

ALMACENES E INVENTARIOS.

OBJETIVO:

Aprender las herramientas y técnicas de las operaciones de almacenamiento moderno, así como la actualización de nuevos sistemas para simplificar y mejorar en gran medida el control de los inventarios, además aprenderán como sincronizar ambas funciones para garantizar un alto nivel de servicio a clientes internos y externos y su relación en la administración de la cadena de suministros.

DIRIGIDO:

Gerentes, Supervisores y Jefes de Almacén, Compras, Materiales, Distribución, Manufactura, Operaciones, Refacciones y Logística y público en general.

TEMATICA:

1. CONCEPTO MODERNO DE ALMACÉN Y BENEFICIOS
 - a. Objetivos, estrategias y políticas adecuadas al tipo de empresa.
 - b. Distribución-Factor de Competencia.
 - c. Estrategia logística.
2. NUEVA VISION DEL ALMACENAJE
 - a. Tecnologías (código de barras, intercambio electrónico de datos y comercio electrónico).
 - b. Sistema de Trabajo.
 - c. Sistema de Computo.
 - d. Sistemas automáticos.
3. OPERACIÓN DE ALMACEN
 - a. Principales funciones en el almacén
 - b. Modelos de Planeación del trabajo.
 - c. Eficiencia y recepción de materiales.
 - d. Administración de materiales y activos fijos.
 - e. Transporte como complemento del almacenaje.
4. CADENA DE SUMINISTRO (ADMINISTRACION)
 - a. Automatización de operaciones.
 - b. Justo a tiempo en la operación.
 - c. Intercambio Electrónico de Datos (EDI).
 - d. Comercio Electrónico.
 - e. El sistema "push"- "pull"
5. ADMINISTRACION DEL CAPITAL HUMANO EN ALMACEN
 - a. Motivación.
 - b. Liderazgo.
 - c. Indicadores Clave de Desempeño.
6. CONTROL DE INVENTARIO
 - a. Control de registros.
 - b. Clasificación de materiales para conteos cíclicos.
 - c. Costo del Inventario
 - d. VMI
7. ABASTECIMIENTOS
 - a. Técnicas de notificación y decisión.

DURACION:

16 horas

CULTURA DE LAS 5S`s.

OBJETIVO:

Aprender la filosofía de las 5S's para generar esta cultura en sus centros de trabajo, incluso en el ámbito familiar.

DIRIGIDO:

Todo Personal de la Estructura Organizacional, Jefes de Departamento, Gerentes, Directores y público en general.

TEMATICA:

1. QUE ES 5S'S?
 - a. Antecedentes.
 - b. Beneficios.
2. Las 5S'S
 - a. Seleccionar.
 - b. Organizar.
 - c. Limpiar.
 - d. Estandarizar.
 - e. Seguimiento.
3. Implementación

DURACION:

16 horas

CURSO DE ACTUALIZACION DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, MAQUILADORA Y DE SERVICIOS DE EXPORTACION (IMMEX)

OBJETIVO: Que el participante tenga una visión integral de las actualizaciones en los programas de fomento de empresas dedicadas al comercio exterior es importante que conozcan las determinaciones, objetivos, obligaciones así como los beneficios que les permitan la toma efectiva de decisiones para su empresa.

DIRIGIDO: Gerentes de Comercio Exterior, Supervisores de Área y Jefes de Tráfico y Logística, Contadores y público en general.

TEMATICA:

1. CONCEPTO Y OBJETIVO DE PROGRAMA IMMEX
 - a. Conociendo el Decreto.
 - b. Definiciones
2. BENEFICIOS DEL PROGRAMA
 - a. Modalidades de IMMEX
 - b. Temporalidad: Plazos y Tipos
 - c. Transferencias de Temporales
 - d. Control de Inventarios
3. COMO OBTENER EL PRGRAMA
 - a. Requisitos para IMMEX.
 - b. Vigencia.



