad de su empresa. Se repasarán los principales productos y vehículos de inversión que puedan ayudar a mejorar la fiscalidad.

### **Programa (10 horas)**

- El sistema fiscal español
- IRPF, rentas gravadas
- Rentas del trabajo
- Rentas del ahorro
- Rentas del capital mobiliario
- Rentas del capital inmobiliario
- Productos de ahorro fiscal: P. Pensiones, PIAS, etc.
- Impuesto de Sociedades ¿cuándo optar por IS o por IRPF?
- Gastos deducibles
- Bonificaciones...
- Planificación de estructuras mixtas

**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 2.100€
- Incluyendo desplazamientos, alojamiento y consultor (impresión a cargo de CVE).- 1.800€



## **9.-VALORACION DE NUEVOS NEGOCIOS**

### **DURACIÓN: 10 HORAS**

**OBJETIVO:** Permitir a los participantes la adquisición de conceptos básicos sobre las energías renovables. Conocer la normativa básica que regula estos nuevos negocios y más en concreto el mundo de la energía eólica y solar. Ofrecer a los directivos nuevas oportunidades de inversión rentable y de bajo riesgo.

### **Programa (10 horas)**

- Contexto energético actual. La energía en España.
- Las energías renovables
- Energía eólica
- Energía solar (térmica, fotovoltaica y termoeléctrica)
- Otras, energía de la biomasa y biocarburantes, energía minihidráulica, etc.
- Project Management
- La planificación y gestión del coste
- Marco jurídico y políticas para fomentar el uso de las energías renovables
- Búsqueda de localización óptima y negociación del terreno
- Proceso administrativo de un proyecto de energías renovables:
- Financiación de proyectos: análisis de viabilidad técnica y económica, fórmulas de financiación y oportunidades de inversión
- Project finance
- Estructuración de un Project finance
- Análisis de viabilidad
- Análisis de riesgos
- Estructura contractual
- Cálculos y definición de estructura
- Titulación y bonos
- Casos empresariales



**METODOLOGIA:** eminentemente práctica a partir de casos reales, role plays, y con breves exposiciones teóricas.

**PRECIO:** existen diversas posibilidades:

- Incluyendo materiales impresos, desplazamientos, alojamiento y consultor.- 2.100€



## **10.-ANÁLISIS BURSÁTIL EN ENTORNO DE INCERTIDUMBRE**

**Dirigido:** A todos las personas que quieran tener unas herramientas y conocimientos básicos en la gestión de la cartera de valores en un entorno de elevada incertidumbre en el mercado.

**Objetivo:** Se pretende que el participante sepa adecuar la estrategia idónea en cada situación. Determinar cuándo entrar o salir, establecer los stop-loss, detectar las alertas principales, analizar el mercado a corto, medio y largo... Saber que decisiones se deben tomar para cada casuística.

### **Contenidos:**

#### **1.- Análisis Fundamental**

- 1.1.- ¿Qué ratios he de mirar?
- 1.2.- ¿Qué primas de riesgo han de considerarse?
- 1.3.- ¿Cómo escoger los sectores?
- 1.4.- ¿Cómo analizar los datos macro?

#### **2.- Análisis Técnico**

- 2.1.- ¿Cómo determinar el final de una tendencia bajista?
- 2.2.- ¿Cómo identificar soportes, resistencias y figuras gráficas importantes?
- 2.3.- El análisis de indicadores técnicos relevantes en la identificación de rebotes
- 2.4.- Fibonacci y la bolsa

#### **3.- Otros indicadores relevantes**

- 3.1.- La teoría de la opinión contraria
- 3.2.- La gestión pasiva
- 3.3.- La gestión activa



**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 150 €/participante





## **11.-GUIA BASICA PARA ENTENDER LA BOLSA**

**Dirigido:** A personas con pocos conocimientos del mercado bursátil pero que quieran comprender la gestión de las inversiones en renta variable. Especialmente adecuado para aquellas personas que quieran aprovechar los actuales precios para operar en bolsa.

**Objetivo:** Conseguir un adecuado conocimiento de las líneas básicas que hay que seguir para invertir en el mercado bursátil, al mismo tiempo que ser capaz de interpretar todas las informaciones que aparecen en prensa de una manera adecuada.

### **Contenidos:**

#### **1.- Aspectos básicos**

- 1.1.- Definición de renta variable
- 1.2.- Funcionamiento e instituciones

#### **2.- ¿Cómo funciona el mercado de valores?**

- 2.1.-Tipología de operaciones
- 2.2.- Fiscalidad de la inversión bursátil

#### **3.- La selección de valores**

- 3.1- Teoría clásica
- 3.2.- La práctica
- 3.3.- ¿cómo seleccionan los valores los fondos y planes de pensiones?

#### **4.- Análisis fundamental y análisis técnico del mercado de valores.**

- 4.1.- Definición de análisis fundamental y análisis técnico
- 4.2.- ¿cuándo utilizar uno u otro?
- 4.3.- Interpretación de uno y otro en la prensa económica

#### **5.- Empleo de estos análisis para la inversión en bolsa.**

- 5.1.- ¿qué información es relevante?
- 5.2.- Principales ratios bursátiles



5.3.- Principales indicadores técnicos

5.4.- Datos fundamentales macro

## **6.- Metodología de la inversión en bolsa.**

6.1.- La gestión pasiva

6.2.- La gestión activa

6.3.- La gestión alternativa

## **7.-Los factores psicológicos.**

7.1.- La paradoja del mono

7.2.- La paradoja del "pille"

7.3.- La paradoja del analista

## **8.- Soportes, resistencias, líneas de tendencia... su interpretación psicológica.**

8.1.- ¿cómo pintar un soporte?

