

# PROGRAMA EXPERTO

**EXPERTO EN LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO**

**Programa Experto**



## ÍNDICE

<b>EXPERTO EN LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO .....</b>	<b>1</b>
Programa Experto .....	1
<b>1. CARACTERÍSTICAS.....</b>	<b>4</b>
1.1. DESCRIPCIÓN BREVE DEL CURSO .....	4
1.2. HORAS CERTIFICADAS, MODALIDAD .....	5
Horas Certificadas .....	5
Plazo máximo de realización .....	5
Modalidad .....	5
1.3. DESTINATARIOS .....	5
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
<b>3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN .....</b>	<b>6</b>
3.1. METODOLOGÍA .....	6
3.1.1. A distancia .....	7
3.1.2. Online .....	7
3.2. EVALUACIÓN.....	7
<b>4. PROGRAMA.....</b>	<b>8</b>
LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.....	8
Módulo 1. Las habilidades sociales .....	8
Módulo 2. Las relaciones humanas .....	8
Módulo 3. Componentes verbales de las habilidades sociales .....	8
Módulo 4. Componentes paralingüísticos: la voz y el habla .....	8
Módulo 5. La comunicación telefónica .....	8
Módulo 6. Comunicación no verbal .....	8
Enseñanzas comunicacionales .....	8
Referencias al capítulo .....	8
DIRECCIÓN INTENCIONAL POR OBJETIVOS .....	9
Módulo1. Condiciones previas para una dirección intencional .....	9
Módulo 2. Objetivos de la dirección intencional.....	9
Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis) .....	9
ATENCIÓN AL CLIENTE .....	9
Módulo 1. Definición .....	9
Módulo 2. La experiencia de consumo .....	9
Módulo 3. El programa de fidelización del cliente .....	10
Módulo 4. Atención al cliente en el punto de venta .....	10
Módulo 5. Solución de conflictos .....	10
Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis) .....	10
Referencias al capítulo .....	10
LA NEGOCIACIÓN.....	10
Módulo 1. Definición de negociación.....	10
Módulo 2. Principios negociadores .....	10
Módulo 3. Estrategias negociadoras .....	11
Módulo 4. Tácticas de negociación .....	11
Enseñanzas comunicacionales .....	11
Referencias al capítulo .....	11
EL LIDERAZGO 1: VISIÓN, MISIÓN Y OPERATIVA .....	11
Módulo 1. ¿Por qué liderazgo?: hacia una búsqueda de sentido .....	11
Módulo 2. Sentido e implicaciones del liderazgo en las organizaciones actuales .....	11
Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis) .....	12

EL LIDERAZGO 2: DE PERSONAS Y GRUPOS .....	12
Módulo 1. Liderar personas .....	12
Módulo 2. Liderar grupos.....	12
Enseñanzas comunicacionales .....	13
Referencias al capítulo .....	13
COMUNICACIÓN GRUPAL Y TRABAJO EN EQUIPO .....	13
Módulo 1. Definición de grupo y equipo.....	13
Módulo 3. La inteligencia emocional .....	13
Módulo 4. La cultura grupal .....	13
Módulo 5. La psicología de los grupos .....	13
Módulo 6. La reunión .....	14
Módulo 8. Solución de conflictos .....	14
Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis) .....	14
Referencias .....	14
LA COMUNICACIÓN PÚBLICA: PRESENTACIONES EFICACES.....	14
Módulo1. Fundamentos de la comunicación pública .....	14
Módulo 2. La puesta en acción: presentaciones eficaces .....	15
Resumen de enseñanzas (o a modo de síntesis).....	15
DESARROLLO PERSONAL.....	15
Módulo 2. Principios de salud .....	15
Enseñanzas comunicacionales .....	15
Referencias .....	15
<b>5. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO .....</b>	<b>16</b>
<b>6. CERTIFICACIÓN .....</b>	<b>17</b>
<b>7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA.....</b>	<b>17</b>
<b>8. FORMAS DE PAGO .....</b>	<b>17</b>
<b>9. CONTACTO .....</b>	<b>18</b>

## 1. CARACTERÍSTICAS

---

### 1.1. Descripción breve del curso

Este curso de habilita a las personas a descubrir **el valor real de sus organizaciones**, facilitando la creación de relaciones vitales de confianza y asegurando la obtención de resultados innovadores.