4. OBLIGACIONES DEL PROGRAMA

- a. Obligaciones IMMEX
- b. Reporte Anual

5. CANCELACION Y SUSPENSION DEL PROGRAMA

- a. Causales y Regularización
- b. Verificación Anual

6. CONTROL DE INVENTARIO

- a. Información que deberá contener el Sistema automatizado de control de Inventarios (Anexo 24)
- b. Estructura del Sistema
- c. Descripción de la Estructura del Sistema
 - Descripción de los Catálogos
 - Descripción de los Módulos de Aduanas
 - Descripción del Modulo de procesos
 - Descripción del Modulo de Reportes

7. GENERALIDADES

- a. Empresas que utilizan IMMEX
- b. Estadísticas

DURACION:

16 horas

sistema **TOMA DE DECISIONES.**s productivas

OBJETIVO: Aprender a detectar las oportunidades en los problemas que se nos presentan día con día, desarrollar la confianza para tomar nuestras decisiones, llevarlas a cabo y vigilar que se realicen de la manera en como lo esperamos.

DIRIGIDO: Personal de atención y servicio al cliente, Jefes de departamento, Gerentes, Directores y publico en general.

TEMATICA:

1. MANEJO DE LA PROBLEMÁTICA

- a. Cómo detectar problemas y oportunidades.
- b. Cómo tomar la decisión de decidir.

2. CONFRONTACION

- a. Modelos de decisión gerencial.
- b. Certidumbre, riesgo e incertidumbre.
- c. Modelo racional corporativo.
- d. Etapas para la toma de decisiones.

3. ACEPTACION Y MANEJO DE LAS DECISIONES

- a. Implantación y monitoreo de la decisión.

DURACION:

16 horas



TRABAJO EN EQUIPO.

OBJETIVO:

Aprender a detectar las oportunidades dentro de un equipo de trabajo, exaltando sus fuerzas, determinando sus amenazas y debilidades.

DIRIGIDO:

Personal de atención y servicio al cliente, Jefes de departamento, Gerentes, Directores y publico en general.

TEMATICA:

1. 5 DISFUNCIONES DENTRO DE UNA ORGNIZACION
 - a. Ausencia de Confianza
 - b. Temor al Conflicto.
 - c. Falta de Compromiso.
 - d. Evasión de Responsabilidades.
 - e. Falta de Atención a los Resultados.
2. COMUNICACIÓN
 - a. Modelo de las 5C's.
3. VISION SISTEMICA

DURACION:

16 horas

EVALUACION DE LA CALIDAD.

OBJETIVO:

Proporcionar a los participantes las ideas clave detrás de seis sigma, los roles cruciales y las responsabilidades que tienen los empleados en una iniciativa de seis sigma y cómo puede ésta beneficiarlos.

DIRIGIDO:

Personal involucrado en los procesos de calidad, personas interesadas en desarrollarse y desarrollar su departamento o empresa en el ámbito de calidad, ejecutivos y directivos con deseo de integrar calidad a su área de trabajo.

TEMATICA:

1. Costos de la Calidad
2. Medición del Desempeño
3. Modelos de Autoevaluación
4. Mejora Continua
5. Reingeniería de los Procesos y Calidad Total
6. La Calidad en Empresas Mexicanas

DURACION:

16 horas



OBJETIVO:

Aprender los conocimientos necesarios para ofrecer un servicio telefónico de calidad, detectar las oportunidades en los problemas que se nos presentan día con día, desarrollar la confianza de los clientes.

DIRIGIDO:

Personal de atención y servicio al cliente, Jefes de departamento y público en general.

TEMATICA:

1. QUE ES EL SERVICIO
2. MANEJO DE CRISIS
 - a. Cómo detectar problemas y oportunidades.
 - b. Cómo tomar la decisión de decidir.
3. ENFRENTAMIENTO
 - a. Ofensas Telefónicas.
 - b. Las Cinco frases prohibidas.
4. SERVICIO EXCELENTE
 - a. Elementos Clave para dar un Servicio Excelente.
 - b. Regla de Oro.