8.2.- ¿cómo identificar una resistencia?

8.3.- Las líneas de tendencia

8.4.- La psicología aplicada al análisis técnico

## **9.-La venta en corto.**

9.1.- Definición

9.2.- Utilidad

9.3.- ¿Deben emplearla los inversores minoristas?

## **10.- Los derivados y cómo emplearlos para invertir en bolsa.**

10.1.- Concepto call y put

10.2.- Breves ideas sobre valoración

## **11.-Conclusiones**



**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 150 €/participante



## **12.-¿CÓMO DESINVERTIR EN BOLSA?**

**Dirigido:** A personas que mejoran su conocimiento de las crisis bursátiles, cómo gestionar activamente sus carteras y por supuesto ver la bolsa desde una perspectiva distinta, la de la desinversión.

**Objetivo:** Conseguir que el participante pueda gestionar el tiempo de la desinversión, algo que ha sido muy pocas veces tratado en la literatura económica.

**Contenidos:**

### **1.-Introducción**

- 1.1.-Concepto de Burbuja bursátil
- 1.2.-Las diferentes etapas de una burbuja bursátil
- 1.3.-Las burbujas económicas más conocidas
- 1.4.- Capital ficticio y estallido de las burbujas

### **2.-Implicaciones**

- 2.1.- Los costos de la burbuja bursátil
- 2.2.- El mundo sin la existencia de burbujas
- 2.3.- Efectos que produce la burbuja bursátil sobre la oferta y la distribución

### **3.- Historia de algunas burbujas**

- 3.1.-Tulipomanía
- 3.2.-El Crack del 29
- 3.3.-Burbuja financiera e inmobiliaria en Japón
- 3.4.-Burbuja de los mares del Sur

### **4.- Burbujas bursátiles recientes**

- 4.1.- Burbuja.com
- 4.2.- Burbuja inmobiliaria en España

### **5.- Lecciones a aprender de las burbujas bursátiles**



**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 150 €/participante



### **13.- RESOLUCION DE CONFLICTOS**

**Dirigido:** A aquellos profesionales que tengan a su cargo la gestión de personas.

**Objetivo:** Se pretende dar una visión básica de cómo evitar los conflictos y como tratarlos cuando se produzcan. Proporcionar de las herramientas y habilidades para una gestión positiva del conflicto

#### **Contenidos:**

##### **1.- Marco conceptual del conflicto**

- 1.1. Generalidades y elementos del conflicto
- 1.2. Aspectos psicológicos de los sujetos en el conflicto.
- 1.3. Estilos en el manejo del conflicto.
- 1.4. Actitudes conflictivas, emociones y percepciones.

##### **2.- Estrategias de resolución de conflictos.**

- 2.1 Estrategias individuales.
- 2.2 Estrategias grupales e intergrupales.

##### **3.- La negociación como estrategia de resolución.**

- 3.1. Negociar: habilidades de negociación.
- 3.2. Mediación y potenciación.
- 3.3 Técnicas de conciliación.

##### **4.- Estrategias de cooperación.**

- 4.1. Reducción del prejuicio.
- 4.2. Recategorización y cambio de actitudes.
- 4.3. Descategorización y subcategorización.
- 4.4. Acuerdos y arbitraje.



**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 150 €/participante



## **14.-REALIZACION PRESENTACIONES EFICIENTES**

**Dirigido:** A aquellas personas que por motivos profesionales deban realizar presentaciones y exposiciones en público.

**Objetivo:** Analizar y practicar las distintas variables y elementos que intervienen en la realización de una presentación eficaz. Potenciando la seguridad en uno mismo para hablar en público, desarrollando conocimientos y habilidades que permitan llevar el proceso comunicativo íntegro.

**Contenidos:**

- 1.- Preparación de las presentaciones.**
- 2.- La comunicación como recurso y herramienta.**
- 3.- Tipos de discursos y circunstancias.**
- 4.- Estilo.**
- 5.- Control del miedo escénico.**
- 6.- Resolución de situaciones difíciles.**
- 7.- Ayudas audiovisuales.**
- 8.- La introducción.**
- 9.- Cuerpo del discurso.**
- 10.- La conclusión.**
- 11.- Habilidades del orador.**
- 12.-Ayudas en la presentación:** tono, postura, gestos, contacto visual, respiración, etc.

**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 150 €/participante





## **15.- HABILIDADES DIRECTIVAS PARA LA GESTION DE EQUIPOS**

**Dirigido:** A aquellos profesionales que tengan que gestionar y motivar a equipos.

**Objetivos:** Transmitir y practicar habilidades directivas, a fin de conseguir una mejor comunicación con y entre los equipos, así como conseguir la motivación idónea para obtener los mejores resultados.

