

DOBLE CERTIFICACIÓN

CURSOS



ÁREA ADMINISTRACIÓN



S Í G U E N O S



www.emaa-edu.com



El presente curso en Gestión del Capital Humano permite que los participantes adquieran una visión integral de la gestión humana, reconociéndola como estrategia organizacional. Por ello, es importante que el gerente esté en capacidad de manejar las herramientas, métodos y técnicas necesarias para conducir de manera integral las estrategias en los negocios.

GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

MÓDULOS:

MÓDULO I.

INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL CAPITAL HUMANO

MÓDULO II.

SUBSISTEMAS DEL CAPITAL HUMANO

MÓDULO III.

GESTIÓN POR COMPETENCIAS

MÓDULO IV.

LA PSICOLOGÍA Y EL HOMBRE COMO SISTEMA BIOPSICOSOCIAL

MÓDULO V.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

MÓDULO VI.

EQUIPO DE ALTO DESEMPEÑO: HABILIDADES PARA LA PARTICIPACIÓN

PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Gestionar con eficiencia los RRHH en una organización a través del diseño de estrategias de desarrollo del Talento Humano sobre la base de una concepción científica que garantice crecimiento y desarrollo de la organización con un máximo de responsabilidad.

DIRIGIDO A:

Profesionales de diferentes disciplinas, directivos, jefes, dueños de empresas y líderes de Talento Humano en América Latina.

Duración: 190 HORAS



PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

La psicología organizacional se encarga del estudio del comportamiento del ser humano en el campo del trabajo y las organizaciones, además de los fenómenos psicológicos individuales al interior de las organizaciones. Estudia la conducta del ser humano y sus experiencias en el contexto del trabajo y la organización desde una perspectiva individual, grupal y organizacional.

DIRIGIDO A:

Psicólogos, trabajadores sociales, administradores y gerentes en general.

MÓDULOS:

- Liderazgo y motivación en el trabajo
 - Gerencia del cambio
 - Acoso laboral y sus repercusiones
 - Salud y enfermedades ocupacionales
 - Comunicación asertiva y negociación
- Protocolo final

Objetivo General

Analizar el comportamiento del individuo en su lugar de trabajo y las organizaciones para poder hacer mejoras en el rendimiento de la productividad, el desarrollo potencial del personal y el mejoramiento de la calidad de vida laboral

Duración: 180 HORAS

A background image showing a group of business professionals in a meeting. They are seated around a table, looking at documents and laptops. One person is pointing at a document on the table. The scene is brightly lit, suggesting an office environment.

GESTIÓN EN MERCADEO

EL estudiante podrá familiarizarse con los conceptos de "marketing" permitiéndole establecer una clara distinción entre los enfoques administrativos basados en venta y/o producción y el concepto de "marketing", y analizar desde el punto de vista de mercadeo los cambios que ocurren a nivel mundial y nacional.

Objetivo General

Aplicar herramientas de marketing en empresas, organizaciones, fundaciones, entre otras; generadoras de productos o servicios que hagan actividad comercial en pro de la sociedad.

DIRIGIDO A:

Profesionales de diferentes áreas, directivos, publicistas, dueños de empresas y personas en general interesados en la administración mediante el mercadeo.

Duración: 210 HORAS

MÓDULOS:

MÓDULO 1

FUNDAMENTACIÓN DE LA MERCADOTECNIA

MÓDULO 2

PROGRAMAS DE MERCADEO SU PLANEACION, EJECUCION Y CONTROL

MÓDULO 3

LA INVESTIGACION DE MERCADOS: SU IMPORTANCIA

MÓDULO 4

SEGMENTACION: CONCEPTOS Y APLICACIONES

MÓDULO 5

LOS PROGRAMAS DE MERCADEO: LA PERSPECTIVA DE LA MEZCLA DE MERCADEO

MÓDULO 6

INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL
PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN Y DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL

Actualmente el rol del gerente se ha venido transformando dentro de las organizaciones y aparte de conocer y manejar prácticas de management, es necesario que desarrollen habilidades que les permitan orquestrar junto con sus equipos de trabajo todas las actividades dirigidas a conseguir con éxito los objetivos trazados.

Objetivo General

Dirigir equipos de alto desempeño, abiertos al aprendizaje, y dispuestos al desarrollo de procesos de transformación organizacional para el fortalecimiento de competencias organizacionales que permitan una dirección participativa, el desarrollo de valores compartidos y el alcance de los objetivos de la organización desde una concepción ética e innovadora.

MÓDULOS:

MÓDULO 1

GERENCIA Y PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

MÓDULO 2

LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO INTRODUCCIÓN

MÓDULO 3

EL TALENTO HUMANO EN LA ALTA GERENCIA

MÓDULO 4

EL CONFLICTO EN LAS ORGANIZACIONES

MÓDULO 5

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA
PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

DIRIGIDO A:

Propietarios, gerentes, miembros de la alta dirección y mandos medios de empresas de producción y servicios, colaboradores y profesionales, de las áreas de administración y aquellos profesionales universitarios de cualquier carrera que deseen conocer, manejar y desarrollar los diferentes conceptos y fundamentos relacionados con las habilidades necesarias para operar en cualquier organización.

Duración: 160 HORAS

GESTIÓN PROFESIONAL DE LA FUERZA DE VENTAS

Cuando se habla de la fuerza de ventas se hace referencia a los recursos, tanto humanos como materiales, de los que dispone una empresa para la comercialización de sus productos o servicios. Así, el principal objetivo de una compañía se traduce en la obtención del máximo rendimiento de estos recursos, consiguiendo un buen equilibrio entre inversión y ventas con el fin de que le permitan alcanzar los mejores márgenes de beneficio.