DURACION:

16 horas

LIDERAZGO Y EFECTIVIDAD OPERACIONAL.

OBJETIVO:

Aprender a detectar las oportunidades en la administración del capital humano aplicando las técnicas del liderazgo situacional día con día, desarrollar un nuevo concepto de efectividad para tomar decisiones, llevarlas a cabo y alcanzar los objetivos.

DIRIGIDO:

Personal de atención y servicio al cliente, Jefes de departamento, Gerentes, Directores y publico en general.

TEMATICA:

1. LIDERAZGO
 - a. Qué es Liderazgo?
 - b. Un líder Nace o se Hace?
 - c. Dirección del Cambio.
2. LIDERAZGO SITUACIONAL
 - a. Valores Humanos y Poder Gerencial.
 - b. Resistencia al cambio de Actitudes.
 - c. Comportamiento y Poder Gerencia
3. EFECTIVIDAD
 - a. Qué es Efectividad?.
 - b. Qué hacer para que su Equipo reme en la misma dirección.

DURACION:

16 horas



PLANEACIÓN ESTRATEGICA

OBJETIVO:

Entrenar a los participantes para que dentro de sus organizaciones apliquen herramientas de planeación y diseño de estrategias orientadas a incrementar sus capacidades operacionales logrando los resultados esperados.

DIRIGIDO:

Jefes de departamento, Gerentes, Directores y Público en General.

TEMATICA:

1. Introducción
2. Evolución de la planificación estratégica.
3. Análisis de las fortalezas y limitaciones de la empresa (Análisis FODA)
4. El proceso de la planeación estratégica
5. Procesos Para Establecer Objetivos
6. Programación funcional a mediano plazo
7. Conclusiones

DURACION:

16 horas



EQUIPOS AUTODIRIGIDOS

sistemas y soluciones productivas

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre la relación que existe entre el nivel de calidad personal y la calidad en el trabajo diario.

Propiciar que el participante encuentre nuevos acercamientos, conocimientos e ideas que le sirvan de apoyo a su entrenamiento en el proceso de un equipo de trabajo a uno orientado a resultados.

Que el participante obtenga los conocimientos para poder hacer frente a periodos de crisis dentro de un equipo de trabajo, exaltando sus fuerzas, determinando sus amenazas y debilidades.

Aprender a detectar las oportunidades en los problemas que se nos presentan día con día, desarrollar la confianza para tomar nuestras decisiones, llevarlas a cabo y vigilar que se realicen de la manera en como lo esperamos.

DIRIGIDO:

Personal Operativo, Atención y Servicio al cliente, Mandos Medios y Jefes de Departamento.

TEMATICA:

1. CALIDAD PERSONAL
 - a. ¿Qué Es Calidad Personal?
 - b. Creatividad- Fundamental Para Evadir El Aburrimiento
 - c. La Esencia Personal Y De Lo Que Hago En La Compañía
 - d. ¿Quién Soy Yo?
2. MOTIVACIÓN



- a. Voluntad
 - b. Actitud
 - c. Servicio
 - d. Amor
-
3. COACHING Y LIDERAZGO
 - a. Comunicación Efectiva
 - b. ¿Dónde Se Da Y Quien Lo Hace? ¿Qué Significa? ¿Qué Aporta? Coaching Empresarial
 - c. Liderazgo Y Sistemas Representacionales (PNL)
-
4. EQUIPOS AUTODIRIGIDOS
 - a. Identidad De Equipo
 - b. Tú No Eres Una Isla
 - c. Resultado De Equipo

DURACION:

16 horas

FORMACIÓN DE INSTRUCTORES

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre la aplicación de conceptos de capacitación y entrenamiento, mediante la aplicación de técnicas de aprendizaje en el adulto.

DIRIGIDO:

Mandos Medios y Jefes de Departamento.