**Contenido:**

- 1.- Estilos de dirección**
- 2.- Liderazgo**
- 3.- Trabajo en equipo**
- 4.- Motivación**
- 5.- Comunicación**
- 6.- Delegación**
- 7.- La toma de decisiones y la gestión de proyectos**
- 8.- Gestión del cambio**
- 9.- Planificación**
- 10.- Resolución de conflictos**
- 11.- La negociación de objetivos**
- 12.- Asignación de objetivos**
- 13.- Seguimiento de objetivos**
- 14.- Evaluación de resultados**

**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 150 €/participante



## **16.-EL MARKETING TAMBIEN ES PARA PYMES**

**Dirigido:** A aquellos profesionales que tengan que tomar decisiones en el ámbito del marketing

**Objetivos:** Saber situar la gestión del marketing en el contexto de la empresa.

- Diagnosticar la situación de su empresa con respecto a su orientación al mercado.
- Reconocer la metodología del marketing.
- Conocer los métodos de recogida de información que utiliza el marketing.
- Tomar decisiones estratégicas orientadas a satisfacer las necesidades de su cliente.
- Realizar acciones estratégicas adecuadas utilizando las herramientas del marketing

**Contenido:**

- 1. Marco conceptual del Marketing**
- 2. Análisis de producto.**
- 3. Marketing estratégico de la pyme.**
- 4. Marketing operacional de la pyme.**
- 5. Estrategia de Producto**
- 6. Estrategia de Precio**
- 7. Estrategia de Comunicación.**
- 8. Estrategia de Localización.**
- 9. Segmentación**
- 10. Investigación de mercado para pymes.**
- 11. El Pymeplan de marketing.**

**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00



**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 150 €/participante



## **17.- Gestión de Empresas en Crisis**

**Dirigido:** A aquellos profesionales que tengan que tomar decisiones en empresas que atraviesen momentos de dificultad

**Objetivos:** Conocer las distintas herramientas de gestión en tiempos de dificultad desde las finanzas a los Recursos Humanos.