Ayuda a **mejorar la gestión directiva y de mandos intermedios**, descubriendo la verdadera utilidad práctica de conceptos como delegación, gestión de reuniones, rendimiento, planificación, público objetivo, expectativas y habilidades...

El nuevo marco económico, social y cultural que surge de la revolución científico-tecnológica, implica la reorganización de los sistemas tradicionales de trabajo mediante la creación de modelos de gestión interfuncionales, más flexibles y con capacidad de crear nuevo valor en las organizaciones.

Para ello, los directivos y mandos intermedios de las empresas y de la administración pública, deben **descubrir el significado del cambio y sus implicaciones personales y profesionales**; adquirir un adecuado nivel de conocimiento sobre las relaciones humanas; gestionar equipos de trabajo; resolver conflictos; equilibrar el corto y el largo plazo, compensar las aspiraciones personales de los trabajadores con los intereses corporativos; negociar con efectividad; diseñar programas eficaces de atención al cliente o establecer estrategias que permitan un crecimiento sostenido.

En este curso además se trabajarán las **habilidades sociales**, una habilidad social es una CAPACIDAD PERSONAL que se desarrolla en el seno de un grupo, para mejorarlo. Es efectiva cuando:

- Responde a objetivos concretos
- Mejora las relaciones
- Se desarrolla en un contexto de asertividad

Las habilidades sociales se desarrollan en contextos determinados. **COMO EL ENTORNO NO PUEDO CAMBIARLO, LO MÁS IMPORTANTE PARA DESARROLLAR HABILIDADES SOCIALES ES EL CRECIMIENTO PERSONAL.**

Embarcarse en la aventura del crecimiento personal significa admitir tres cosas fundamentales:

1. Que tenemos malos funcionamientos que hay que corregir
2. Que tenemos elementos esenciales en nuestras vidas que hay que cuidar
3. Que tenemos cosas positivas que hay que potenciar

### 1.2. Horas Certificadas, Modalidad

<b>Horas Certificadas</b>	345
<b>Plazo máximo de realización</b>	6 meses
<b>Modalidad</b>	A distancia/ Online

### 1.3. Destinatarios

Directivos y mandos intermedios de empresas y administraciones públicas, que deseen mejorar sus capacidades de gestión y dirección altamente efectiva. También para emprendedores que deseen crear un negocio propio y estudiantes interesados en encontrar una oportunidad laboral

## 2. OBJETIVOS

---

- Comprender el alcance y funcionalidad de la visión, la misión y la operativa empresariales.
- Habilitarse en el diseño de estrategias eficaces.
- Aprender a solucionar conflictos.

- Comprender en profundidad el alcance de un programa de atención al cliente y habilitarse en su creación e implementación.
- Analizar las oportunidades y las dificultades que conlleva la dirección de un grupo de trabajo.
- Aprender a crear equipos de alto rendimiento.
- Aprender a gestionar y planificar el tiempo.
- Superar los criterios comunes del pensamiento racional.
- Desarrollar una escala propia de valores, enfocada hacia el liderazgo Aprender a gestionar la cultura corporativa en la que se trabaja y observar las contradicciones y las oportunidades internas que se presentan.
- Priorizar objetivos.

### 3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

---

#### 3.1. Metodología

Nuestra escuela trabaja para conseguir un aprendizaje autónomo e interactivo. Para llevarlo a cabo, favorecemos el aprendizaje colaborativo, fomentando la interactividad entre los propios estudiantes y de estos con el equipo docente.

En nuestros cursos el alumno es el verdadero protagonista de su formación y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje. Nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica “Aprender haciendo” (“Learning by doing”).

Por eso, nuestro campus, cuenta con herramientas de comunicación y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, mensajería interna, correo electrónico, etc.

A continuación se detallan las dos modalidades que ofrecemos a nuestros alumnos:

### 3.1.1. A distancia

Este tipo de modalidad incluye:

- Envío de material al domicilio del alumno (gastos de envíos incluidos en el precio del curso)
- Plataforma educativa: disponible las 24 horas del día, todos los días del año.

(Esta modalidad sólo está disponible para alumnos residentes en territorio español, incluido Islas Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla)

### 3.1.2. Online

Este tipo de modalidad supone la completa realización del Programa Formativo a través del Campus Virtual. Incluye toda la documentación y material didáctico necesario para la realización completa de los estudios. No precisa de traslados para evaluaciones.