TEMATICA:

1. PRINCIPIOS DE LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL
2. TECNICAS DE ENSEÑANZA
3. EL INSTRUCTOR
4. ROL DEL INSTRUCTOR

DURACION:

16 horas



OBJETIVO:

Al término del seminario, el participante será capaz de seleccionar y aplicar la metodología apropiada, de cara a la negociación de asuntos públicos y privados, en un mercado de alta competencia, con la finalidad de obtener resultados positivos.

DIRIGIDO:

Público en general (Jefes, Supervisores, Mandos Medios) etc.

TEMATICA:

- 1.- Conceptos generales.
 - ¿Qué es una negociación?
 - ¿Quién es el negociador?
 - Elementos participantes en una negociación
- 2.- ¿Para qué negociar?
 - Definición de objetivos
- 3.- Tipos de negociación y estilos del negociador.
 - Gano-ganas (el equilibrio)
 - Gano e impongo (el poder)
 - Pierdo, pero rescato (las causas perdidas)
 - Arriesgo imponiendo condiciones (gano a mediano plazo)
- 4.- Prepare su negociación.
 - Planeación de la negociación
 - El escenario
 - La ventaja de ser local
- 5.- Aspectos psicológicos del negociador.
 - Temperamento y carácter
 - Motivación primaria y secundaria
- 6.- La comunicación "es" la negociación.
 - Un modelo de comunicación
 - El lenguaje: la herramienta básica
 - denotativo y connotativo
 - semántica y pragmática
 - signos y símbolos
 - el lenguaje corporal
- 7.- Fuentes de poder en la negociación.
 - De la coerción al convencimiento
 - Detección de precios
- 8.- El proceso de la negociación.
 - Estrategias y tácticas
 - Retroalimentación
 - Control
- 9.- Práctica de negociación.

DURACION:

16 horas



SIX SIGMA PARA EJECUTIVOS

OBJETIVO: Proporcionar a los participantes las ideas clave detrás de seis sigma, los roles cruciales y las responsabilidades que tienen los empleados en una iniciativa de seis sigma y cómo puede ésta beneficiarlos.

DIRIGIDO: Personal involucrado en los procesos de calidad, personas interesadas en desarrollarse y desarrollar su departamento o empresa en el ámbito de calidad, ejecutivos y directivos con deseo de integrar calidad a su área de trabajo.

TEMATICA:

1. Enfoque a Procesos.
 - Visión sistémica de la empresa.
 - Pasos para la administración por procesos.
2. Control Estadístico de Procesos.
 - Herramientas estadísticas.
 - Gráficos de control de procesos.
 - La curva normal.
3. ¿Qué es Seis Sigma?.
 - Seis sigma como una medida estadística.
 - Seis sigma como una meta.
 - Seis sigma como un sistema de dirección.
 - Los seis principios de seis sigma.
4. Seis Sigma en la Organización.
 - Implementando seis sigma.
 - La ruta correcta.
 - Nuevos roles para directivos y empleados.
 - Black Belt.
 - Master Black Belt.
 - Green Belt.
 - Champion y/o sponsor.
 - Líder de implementación.
5. El Proceso para Resolución de Problemas.
 - El equipo seis sigma.
 - El ciclo de vida del equipo.
 - El modelo para resolución de problemas.
6. Guía del Superviviente Seis Sigma.
 - El cambio que trae seis sigma.
 - Mejorando habilidades profesionales mediante seis sigma.
7. La Caja de Herramientas de Seis Sigma.
 - Herramientas para generar ideas.
 - Herramientas para la obtención de datos.
 - Herramientas para el análisis de procesos y de los datos.
 - Herramientas para el análisis estadístico.
 - Herramientas para la implementación y la gestión de procesos.
8. Liderazgo en Seis Sigma.
 - Líderes en todos los niveles.
 - Beneficios.
 - El reto del liderazgo.

DURACION:

16hrs

GREEN BELT TRAINING.