### **Modulo 1.- (10 horas).- Gestión financiera**

#### **1.- Identificación de problemas en los estados financieros**

#### **2.- Puesta en valor de determinadas partes del balance**

##### **2.1.- Los clientes**

##### **2.2.- Los intangibles**

##### **2.3.- Los socios**

##### **2.4.- Los proveedores**

##### **2.5.- otros**

#### **3.- La gestión financiera de la situación**

##### **3.1.- Mayor endeudamiento**

##### **3.2.- Ampliación de Capital**

##### **3.3.- Gestión de los periodos de cobro y pago**

##### **3.4.- Otros**

### **Modulo 2.- (10 Horas).- Negociación en tiempos de crisis**

#### **1.- El negociador**

##### **1.1. Habilidades de un negociador**

##### **1.2.-Diferencias entre negociar y vender**

##### **1.3.- Necesidades y motivaciones de la otra parte**

#### **2.- El proceso de la negociación**

##### **2.1.- Factores que influyen en la negociación**

##### **2.2.- La estructura de la negociación**



**2.3.- Problemas de comunicación**

**2.4.- La crisis como factor "dificultante" de la negociación**

**3.- Plan de acción**

**3.1.- Objetivos a conseguir**

**3.2.- Estrategias a seguir (de tiempo, de regateo...)**

**3.3.- Consecución de acuerdos**

**3.4.- Las cuatro "patas" de una negociación a 2**

**4.- Postnegociación**

**4.1.- Cumplimiento de acuerdos**

**4.2.- ¿Cuándo romper un acuerdo?**

**4.3.- ¿Cómo influye la crisis en la postnegociación?**

**4.4.- Servicio postventa**

**Módulo 3.- Análisis de estrategias (10 horas)**

**1.- Análisis Interno**

**1.1 – Los factores críticos de éxito**

**1.2 – Los recursos y las capacidades**

**1.3 – Concentraciones y dependencias - El análisis funcional**

**1.4 – La cadena de valor**

**2.- Análisis DAFO**

**2.1 – Objetivo del análisis**

**2.2 – Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades**

**2.3 – Matriz DAFO**

**2.4 – Matriz de confrontación**

**2.5 – Matriz estratégica**

**3.- Análisis externo**

**3.1 – Análisis de entorno general**



### **3.2 - Análisis del entorno específico**

## **Módulo 4.- Gestión Emocional de la Crisis (10 horas)**

### **1.- La crisis como conjunto de emociones negativas**

#### **1.1.- Los mensajes negativos up down**

#### **1.2.- Los mensajes negativos down up**

#### **1.3.- La comunicación en tiempos de crisis**

### **2.- Los factores psicológicos en tiempos de crisis**

#### **2.1.- La profecía autocumplida**

#### **2.2.- El entorno familiar**

#### **2.3.- El entorno laboral**

### **3.- Factores emocionales que ayudan a comprender la crisis**

#### **3.1.- Crisis como estado permanente del ser humano**

#### **3.2.- Carácter cíclico en la economía**

#### **3.3.- Crisis como cambio y oportunidad.**

**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 40 horas

**Matrícula:** 8.000€



## **18.- Programa de Estrategia Empresarial**

**Dirigido:** A aquellos profesionales que tengan que tomar decisiones estratégicas

**Objetivos:** Conocer las distintas componentes de cualquier decisión estratégica.

### **Módulo 1 (10 horas).- Introducción a la Estrategia**

#### **1.- Introducción**

**1.1 – ¿qué es una empresa?**

**1.2 – ¿qué objetivos debe de tener una empresa?**

#### **2.- Principios básicos de estrategia**

**2.1 – Definición de estrategia**

**2.2 – Evolución de la estrategia**

**2.3 – Niveles de estrategia**

**2. – ¿cómo se implementa la dirección estratégica?**

#### **3.- Visión, misión y Valores**

**3.1 – Misión y Visión**

**3.2 – Los valores**

**3.3 – La ética empresarial y la responsabilidad social de la empresa**

### **Módulo 2 (10 horas).- Análisis Interno**

#### **1.- Factores previos**

**1.1 – ¿qué factores pueden llevarnos al éxito?**

**1.2 – ¿con qué recursos contamos?**

**1.3 – Análisis funcional**

**1.4 – La cadena de valor**



## **2.- Análisis DAFO**

**2.1 – Objetivo del análisis**

**2.2 – Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades**

**2.3 – Matriz DAFO**

**2.4 – Matriz de confrontación**

**2.5 – Matriz estratégica**

## **3.- Análisis de nuestros productos**

**3.1 – La matriz de producto del Boston Consulting Group**

**3.2 – La Matriz de General Electric/McKinsey**

**3.3 – La Matriz de Estratégica orgánica o ADL**

## **Módulo 3 (10 horas).- Análisis Externo**

### **1. Análisis de entorno general**

**1.1 – Situación actual**

**1.1.1 – El análisis PEST**

**1.1.2 – El diamante de Porter**

**1.2 – Situación futura. Método de los escenarios**

### **2 – Análisis del entorno específico**

**2.1 – Identificación del sector**

**2.2 – Segmentación**

**2.3 – El modelo de las cinco fuerzas de M. porter**

## **Módulo 4 (10 horas).- Nuevos Indicadores de Gestión para aplicar la estrategia**

### **1.- Control de gestión**

**1.1 – Tipos de control**

**1.2 – Control presupuestario**

### **2.- El Cuadro de Mando Integral**





- 1.1 – Los mapas estratégicos**
- 2.2 – La perspectiva de los RRHH**
- 2.3 – La perspectiva de los procesos**
- 2.4 – La perspectiva de los clientes**
- 2.5 – La perspectiva financiera**
- 2.6 – La implantación de un CMI**

**Fechas:** Por determinar

**Horario:** 10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**Duración:** 8 horas

**Matrícula:** 8.000€

### **19.-Negociación con Sindicatos**

La experiencia de los consultores de IFRYDHE tanto en el sector financiero como en el mundo de los Recursos Humanos, nos hace tenedores de un Know How sobre la manera en la que llevar a cabo una negociación en el ámbito sindical.

Con este programa se pretende dar una visión general de los diversos ámbitos de la negociación sindical. Se practicará todo tipo de negociaciones posibles desde la negociación cooperativa (win win) hasta la negociación bajo presión competitiva que es bastante habitual en este entorno.

#### **OBJETIVOS**

Concienciar al participante de la importancia que tiene la negociación de los convenios colectivos y en general con los sindicatos.

Detectar cuales son las necesidades de la empresa y de los sindicatos para determinar la mejor estrategia en la negociación.

Conocer cuál es el funcionamiento de una negociación tanto cooperativa como competitiva.



Conocimiento de las técnicas más adecuadas para llevar a cabo la negociación de los convenios de empresa.

Comprender las variables decisivas para ambas partes y cómo ajustar nuestros objetivos en función de los de la otra parte.

Desarrollar técnicas específicas de negociación con los diferentes estilos de negociación que pueden aparecer en este tipo de negociaciones.

## **DESTINATARIOS**

Personal de RRHH encargado de negociación, directivos de empresa...

## **METODOLOGÍA**

El programa se desarrollará en grupos reducidos, se recomienda un máximo de 20 personas en las sesiones presenciales, para favorecer una metodología altamente participativa y aplicable. Se recomienda una duración de 6 horas.

## **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

### **I. CONCEPTOS BASICOS DE LA NEGOCIACIÓN**

- **Tipos de negociación:**
- **Competitiva**
- **Cooperativa**
- **Aspectos básicos de la negociación de convenios de empresa**

### **II. FACTORES DE LA NEGOCIACION**

- **Variables que influyen en la negociación.**
- **La estructura de la negociación.**
- **La comunicación aplicada a la negociación de convenios**

#### **o Preparación de la negociación:**

- **Recabar información relevante (convenios de otras empresas, convenios firmados por el mismo sindicato en otras empresas).**



- **Negociación en el caso de EREs**
- **Negociación de condiciones económicas del convenio**
- **Negociación de condiciones sociales del convenio**
- **Elección de la estrategia, objetivos y posicionamiento inicial.**

#### **o Negociación.**

- **Tipos, estilos, tácticas de los negociadores.**
- **Que quiero yo negociar y que quiere negociar la otra parte.**
- **Las concesiones / intercambios.**
- **Los acuerdos.**
- **Aspectos reseñables de la negociación competitiva.**

### **III. CARACTERISTICAS DE LA NEGOCIACION DE CONVENIOS QUE INFLUYEN EN LAS NEGOCIACION**

- **Los interlocutores y sus objetivos**
- **Poder de decisión.**
- **Efecto sándwich.**
- **Motivaciones y necesidades.**
- **Como negociar con los interlocutores.**

### **IV. CASOS PRACTICOS DE NEGOCIACION**

#### **PRECIO DEL PROGRAMA**

1.200 euros



## **20.-PROGRAMA DE GESTIÓN DE INTANGIBLES**

En general hay muy poca sensibilidad en el mundo financiero hacia la gestión y valoración de los recursos intangibles de una empresa. Sin embargo, el valor de las empresas, en más de un 80%, reside justamente en estos intangibles.

El Programa de Gestión de Intangibles se crea justamente para satisfacer las necesidades existentes en el mercado sobre la gestión, análisis, control, seguimiento y valoración de los activos intangibles de una empresa.

