

EXPERTO SUPERIOR EN GESTIÓN ALTAMENTE EFECTIVA



Homologaciones



TEMARIO

MÓDULO 1

Dirección intencional por objetivos

1. Condiciones previas para una dirección intencional

1.1- Visión

1.1-1. Identificar una necesidad en el mercado

1.1-2. Identificar una imperfección en el proceso competitivo

1.2- Misión

1.3- Operativa

1.4- La estrategia de la organización

1.4-1. Visión global

1.4-2. Atributos estratégicos

1.4-2.1. Internos

1.4-2.2. Externos

1.4-3. Contextos de relación comunicativa

1.4-4. Mirar hacia dentro

- 1.4-4.1. Complejidad
- 1.4-4.2. Estabilidad
- 1.4-4.3. Funcionamiento
- 1.4-5. Estrategia institucional, corporativa y de negocio
- 1.4-6. La percepción del cambio por parte de la organización
- 1.4-7. Estrategias de comunicación

2. Objetivos de la dirección intencional

- 2.1- Definición de objetivo
- 2.2- El público objetivo
 - 2.2-1. Ámbito interno
 - 2.2-2. Ámbito externo
- 2.3- Tipología de objetivos
 - 2.3-1. Objetivos internos
 - 2.3-1.1. Reducir incertidumbre y ganar en cohesión interna
 - 2.3-1.2. Capacitar para adaptarse a las tendencias del entorno
 - 2.3-1.3. Descubrir y desarrollar potenciales ocultos
 - 2.3-2. Objetivos externos
 - 2.3-2.1. Proyectar una imagen coherente y organizada
 - 2.3-2.2. Diferenciarse de la competencia
 - 2.3-2.3. Hacerse querer
- 2.4- Metodología práctica para la DI por objetivos

3. Enseñanzas comunicacionales

4. Referencias al capítulo

MÓDULO 2

El programa de atención al cliente:

fidelización y solución de conflictos

1. Definición

1.1- El ciclo comercial

1.2- El ciclo de vida del cliente

1.3- La retención

2. La experiencia de consumo

2.1- La memoria

2.1-1. Bases biológicas, cognoscitivas y socio-afectivas

2.1-2. Estructura y funcionamiento de la memoria

2.1-2.1. Almacenaje y recuperación

2.1-2.2. Asociación, transferencia e interferencia: el olvido

2.1-2.3. Tipos de memoria

3. El programa de fidelización

3.1- Criterios de márketing relacional

3.2- Estructura del programa

3.3- Factores funcionales: satisfacción y expectativa de consumo

3.3-1. Nivel de satisfacción

3.3-2. Expectativa de consumo

3.3-3. Equilibrio expectativa-nivel de satisfacción

3.3-4. Orientar acciones de mejora para el futuro

4. Atención al cliente en el punto de venta

4.1- Objetivos generales

4.2- Normas generales de atención al cliente

4.3- Actitudes frente a distintos tipos de usuarios

5. Solución de conflictos

- 5.1- Concepto, significado y tipología de conflicto
- 5.2- Metodología para resolver conflictos
 - 5.2-1. Acotación y definición del conflicto
 - 5.2-2. Puesta en valor de la solución
- 5.3- Habilidades necesarias para afrontar un conflicto
- 5.4- Reclamaciones

6. Enseñanzas comunicacionales

Referencias al capítulo

MÓDULO 3

La negociación

1. Definición de negociación

- 1.1- Contextos de negociación
- 1.2- La esencia del proceso negociador
- 1.3- La relación que conduce el proceso negociador
 - 1.3-1. Consenso
 - 1.3-2. Planificación
 - 1.3-3. Acción

2. Principios negociadores

- 2.1- Identidad
- 2.2- Información
- 2.3- Replanteamiento del discurso
- 2.4- Conocimiento de los participantes en el proceso
- 2.5- Aceptación