OBJETIVO:

Habilitar a los participantes para que dentro de sus organizaciones incrementen sus capacidades operacionales y llegar a ser Clase Mundial en lealtad al cliente y efectividad operacional.

DIRIGIDO:

Personal involucrado en los procesos de calidad, personas interesadas en desarrollarse y desarrollar su departamento o empresa en el ámbito de calidad, ejecutivos y directivos con deseo de integrar calidad a su área de trabajo.

TEMATICA:

1. Introducción al Programa Green Belt.
2. Desarrollo de Equipos.
3. Desarrollo de Habilidades del Green Belt.
4. Reuniones Efectivas.
5. Modela de la Mejora.
6. Herramientas de Calidad.
7. Estado Actual.
8. Desarrollo de Cambios.
9. PDSA.

DURACION:

20 horas

ADMINISTRACIÓN Y MANEJO DEL TIEMPO

OBJETIVO:

Mejorar el desempeño personal en el trabajo a través de técnicas y herramientas de administración del tiempo y planeación de actividades.

DIRIGIDO:

Toda persona interesada en tener una mejor organización

TEMATICA:

1. El tiempo ¿un enemigo o un aliado?
Preocupación para las empresas
Afrontar el problema
¿Qué es la administración del tiempo?
2. Administración estratégica de nuestro tiempo
Círculo estratégico de la administración personal y profesional
3. Personalidad y Administración del tiempo
El uso del tiempo, reflejo de la personalidad
Controlar o dejarse manejar
Principios de administración del tiempo
Programación efectiva de actividades
4. El Tiempo del Ejecutivo



Un tiempo de especial trascendencia
Ladrones del tiempo del Ejecutivo
El equipo Jefe – Secretaria
La personalidad del Ejecutivo exitoso con el tiempo
Efectividad de la comunicación verbal y escrita
Las trampas de las juntas más planeadas

5. Uso creativo del tiempo
Más allá del uso del producto
Principios del tiempo recreativo
Funciones del tiempo libre
Tiempo de vivir, un tiempo de plenitud.

DURACION:

16hrs

TALLER DE ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y DE MEJORA CONTINUA

OBJETIVO:

El participante conocerá diferentes métodos para determinar la causa-raíz de un problema de calidad, para incrementar su capacidad de detección y prevención de situaciones que afectan la calidad, mediante el empleo de técnicas de Lean Management y Six Sigma.

DIRIGIDO:

Público en general (Jefes, Supervisores, Mandos Medios) etc.

TEMATICA:

1. Introducción
- 2.- Áreas de oportunidad
- 3.- Lean Management
- 4.- Six Sigma
- 5.- Documentación de AC, AP y MC
- 6.- Técnicas de análisis
- 7.- Casos prácticos

- 8.- Conclusiones

DURACION:

16hrs



CONTROL ESTADISTICO DEL PROCESO

OBJETIVO:

Conocer las diferentes herramientas estadísticas para poder saber si el proceso se encuentra dentro de control.

DIRIGIDO:

Líderes de proceso, jefes de producción, calidad, supervisores y gerentes de producción.

TEMATICA:

1. INTRODUCCION
 - 1.1 ANTECEDENTES
 - 1.2 IMPORTANCIA
 - 1.3 APLICACIONES
2. MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL
 - 2.1 DISTRIBUCION DE FRECUENCIAS
 - 2.2 MEDIA, MEDIANA, MODA
 - 2.3 GRAFICA DE BARRAS
 - 2.4 TEOREMA DEL LIMITE CENTRAL
 - 2.5 DISTRIBUCION
3. HERRAMIENTAS DE CONTROL
 - 3.1 CARTAS DE CONTROL Y DETERMINACION DE LIMITES
 - 3.2 CARTAS DE CONTROL POR ATRIBUTOS
 - 3.3 CARTAS DE CONTROL POR VARIABLES
 - 3.4 COMPORTAMIENTO DEL PROCESO
4. CAPACIDAD DE PROCESOS
 - 4.1 INDICADORES C_p , C_{pk} , C_{ps} , C_{pm}
 - 4.2 INDICADORES DE ESTABILIDAD (METRICAS CON 6 SIGMA)
 - 4.3 ESTABILIDAD DEL PROCESO
 - 4.4 CENTRAMIENTO DEL PROCESO
5. COSTOS DE LA MALA CALIDAD
 - 5.1 COSTOS DE PREVENCIÓN
 - 5.2 COSTOS DE EVALUACIÓN
 - 5.3 COSTOS POR FALLAS INTERNAS
 - 5.4 COSTOS POR FALLAS EXTERNAS