### **OBJETIVOS**

- Conseguir una mayor conocimiento de los directivos en el mundo del análisis y gestión de intangibles.
- Proveer a los profesionales las herramientas y metodologías que les permitan mejorar la gestión de los intangibles.
- Mejorar la gestión de los intangibles desde el área financiera de la empresa, pero también al contrario, mejorar los conocimientos financieros de los actuales gestores de intangible.
- Contribuir al desarrollo profesional de las personas que actualmente se encuentran gestionando intangibles.

### **METODOLOGÍA**

Hay que diferenciar las siguientes metodologías:

#### 1.- Metodología presencial

Se realizarán 3 sesiones presenciales

#### 2.- Casos a distancia

Se realizarán 2 trabajos a distancia y un trabajo final.

### **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

#### **MÓDULO 1: Marco Conceptual**

##### **1.1. Marco Conceptual**

###### **a) Activos intangibles vs recursos intangibles:**

- **Capital Humano.**
- **Capital Estructural.**
- **Marca.**
- **Reputación Corporativa.**



- **Responsabilidad Social Corporativa.**

**b) Definición, descripción y clasificación de activos intangibles.**

**c) Definición y descripción de recursos intangibles.**

**d) La estrategia empresarial y los intangibles.**

**e) Elementos de valor. Conceptos de valor (Valor de Uso, Valor de Mercado, Valor Razonable).**

**f) Perspectiva macroeconómica.**

**g) Perspectiva microeconómica.**

**1.2. Marco institucional contable nacional e internacional**

**1.3. Introducción al análisis y gestión de activos intangibles.**

**Razones para valorar activos intangibles**

- **Contables.**
- **Fiscales.**
- **Transacciones corporativas.**
- **Raising Finance.**
- **Reorganización de negocios.**
- **Litigios/disputas.**
- **Planificación estratégica.**
- **Transacciones de negocio.**

**1.4. Introducción al análisis y gestión de recursos intangibles.**

**Razones para evaluar recursos intangibles**

- **Gestión integral de empresa.**
- **Planificación estratégica.**
- **Distribución de recursos.**



- **Transacciones corporativas.**

- **Evaluación de RR.HH.**

### **1.5. Marco legal**

- **Marco legal de las valoraciones de activos, bienes y derechos.**
- **Marco legal de los derechos de propiedad industrial.**
- **Marco legal de los derechos de propiedad intelectual.**
- **La protección de los activos intangibles en las transacciones.**

### **1.6. Marco legal contable**

- **Normativas y Directivas aplicables en España y Organismos Reguladores.**
- **Organismos potencialmente receptores de valoraciones y mediciones de intangibles en España.**
- **Normativa internacional comparada.**

### **1.7. Enfoques generales y metodologías de valoración. Variaciones**

**en su aplicación:**

- **Market approach.**
- **Cost approach.**
- **Income approach.**
- **Matriz de aplicación de diferentes métodos de valoración.**

## **MÓDULO 2: ACTIVOS INTANGIBLES**

### **2.1. Valoración de arte**

- **Value drivers y metodologías de valoración generales y/o particulares de: activos intangibles relacionados con el arte (libros, revistas, trabajos literarios, trabajos musicales, pinturas y fotografías...).**



## **2.2. Valoración de Marcas**

- **Value drivers y metodologías de valoración generales y/o particulares.**
- **Activos intangibles relacionados con el marketing: marcas registradas, nombres registrados, nombres de dominio de Internet, acuerdos de no competencia.**

## **2.3. Valoración de Clientes y Contratos**

- **Value drivers y metodologías de valoración generales y/o particulares de:**
- **Activos intangibles relacionados con los clientes/proveedores, contractuales y no contractuales, cartera de pedidos.**
- **Activos intangibles relacionados con contratos: licencias, royalties, concesiones administrativas.**

## **2.4. Valoración de Tecnología**

- **Value drivers y metodologías de valoración generales y/o particulares de: activos intangibles relacionados con la tecnología: patentes, software informático, bases de datos.**

## **2.5. Marco legal contable de valoración de activos intangibles**

## **2.6. Marco legal – perspectiva forensic**

- **Disputas; pérdidas procedentes de activos intangibles.**

## **2.7. Marco fiscal de valoración de activos intangibles**

- **Normativa de: transfer pricing; incrementos y disminuciones patrimoniales; transacciones inter-vinculadas;**

**IRPF; IS; tratamiento del Tax Amortization**

**Benefit; tratamiento fiscal de los PPA; legislación de**

**I+D+i; subvenciones.**

## **2.8. Marketing estratégico de marcas y de clientes**

## **2.9. Gestión de marcas y gestión de carteras de clientes**



## **MÓDULO 3: RECURSOS INTANGIBLES**

### **3.1. Buen Gobierno**

### **3.2. Los Recursos Intangibles en la estrategia y gestión de las compañías**

### **3.3. Investigación cualitativa y cuantitativa aplicada a los intangibles**

### **3.4. Capital Humano: gestión, medición y valoración**

### **3.5. Reputación Corporativa: gestión, medición y valoración**

### **3.6. Responsabilidad Social Corporativa: gestión, medición y valoración**

### **3.7. Capital Estructural: gestión, medición y valoración**

### **3.8. Cuadro de mando de gestión de Recursos Intangibles:**

#### **Indicadores**

#### **Presupuesto**

El presupuesto de este programa es de 6.000 euros





## **21.-PRESENTACION DEL PROGRAMA**

La dirección de proyectos es clave para cualquier ejecutivo, este programa ayudará a los participantes en las diversas técnicas directivas y habilidades humanas necesarias para gestionar proyectos de diversa complejidad, dándole feedback experiencial, herramientas, técnicas y un método de trabajo para dirigir de manera coherente un proyecto.