3. Estrategias y tácticas negociadoras

- 3.1- Negociar en la cadena de valor

3.2- Estrategias negociadoras

3.3- Tácticas negociadora

4. Enseñanzas comunicacionales

Referencias al capítulo

MÓDULO 4

El liderazgo 1: visión misión y operativa

1. Hacia una búsqueda de sentido

1.1- Un nuevo paradigma

1.1-1. El paradigma mecanicista

1.1-2. El paradigma holográfico

2. Sentido e implicaciones del liderazgo en la empresa actual

2.1- Visión

2.1-1. Localización del cambio

2.1-2. Dirección del cambio

2.1-3. Significado del cambio

2.1-4. El proceso del cambio

2.1-4.1. Valores

2.1-4.2. Actitudes

2.1-4.3. Disciplinas

2.1-4.4. Hábitos

2.1-5. Resultados y medios

2.1-6. Dimensiones del cambio

2.1-7. La aceptación

2.1-8. La adquisición de competencias y resultados

2.2- Misión

2.3- Operativa

2.4- Estilos de liderazgo

2.4-1. El liderazgo transformador

2.4-2. Competencias básicas

2.4-3. Conductas asociadas

2.4-4. Equilibrio estructura-función

2.4-5. La planificación

3. Enseñanzas comunicacionales

Referencias al capítulo

MÓDULO 5

El liderazgo 2: de personas y grupos

1. Liderar personas

1.1- Una aproximación al ser humano: ¿qué somos?

1.1-1. Bases biológicas de la conducta

1.1-2. La persona y su crecimiento

1.1-2.1. El ser

1.1-2.2. El yo cerebral

1.1-2.3. El cuerpo

1.1-2.4. La sensibilidad

1.1-2.5. La conciencia profunda

1.2- Valores personales

1.3- El desarrollo personal en interdependencia

1.4- Confianza y cooperación

1.5- Actitudes

1.6- Efecto contagio

1.7- Motivación

1.8- Relaciones jerárquicas

1.9- Conflictos interpersonales

1.10- La experiencia de flujo

1.11- Delegación

2. Liderar grupos

2.1- Definición de grupo

2.2- Funciones principales

2.3- Tipología

2.3-1. Primario

2.3-2. Secundario o asociación

2.3-3. Grupo social

2.3-4. De autoayuda

2.3-5. Referencial

2.3-6. Étnico

2.4- Relaciones grupales

2.4-1. De contacto

2.4-2. De corte

2.5- La constitución del liderazgo de grupos

2.5-1. Fase espontánea

2.5-2. Fase de transición

2.5-3. Fase efectiva

2.6- Orientaciones al liderazgo efectivo de grupos

2.7- Conciencia de pertenencia

2.7-1. La cohesión

2.8- Normas y leyes

2.8-1. Los roles

2.9- Actitudes de socialización

2.10- Contingencias

3. Enseñanzas comunicacionales

Referencias al capítulo

MÓDULO 6

La gestión de equipos de trabajo

1. Definición de grupo y equipo

1.1- La empresa como grupo

1.2- Equipos de trabajo

2. La constitución de un equipo

2.1- Fases en la creación

2.2- Criterios de formación

2.2-1. Conciencia colectiva

2.2-2. Cohesión

2.2-3. Asignación de roles, estatus, tareas y normas

2.2-4. Comunicación

2.2-5. Definición de los objetivos

2.2-6. Autoridad

2.2-7. Poder

2.2-8. Liderazgo

2.2-9. Factores ambientales

2.3- Equipos de alto rendimiento

3. La inteligencia emocional

- 3.1- Neurofisiología de las emociones
- 3.2- La conducta habilidosa
- 3.3- Inteligencia emocional y desarrollo directivo
 - 3.3-1. El desarrollo personal garantiza el equilibrio grupal
 - 3.3-1.1. La dimensión emocional de la conducta humana
- 4. La cultura grupal**
- 5. La psicología de los grupos &nbs**