Objetivo General

Establecer la fuerza de ventas de alto desempeño y sus técnicas para la planificación, prospección y la priorización en la venta efectiva

MÓDULOS:

MÓDULO 1

Gestión en ventas

MÓDULO 2

La fuerza de ventas de alto desempeño

MÓDULO 3

La prospección en Ventas

MÓDULO 4

La prioridad en la venta efectiva

MÓDULO 5

Las neuroventas

PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

DIRIGIDO A:

Directivos, Gerentes y subgerentes comerciales, gerentes nacionales y regionales de ventas, ejecutivos y gerentes de pequeña y mediana empresa en el área comercial.

Duración: 180 HORAS

MODELO DE GESTIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL



El modelo de gestión de calidad en la administración empresarial, puede ser de gran ayuda como referencia y base metodológica a la hora de aplicar acciones de gestión de calidad en las distintas organizaciones públicas y privadas; de allí la importancia para todos los profesionales que se desempeñan como gerentes, administradores, directores, líderes de proyectos que incursionan en pro de la gestión de la calidad para el logro permanente de la mejora de sus direcciones.

Objetivo General

Desarrollar las herramientas prácticas necesarias para la identificación y priorización de acciones en la gestión de la administración empresarial en pro de la mejora y evaluación de la calidad existente.

MÓDULOS:

MÓDULO 1

Cultura de Calidad

MÓDULO 2

Desarrollo Organizacional

MÓDULO 3

Herramientas Estadísticas
en la Gerencia

MÓDULO 4

Diagnóstico y Auditoria de Servicio

MÓDULO 5

Formulación de Estrategias
de Servicio

MÓDULO 6

Herramienta para la mejora
PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

DIRIGIDO A:

Profesionales en cargos gerenciales, administrativos, ingenieros, directores, líderes de proyectos que deseen o requieran actualizar sus competencias laborales en la administración empresarial.

Duración: 240 HORAS



CREACIÓN DE EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO

Duración: 40 HORAS

Es importante que los equipos comprendan que todo grupo humano pasa etapas para generar cambios, aunque las características varíen, los miembros del equipo deben aceptar los altibajos del proyecto en trabajar en equipo como algo natural. Puede haber periodos de desaliento cuando se descubren los errores en las diferentes etapas, pero a medida que el equipo aprende con la experiencia, éste se recupera y progresa.

DIRIGIDO A:

Profesionales tales como ingenieros, economistas, administradores, directores, gerentes que requieren de herramientas que maximicen su capacidad de toma de decisiones adecuadas al desarrollo de su organización.

MÓDULOS:

1. Fundamentos del trabajo en equipo.
2. El trabajo en equipo y su impacto dentro de las organizaciones.
3. Principios para crear equipos de alto desempeño.
4. Causas que originan problemas en el equipo de trabajo.
5. ¿Qué es grupo, equipo y equipo de trabajo?
6. Modelos para el análisis y diagnóstico de equipos de trabajo.
7. Importancia de conformar equipos de alto desempeño.
8. Roles para fortalecer el equipo de trabajo.

Objetivo General

Dirigir equipos de alto desempeño, abiertos al aprendizaje, y dispuestos al desarrollo de procesos de transformación organizacional para el fortalecimiento de competencias organizacionales que permitan una dirección participativa, el desarrollo de valores compartidos y el alcance de los objetivos de la organización desde una concepción ética e innovadora.

ELABORACIÓN DE MANUAL DE PROTOCOLO EMPRESARIAL

Duración: 40 HORAS

Realizar el Manual de Protocolo de la Empresa, permitiendo ajustarlo al entorno laboral.

Objetivo General

Realizar el Manual de Protocolo de la Empresa, permitiendo ajustarlo al entorno laboral.

DIRIGIDO A:

Empresarios y todas las personas interesadas en trabajar en recursos humanos, organización de eventos, atención al cliente y para secretariado.

MÓDULOS:

- MÓDULO I.** El organigrama de la empresa, los logos, escudos, símbolos y demás elementos de la imagen corporativa de la empresa y las indicaciones sobre su uso.
- MÓDULO II.** Las normas del protocolo mixto, las reglas para la recepción y acompañamiento de visitas, tratamiento que se dará a clientes, superiores y autoridades.
- MÓDULO III.** Los códigos de comportamiento: vestimenta, horarios, relaciones personales.
- MÓDULO IV.** Las líneas generales de la comunicación corporativa, estableciendo los estilos adecuados en cada canal informativo. Los obsequios que pueden entregarse durante las celebraciones.



Estrategia de calidad para la **ATENCIÓN AL CLIENTE**

Objetivo General

Establecer la fidelización de los usuarios, consumidores o clientes, para mantener con ellos una relación a largo plazo, logrando así un desarrollo de habilidades comunicacionales en la atención de calidad, que garanticen su satisfacción absoluta con los productos o servicios que la empresa ofrezca.

DIRIGIDO A:

Todas las personas que estén dentro del campo de la atención al cliente o que deseen incursionar en el área.

MÓDULOS:

- MÓDULO I. Fundamentos de Servicio y Atención al Cliente.
- MÓDULO II. Diagnóstico Estratégico del Servicio al Cliente.
- MÓDULO III. Estrategias Claves del Servicio al Cliente.
- MÓDULO IV. Propuesta de Servicio y Atención al Cliente.

Duración: 40 HORAS