### **OBJETIVOS**

- Interpretar y situar adecuadamente dentro de la organización la dirección de proyectos.
- Relacionar adecuadamente los proyectos dentro de la estructura organizacional, valores, y cultura de la organización ejecutante.
- Mejorar las habilidades de gestión de equipos y personas claves para el éxito en la dirección de proyectos:
  - o comunicación, liderazgo, motivación, gestión del estrés y de conflictos.
- Dar un mayor peso a la ejecución financiera a través del conocimiento del Project Finance como estrategia efectiva de financiación y desarrollo de proyectos.

### **METODOLOGÍA**

Hay que diferenciar las siguientes metodologías:

#### 1.- Metodología presencial

Se realizarán 30 horas de formación presenciales

#### 2.- Casos a distancia

Asimismo, se realizarán simulaciones online del examen y una simulación final en presencia en la que se podrán realizar todo tipo de consultas.

### **CONTENIDO DETALLADO DEL PROGRAMA**

- Estrategia y dirección de proyectos
  - o Definición estratégica, análisis interno y externo
  - o Conceptos estratégicos ligados a la gestión de proyectos
  - o Aplicación de la estrategia, utilización de herramientas (CMI, Costes, Gestión de Proyectos...)
  - o Integración del proyecto dentro de la estrategia



- Gestión de la integración en proyectos
  - La visión del proyecto dentro del marco global de la entidad
  - Los stakeholders, externos pero fundamentalmente internos de un proyecto
  
- Gestión del alcance en proyectos
  - Los proyectos normativos
  - Los proyectos corporativos
  - Los proyectos estratégicos
  
- Gestión del tiempo en proyectos
  - La pirámide del tiempo
  - Gestión de las decisiones en función de los plazos
  
- Gestión de coste en proyectos
  - Control de gestión y dirección de proyectos
  
- La gestión de compras en proyectos
  - Compras internas
  - Compras externas
  - Valor añadido en la gestión de compras
  
- Gestión de recursos humanos en proyectos
  - Selección de perfiles para proyectos
  - Formación adecuada para el proyecto
  - Desarrollo profesional de las personas implicadas en el proyecto
  
- Gestión de la comunicación en proyectos
  - Comunicación interna
  - Comunicación externa
  - Decisiones sobre qué comunicar y cuando.
  
- Gestión de la calidad en proyectos
  - La gestión de la calidad en la elaboración de proyectos
  - Indicadores de calidad en la gestión de proyectos

## **Presupuesto**

El presupuesto de este programa es de 6.000 euros



## **22.- PROGRAMA DE GESTIÓN POR VALORES**

En el actual entorno social y empresarial, la gestión por valores cobra una especial importancia, en este programa se repasarán las muy diversas teorías que explican la génesis y aplicación de los valores a la gestión empresarial, tanto desde un enfoque de Cuadro de Mando Integral, como de Coaching Empresarial.

Se repasará primero las diversas metodologías para definir e identificar los distintos valores que conforman el genoma empresarial, intentando dar ideas para conseguir aplicarlas en el entorno de las PYMES.

Posteriormente se revisarán las últimas tendencias de coaching, llamado de valores, que permite aplicar procesos de coaching a ámbitos de gestión y por último se repasarán las principales características de lo que sería una gestión por valores propiamente dicha

### **OBJETIVOS**

Concienciar al participante de la importancia de los valores en la gestión.

Detectar cuáles son los valores predominantes de las empresas, para lo que se dotará a los participantes de las herramientas adecuadas.

Conocer cuál es el funcionamiento del coaching por valores y su aplicación a la gestión de la empresa.

Conocimiento de las técnicas más adecuadas para llevar a cabo la gestión por valores.

### **DESTINATARIOS**

Personal de RRHH, directivos de empresa con responsabilidades de gestión...

### **METODOLOGÍA**

El programa se desarrollará en grupos reducidos, se recomienda un máximo de 20 personas en las sesiones presenciales, para favorecer una metodología altamente participativa y aplicable. Se recomienda una duración de 30 horas presenciales y 30 a distancia.

### **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

#### **Módulo I. Valores Empresariales: definición y desarrollo**

- **Definición de valores**



- **Cuadro de Mando Integral: los valores**
- **Los valores en la sociedad**
- **Los tipos de ética: el papel de los valores**
- **Introducción a la gestión por valores**

#### **Módulo II. Coaching por valores**

- **¿qué es el Coaching por valores?.**
- **Autocoaching (identificando nuestros valores)**
- **Coaching grupal (obtención de los valores de la organización)**
- **Gaps de Coaching**
- **Procesos de Coaching**

#### **Módulo III. Gestión por valores**

- **Identificar, definir y jerarquizar los valores críticos.**
- **Comunicación de los valores**
- **Identificación de las potenciales áreas de conflicto dentro de la empresa y con el entorno (consumidores, políticos, accionistas,...).**
- **Auditoría de las prácticas de gestión para evaluar cómo siguen, apoyan y refuerzan los resultados deseados.**
- **La selección, desarrollo, formación, retribución y salida de la empresa por valores**

#### **PRECIO DEL PROGRAMA**

El precio será de 6.000 euros.