## 3.2. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de ejercicios prácticos que se puntuarán de 0 a 10. Para superar el curso, el alumno deberá realizar todos los ejercicios propuestos obteniendo una calificación mínima de 5 en cada uno de ellos. En el caso de que no se alcance la nota deseada, el alumno podrá reenviar el ejercicio tantas veces como considere oportuno hasta lograr su objetivo.

## 4. PROGRAMA

---

### La comunicación interpersonal

#### Módulo 1. Las habilidades sociales

- 1.1. La asertividad

#### Módulo 2. Las relaciones humanas

- 2.1. Complementaria
- 2.2. Simetría
- 2.3. Patológicas
- 2.4. Ausente

#### Módulo 3. Componentes verbales de las habilidades sociales

- 3.1. Preguntar
- 3.2. Escuchar empáticamente
- 3.3. Informar

#### Módulo 4. Componentes paralingüísticos: la voz y el habla

- 4.1. Articulación
- 4.2. Tono y entonación
- 4.3. Timbre
- 4.4. Volumen
- 4.5. Acento
- 4.6. Ritmo

#### Módulo 5. La comunicación telefónica

- 5.1. Ventajas y desventajas del teléfono
- 5.2. Ficha técnica
  - 5.2.1. Cuestiones a evitar
  - 5.2.2. Cuestiones a potenciar
  - 5.2.3. Protocolo para emitir y recibir llamadas

#### Módulo 6. Comunicación no verbal

- 6.1. Relación entre lenguaje verbal y no verbal
- 6.2. Estructura del lenguaje no verbal
- 6.3. La sincronía interaccional
- 6.4. Gestos y pautas de comportamiento
- 6.5. Saludo y despedida
- 6.6. La sonrisa
- 6.7. La mirada
- 6.8. Las manos
- 6.9. Proxémica
- 6.10. Postura

#### Enseñanzas comunicacionales

#### Referencias al capítulo

## Dirección intencional por objetivos

### Módulo1. 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. Atributos internos
    - 1.4.2.2. Atributos 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

### Módulo 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
    - 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

### Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)

#### Atención al cliente

Introducción: el programa de atención al cliente: fidelización y solución de conflictos

#### Módulo 1. Definición

- 1.1. El ciclo comercial
- 1.2. El ciclo de vida del cliente
- 1.3. La retención

#### Módulo 2. La experiencia de consumo

- 2.1. La memoria

- 2.1.1. Bases biológicas, cognoscitivas y socio-afectivas de la memoria
- 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
- 2.2.3. Tipos de memoria

### **Módulo 3. El programa de fidelización del cliente**

- 3.1. Criterios de marketing relacional
- 3.2. Estructura del programa de fidelización
- 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

### **Módulo 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

### **Módulo 5. Solución de conflictos**

- 5.1. Concepto, significado y tipología del conflicto
- 5.2. Metodología para la solución de 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

### **Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)**

#### **Referencias al capítulo**

## **La negociación**

### **Módulo 1. Definición de negociación**

- 1.1. Contextos de negociación
- 1.2. Tipos de negociación
- 1.3. La esencia del proceso negociador
- 1.4. La relación que conduce el proceso negociador
  - 1.4.1. Consenso
  - 1.4.2. Planificación
  - 1.4.3. Acción

### **Módulo 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

### **Módulo 3. Estrategias negociadoras**

- 3.1. Negociar en la cadena de valor
- 3.2. Estrategias negociadoras

### **Módulo 4. Tácticas de negociación**

- 4.1. Elementos de juego
  - 4.1.1. El precio de reserva
  - 4.1.2. La 1ª oferta
  - 4.1.3. El anclaje
  - 4.1.4. El punto de atracción
  - 4.1.5. El ritmo de concesiones o aproximación
  - 4.1.6. El compromiso
  - 4.1.7. Las amenazas
  - 4.1.8. Las escalas de utilidad
- 4.2. La actitud negociadora
  - 4.2.1. Escalada de conflicto
- 4.3. La figura del mediador

### **Enseñanzas comunicacionales**

### **Referencias al capítulo**

## **El liderazgo 1: visión, misión y operativa**

Introducción: Visión, misión y operativa

### **Módulo 1. ¿Por qué liderazgo?: hacia una búsqueda de sentido**

- 1.1. Un nuevo paradigma
  - 1.1.1. El paradigma mecanicista
  - 1.1.2. El paradigma holográfico