DURACION:

16hrs



CALIDAD, ACTITUD Y SERVICIO PARA ATENCIÓN AL CLIENTE

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre la relación que existe entre el nivel de calidad personal y la calidad en el trabajo diario.

DIRIGIDO:

Público en general (Jefes, Supervisores, Mandos Medios) etc.

TEMATICA:

1. Qué es la calidad
2. El significado de la calidad personal
3. Como juzgar la calidad personal
4. Nuestro nivel de actuación real
5. Nuestro nivel de actuación ideal
6. Como mejorar nuestro nivel de actuación en el servicio a clientes
7. ¿Por qué algunas personas carecen de una Actitud de Servicio?
8. Creencias básicas para desarrollar la Calidad en el Servicio
9. ¿Proceso para desarrollar una Actitud de Servicio?
10. Calidad en el servicio
11. Como introducir el desarrollo de calidad en una organización
12. La calidad en el servicio a clientes en empresas de clase mundial

DURACION:

16hrs

EL PLACER DE SERVIR

(Calidad en el servicio)

OBJETIVO:

El entrenamiento ofrece al participante la oportunidad de convertirse poco a poco en un servidor de excelencia, convencido de que en el mundo de los negocios de éxito, más vale quien mejor sirve, y estará dispuesto al cambio de actitud que le permitirá el placer de servir y la oportunidad de crecer para sí mismo y para su Empresa

DIRIGIDO:

Público en general (Jefes, Supervisores, Mandos Medios) etc.

TEMATICA:

1. Yo – autoimagen
2. Empresas - Empresas líderes
3. Calidad de personas
4. Todos servimos
5. A los clientes
6. Servi – plus
7. Para vivir, Placer por servir
8. Ser útil
9. Compromiso: garantía
10. Expectativas, deseos y necesidades de satisfacer



11. Siempre hay algo más...
12. Calidad de servicio
13. Clientes, clientes, clientes, clientes
14. Estrategias
15. Y ¿el teléfono?
16. Uso y abuso
17. Teléfono productivo
18. Bueno – mejor – excelente
19. Regla de oro
20. Complementarios: además de, extra
21. Motivación, interés, atención
22. Comunicación afectiva
23. Urgen servidores
24. Calidad de empresa
25. En adelante
26. Clientes satisfechos

DURACION:

16hrs

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y LIDERAZGO "LA HABILIDAD CLAVE PARA SER LÍDER"

OBJETIVO: El participante tendrá un acercamiento con los conceptos básicos de Inteligencia Emocional, el participante se sensibilizará como el manejo de las emociones puede traer impactos positivos a su vida. Al finalizar el evento los participantes conocerán, comprenderán y dominarán los principales conceptos relacionados con el liderazgo. Habrán desarrollado las habilidades necesarias para ser líderes efectivos de sus respectivas áreas de trabajo.