## **23.- PROGRAMA DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN**

### **OBJETIVOS**

Cualquier persona en el ámbito directivo debe de afrontar la comunicación tanto interna como externa de determinados mensajes. Es crucial en los momentos actuales que estos mensajes lleguen de manera adecuada tanto en contenido como en continente, e incluso la elección del propio mensaje a transmitir. Este programa ayudará a los participantes a un mejor aprovechamiento de las herramientas de comunicación disponibles que les permitirán llevar a cabo estos procesos comunicativos con éxito.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Conocer el proceso de comunicación.
- Afrontar los distintos desafíos presentes en la comunicación.
- Mejorar la comunicación interna de las empresas.
- Adecuar la comunicación externa a las necesidades de la empresa.
- Realizar la comunicación con creatividad.

La acción formativa posee una especialización a nivel superior ya que la materia que se imparte capacita para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conllevan un alto grado de responsabilidad y de programación y /o de coordinación.

### **CONTENIDO DETALLADO DEL PROGRAMA**

#### **MODULO 1.- ASPECTOS BASICOS DE LA COMUNICACIÓN**

Objetivos y justificación del contenido del módulo

- La tarea de comunicar es un proceso básico en nuestra vida cotidiana pero mucho más crítico en la labor de un directivo. Este módulo introduce los problemas de la comunicación para intentar mejorar la gestión de la comunicación del participante.
- Entender lo que es la comunicación y cómo ésta forma parte de casi todas nuestras acciones en el día a día básico es uno de los objetivos básicos del módulo.
- Afrontar mejor las barreras existentes en el proceso de comunicación es básico en la gestión empresarial.



- Adecuar el estilo de comunicación empleado al más adecuado en cada momento será otra de las preocupaciones del módulo
- Mejorar la emisión de mensajes de manera que al menos una parte de las barreras comunicativas pueda ser vencida
- Adoptar un posicionamiento claro hacia la escucha activa para trabajar en la otra parte importante de las barreras de comunicación

### **Contenidos teóricos:**

#### **1.- Concepto de comunicación**

##### **1.1.- Definición de comunicación**

##### **1.2.- ¿Qué es comunicar?**

##### **1.3.- ¿Qué no es comunicar?**

##### **1.4.- Participantes en la comunicación**

#### **2.- Integración del proceso de comunicación**

##### **2.1.- La comunicación en nuestro día a día**

##### **2.2.- La gestión del proceso de comunicación en la empresa**

##### **2.3.- Errores habituales en la comunicación**

##### **2.4.- La Comunicación como elemento cotidiano**

#### **3.- Problemas y barreras de comunicación**

##### **3.1.- Problemas del emisor**

##### **3.2.- Problemas del mensaje**

##### **3.3.- Problemas del medio**

##### **3.4.- Problemas del receptor**

##### **3.5.- Otros problemas**

#### **4.- Estilos de comunicación**

##### **4.1.- Comunicación social**

##### **4.2.- Exposición**

##### **4.3.- Comunicación jerárquica**



#### **4.4.- Otros estilos de comunicación**

### **5.- La emisión adecuada**

#### **5.1.- Elección del mensaje**

#### **5.2.- Atención a la otra parte de la comunicación**

#### **5.3.- Corrección de errores en el emisor**

### **6. La escucha**

#### **6.1.- Problemas en la escucha**

#### **6.2.- La escucha activa**

#### **Contenidos prácticos:**

Se le presentará al alumno un caso de comunicación empresarial sencillo, en el que el participante deberá dar su opinión sobre los estilos de comunicación de la empresa (p.e. una información corporativa comunicada a los mercados), los problemas del receptor y el posible feedback a recibir del emisor.

Se trata en suma de poner en práctica lo aprendido en el módulo introductorio, el feedback del profesor pondrá en valor las partes más aplicables en el día a día. Es un ejercicio que servirá además de reflexión de cara al módulo 2.

## **MODULO 2.- LA COMUNICACIÓN INTERNA**

### **Objetivos y justificación del contenido del módulo**

- La gestión de una correcta comunicación interna, adaptada a la realidad interna de la organización es una labor a veces muy compleja por la distinta comprensión que los mensajes lanzados tiene dentro de la organización. Comunicar la suficiente información, siendo capaz de que el mensaje sea atractivo pero a la vez motivador es a veces una ardua labor de la que trata este módulo.

- El objetivo básico es conseguir transmitir las herramientas de gestión comunicativa que permita que fluyan adecuadamente los procesos comunicativos dentro de la organización.

- Adaptar el lenguaje, forma y mensaje de la comunicación a la organización es uno de los aspectos prioritarios a tratar en este módulo.



- Analizar las diversas funciones que cubre la comunicación interna mucho más allá de la mera transmisión de instrucciones jerárquica es clave en las organizaciones.
- Comprender los problemas intrínsecos de la comunicación interna, como p.e. el gran conocimiento existente entre receptor y transmisor de la comunicación y probablemente sobre el asunto tratado.
- Utilizar un proceso comunicativo apropiado en cada momento que permita que los mensajes lleguen a la organización y muy ligado a este objetivo el siguiente...
- Planificar adecuadamente cuándo planificar, intentando que la comunicación no llegue ni demasiado pronto ni demasiado tarde.