### **Módulo 2. Sentido e implicaciones del liderazgo en las organizaciones actuales**

- 2.1. Visión del líder
  - 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 del líder
- 2.3. Operativa
- 2.4. Estilos de liderazgo
  - 2.4.1. El liderazgo transformador

- 2.4.1.1. Competencias básicas
- 2.4.1.2. Conductas asociadas
- 2.4.1.3. El equilibrio estructura.
- 2.4.2. La planificación

## **Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)**

### **El liderazgo 2: de personas y grupos**

#### **Módulo 1. Liderar personas**

- 1.1. Una aproximación al ser humano: ¿qué somos?
  - 1.1.1. Bases biológicas de la conducta: el intercambio energético
    - 1.1.1.2. Funcionamiento del pensamiento
  - 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

#### **Módulo 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
  - 2.6.1. Conciencia de pertenencia
    - 2.6.1.1. La cohesión

- 2.6.2. Normas y leyes
  - 2.6.2.1. Los roles
- 2.6.3. Actitudes de socialización
- 2.6.4. Contingencias

### **Enseñanzas comunicacionales**

### **Referencias al capítulo**

## **Comunicación grupal y trabajo en equipo**

### **Módulo 1. Definición de grupo y equipo**

- 1.1. La empresa como grupo
- 1.2. Equipos de trabajo

### **Módulo 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

### **Módulo 3. La inteligencia emocional**

- 3.1. Neurofisiología de las emociones
- 3.2. La conducta socialmente 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

### **Módulo 4. La cultura grupal**

- 4.1. Invariantes culturales
- 4.2. El cambio cultural en la empresa
  - 4.2.1. Liberación y asimilación de energía
  - 4.2.2. Compensar estímulos negativos
- 4.3. Las organizaciones perversas
  - 4.3.1. Intervenir para sanear la cultura

### **Módulo 5. La psicología de los grupos**

- 5.1. Los supuestos básicos
  - 5.1.1. Supuesto básico de dependencia
  - 5.1.2. Supuesto básico de lucha y fuga
  - 5.1.3. Supuesto básico de emparejamiento
  - 5.1.4. Grupos sofisticados de trabajo

**Módulo 6. La reunión**

- 6.1. Pertinencia de la reunión
- 6.2. Reuniones productivas
  - 6.2.1. La participación de los miembros del grupo
  - 6.2.2. El acuerdo
- 6.3. Desarrollo
  - 6.3.1. Convocatoria
  - 6.3.2. TOP (tema + objetivo + plan)
  - 6.3.3. Selección de participantes
  - 6.3.4. Preparación del material
- 6.4. Roles

**Módulo 7. La dinámica de grupos**

- 7.1. Técnicas de trabajo en equipo
  - 7.1.1. Dibujo mi organización
  - 7.1.2. Solución de conflictos
  - 7.1.3. Psicodramatización
  - 7.1.4. Introspección interrogativa
  - 7.1.5. Confianza y cooperación
  - 7.1.6. El regalo de la alegría
  - 7.1.7. Negociación de roles
  - 7.1.8. Análisis de roles
  - 7.1.9. Técnica del grupo nominal
  - 7.1.10. Técnica interrogativa o de preguntas
  - 7.1.11. Philips 6/6
  - 7.1.12. Mesa redonda
  - 7.1.13. Estudio de casos
  - 7.1.14. Tormenta de ideas
  - 7.1.15. Foro

**Módulo 8. Solución de conflictos**

- 8.1. Concepto, significado y tipologías del conflicto
- 8.2. Metodología para la solución de conflictos
  - 8.2.1. Acotamiento y definición del conflicto
  - 8.2.2. Puesta en valor de la solución
- 8.3. Habilidades necesarias para solucionar conflictos

**Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)****Referencias****La comunicación pública: presentaciones eficaces****Módulo1. Fundamentos de la comunicación pública**

- 1.1 la opinión pública
- 1.2 el líder de opinión
- 1.3 la disonancia cognitiva
- 1.4 inducción a la acción
- 1.5 características del público

- 1.6 características del emisor
- 1.7 características del discurso público

## **Módulo 2. La puesta en acción: presentaciones eficaces**

- 2.1 el miedo escénico
- 2.2 medios técnicos e instalaciones
- 2.3 fichas de apoyo
- 2.4 imagen personal
  - 2.4.1. La voz
  - 2.4.2. La comunicación no verbal
  - 2.5.3. ¿cómo concluir con éxito?
- 2.6 la intención comunicativa
  - 2.6.1 funciones comunicativas principales
  - 2.6.2. Funciones comunicativas secundarias