### **Contenidos teóricos:**

#### **1.- La comunicación en la organización**

##### **1.1.- Definición de comunicación y organización**

##### **1.2.- Flujos de comunicación en la organización**

##### **1.3.- Análisis de la influencia de la estructura organizativa sobre la comunicación interna.**

#### **2.- Concepto y funciones de la comunicación interna**

##### **2.1.- Análisis de las diversas funciones de la comunicación interna**

##### **2.2.- La comunicación como motivación**

##### **2.3.- La comunicación como transmisor de mensajes positivos (comunicación y crisis)**

#### **3.- Tipos y problemas de la comunicación interna.**

##### **3.1.- Comunicación jerárquica**

##### **3.2.- Comunicación bidireccional**

##### **3.3.- Problemas básicos de ambos tipos de comunicación.**

#### **4.- El proceso de la comunicación interna.**

##### **4.1.- El emisor**

##### **4.2.- El receptor**





#### **4.3.- El mensaje**

#### **4.4.-Canales de comunicación.**

#### **4.5.- Otros elementos del proceso de comunicación**

#### **5.- Planificación de la comunicación interna.**

##### **5.1.-Análisis del mensaje**

##### **5.2.- Elección de los canales**

##### **5.3.- Calendario de planificación comunicativa**

##### **5.4.- Otros elementos de planificación**

#### **6.- Comunicación Interna.**

##### **6.1.- Conclusiones relevantes para la comunicación interna**

##### **Contenidos prácticos:**

El alumno deberá sobre la base del mismo caso presentado con anterioridad, analizar los aspectos tratados en este módulo, fundamentalmente referidos a la planificación de la comunicación interna de la comunicación, elección de los canales y del mensaje.

Es muy importante que el alumno pase de los aspectos más "teóricos" del módulo 1 a la aplicación práctica que tiene este módulo 2.

El feedback incidirá en aspectos importantes que ayudarán al alumno a evaluar la posibilidad de implantar lo recomendado por él en su propia empresa, aspectos como el coste de los canales escogidos serán importantes aspectos e la corrección del profesor.

#### **MODULO 3.- COMUNICACIÓN EXTERNA**

##### **Objetivos y justificación del contenido del módulo**

- La empresa debe afrontar toda una serie de comunicaciones externas de vital importancia, los socios, los clientes, las empresas competidoras, el regulador... la gestión de esta comunicación es completamente distinta dependiendo del destinatario de la comunicación.

- Comprender la diferencia entre la Comunicación Externa e Interna será un aspecto clave en este módulo formativo



- Analizar las funciones de la comunicación externa, incidiendo especialmente en su labor como transmisor de los valores corporativos será un punto básico igualmente en este punto del programa
- Ser capaz de elaborar un plan de comunicación externa de la empresa que abarque a todos los colectivos implicados y que además esté plenamente coordinado con el siguiente objetivo.
- Integrar la comunicación externa con la estrategia empresarial, escogiendo los mejores medios a nuestro alcance
- Fomentar la creatividad comunicativa de manera que el mensaje cale más en los colectivos destinatarios difundiendo la identidad corporativa de la empresa.
- Finalmente ayudar a la empresa a gestionar la crisis desde la comunicación estableciendo claramente el mensaje a transmitir a p.e. socios, entidades financieras, etc.

### **Contenidos teóricos:**

#### **1.- Introducción a la Comunicación Externa**

##### **1.1.- Definición de la comunicación externa**

##### **1.2.- Principales problemas en la comunicación externa**

#### **2.- Funciones de la Comunicación Externa**

##### **2.1.- Difusión de la imagen corporativa**

##### **2.2.- Obtención de recursos externos**

##### **2.3.- Complementar los mensajes publicitarios**

#### **3.- Imagen, Identidad Cultura**

##### **3.1.- Valores corporativos**

##### **3.2.- Imagen corporativa**

##### **3.3.- Identidad corporativa**

##### **3.4.- Cultura de la organización**

#### **4.- Plan de Comunicación**

##### **4.1.- ¿qué comunicar?**



**4.2.- ¿cómo comunicar?**

**4.3.- ¿cuándo comunicar?**

**5.- Los medios más utilizados - ventajas y desventajas**

**5.1.- Los medios escritos**

**5.2.- Los medios visuales**

**5.3.- Los medios hablados**

**5.4.- Las nuevas tecnologías de comunicación**

**6.- La Comunicación Corporativa en la estrategia empresarial**

**6.1.- ¿qué se debe comunicar de la estrategia empresarial?**

**6.2.- ¿cómo y cuándo comunicar la estrategia?**

**7.-Comunicación Corporativa externa de la gestión de crisis**

**7.1.- El mensaje a las entidades financieras**

**7.2.- El mensaje al regulador**

**7.3.- El mensaje al resto de stakeholders**

**8.- Creatividad en la comunicación**

**8.1.- ¿qué es ser creativo en comunicación?**

**8.2.- ¿cómo fomentar la creatividad en comunicación?**

**8.3.- Límites a la creatividad en la comunicación externa.**

**Contenidos prácticos:**

Sobre la base del mismo caso práctico que se viene desarrollado el alumno deberá desarrollar los aspectos ligados a la comunicación externa. En este caso, será muy importante escoger tanto los mensajes comunicativos, como sobre todo los canales de transmisión.

Se incidirá en los aspectos ligados a la creatividad y uso de los nuevos canales de comunicación que ayudan a la empresa en estos días a implantar una política adecuada de comunicación.

Lógicamente, el feedback tratará de ayudar al alumno a desarrollar lo aprendido y su aplicabilidad en la empresa de la que provengan adaptando el mensaje y costes a su entorno laboral.



## **DURACION**

- Número de horas de formación presencial: 30 horas
- Número de horas de formación a distancia: 30 horas.

## **PRESUPUESTO**

6000 euros