## **Resumen de enseñanzas (o a modo de síntesis)**

### **Desarrollo personal**

#### **Módulo 1. Definición de desarrollo personal**

- 1.1. La sanación
  - 1.1.1. El análisis de las sensaciones
- 1.2. La reeducación
- 1.3. La revitalización o crecimiento en valores

#### **Módulo 2. Principios de salud**

- 2.1. El proceso energético de la salud
- 2.2. El estrés
- 2.3. La salud en el nivel físico
  - 2.3.1. Desintoxicación
  - 2.3.2. Nutrición adecuada
- 2.4. La salud en el nivel emocional
  - 2.4.1. Aceptar emociones propias
  - 2.4.2. Expresar emociones a los demás
  - 2.4.3. Emociones en cuatro dimensiones
- 2.5. La salud en el nivel mental
  - 2.5.1. Dos principios fundamentales
  - 2.5.2. Tres instancias principales
- 2.6. La salud en el nivel relacional
- 2.7. La salud en el nivel espiritual

## **Enseñanzas comunicacionales**

## **Referencias**

## 5. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO

---



Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (Madrid, 1990) y Experto en Pedagogía de la Imagen.

Director del Área de Competencias Profesionales.

Consultor y Evaluador en el Modelo Europeo de Calidad EFQM. 8 años de experiencia como formador y consultor en liderazgo y desarrollo directivo y organizacional. Proveedor de contenidos online.

Formador en Habilidades Sociales y Directivas, 1.500 horas de formación y más de 50 artículos publicados en revistas y periódicos de ámbito nacional y regional. Experiencia de dos años en la tutorización de alumnos online con la Escuela Europea de Negocios, en CLAY Formación y en la Universidad de Salamanca.

Ha participado como conferenciante en diversos encuentros internacionales, y en varias publicaciones como coordinador y coautor, colaborando, entre otras instituciones, con: la UNESCO, la Agencia Europea para la Cultura, la Conferencia Mundial para Negocios Globales y Desarrollo Sostenido, BearingPoint, la Fundación Encuentro, EADA, o, la Escuela Europea de Negocios.

Director de dos cursos de verano en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander, y, patrocinado por la Fundación Marcelino Botín, para el desarrollo de materiales educativos experimentales sobre Pedagogía de Imagen presentados en el III Congreso Internacional EDUCARED.

En la actualidad, compagina su actividad formativa en instituciones españolas y latinoamericanas, con la consultoría. Desde diciembre de 2000 dirige el Centro de Investigación en Gestión de Conocimiento. Su trabajo se centra en el desarrollo personal y profesional desde un punto de vista creativo, incidiendo en la importancia que tiene el estado anímico de las personas, para regular el flujo energético que sostienen la salud, el éxito y la felicidad.

## 6. CERTIFICACIÓN

---

**Una vez finalizado este curso** el alumno recibirá un certificado expedido por CLAY, Escuela Superior de Formación Online, miembro de las siguientes instituciones que garantizan y certifican la calidad de nuestros estudios:

- **APEL** (Asociación de Proveedores de eLearning)
- **AEFOL** (Asociación Española de Formación Online)
- **AEDETP** (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional)
- **AEDIPE** (Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas)

## 7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

---

Para realizar la inscripción tiene las siguientes opciones:

- Contactar a través del correo electrónico con el consultor/a que le ha enviado esta información.
- Enviar un correo a la dirección [cursos@clayformacion.com](mailto:cursos@clayformacion.com) donde indique sus datos personales para ponernos en contacto con usted.
- Si reside en España puede llamar al teléfono **902 36 73 76** pero si quiere llamarnos desde otro país tendrá que marcar **0034 923 19 19 62**.

## 8. FORMAS DE PAGO

---

Contamos con las siguientes formas de pago:

- Transferencia o ingreso bancario
- Tarjeta de crédito (pago on-line)
- Domiciliación bancaria
- Western Union

## 9. CONTACTO

---

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

CLAY Directo (España): 902 36 73 76

International Calling: (34) 923 19 19 62

Fax: 923 13 48 80

Mediante el correo electrónico: [cursos@clayformacion.com](mailto:cursos@clayformacion.com) o el correo de su consultor/a personal.