DIRIGIDO: Directores, Gerentes, Supervisores, Mandos Medios y Público en General

TEMATICA:

1. Definiciones Generales
2. Aspectos Básicos
3. Dimensiones de la Inteligencia Emocional:
 - a. Autoconciencia
 - b. Autocontrol
 - c. Automotivación
 - d. Empatía
 - e. Habilidades Sociales
4. A qué llamamos motivación
5. Importancia de la motivación para la empresa moderna
6. El papel del jefe/líder como elemento motivador de su equipo de trabajo.
7. ¿Líder o jefe?
8. Mitos del liderazgo
9. Principios y características del liderazgo
10. Autoevaluación del estilo de liderazgo.
11. El líder como desarrollador de las capacidades de su personal.
12. Conclusiones y compromisos

DURACION:

16hrs



COACHING Y LIDERAZGO

OBJETIVO:

Familiarizar a los participantes con los principios, características, comportamientos, condiciones y herramientas que son practicadas por quienes dirigen equipos con técnicas de Coaching, y que hoy en día son utilizadas por Líderes de empresas competitivas, dándole un enfoque diferenciado frente a estilos de liderazgo gerenciales tradicionales.

DIRIGIDO:

Gerentes, jefes de área, supervisores y toda aquella persona que maneje personal dentro de la organización.

TEMATICA:

1. EL MEDIO ACTUAL DEL COACHING ¿Dónde se da y quien lo hace?¿Qué significa?¿Qué aporta?
Coaching empresarial
2. UN MODELO PARA EL COACHING estructuras necesarias Procesos, sistemas, herramientas e instrumentos de seguimiento y medición Gente Coaching como un estilo de liderazgo y dirección de equipos
3. LIDERAZGO EFECTIVO
 - 3.1 Concepto de liderazgo
 - 3.2 Condiciones organizacionales para el ejercicio del liderazgo
 - 3.3 Cambie su estilo de dirección
4. CONDICIONES NECESARIAS PARA DESARROLLAR EL LIDERAZGO DE ACCION
 - 4.1 Requisitos básicos para ser líder
 - 4.2 Aspectos tangibles e intangibles del liderazgo
 - 4.3 Habilidades fundamentales del líder
5. ANALISIS DE LA SITUACION
 - 5.1 Condiciones actuales del entorno que afectan su estilo de liderazgo: políticas- procedimientos- recursos
 - 5.2 Clarificación de los cambios a realizar en su entorno inmediato
6. PROPUESTA DE TRABAJO
 - 6.1 Acciones a realizar: plan de trabajo
 - 6.2 Sistema de seguimiento
7. COMPROMISO CON LA IMPLANTACION DEL LIDERAZGO DE ACCION

DURACION:

16hrs



LIDERAGO EFICAZ PARA DIRECTIVOS DE VENTAS

OBJETIVO:

Desarrollar en los participantes las habilidades de liderazgo necesarias para dirigir de manera efectiva a sus respectivos equipos de trabajo.

DIRIGIDO:

Gerentes, directores y jefes de ventas. Y en general a toda aquella persona interesada en perfeccionar sus habilidades de liderazgo.

TEMARIO:

1. Introducción al liderazgo
2. Componentes básicos del liderazgo
3. 5 habilidades básicas.
4. El liderazgo en acción
 - a. Desafiando lo establecido
 - b. Como desarrollar una Visión compartida
 - c. Como Facultar a los demás de manera efectiva
 - d. Importancia y necesidad de Modelar con el ejemplo
 - e. Alentando el espíritu de los demás
5. Conclusiones y compromisos

DURACION:

16hrs

CÓMO HACER CIERRES EFECTIVOS DE VENTA "LA TÉCNICA Y EL ARTE DE CERRAR NEGOCIOS"

OBJETIVO:

1. Identificar el efecto de la personalidad sobre el cierre de ventas.
2. Analizar el proceso de la venta como un detonador de los cierres de ventas.
3. Evaluar los pasos para un cierre de venta efectivo.
4. Conocer de técnicas para el cierre de una venta.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios, supervisores de primera línea y personal de ventas.

TEMATICA:

1. Concepto de cierre de ventas. El cierre es un acto natural de ventas.
2. Dos componentes en el cierre: el cierre emocional y el cierre racional
3. Personalidades en el vendedor
4. Efectos de la personalidad del vendedor sobre la forma de hacer el cierre
5. Tipos de personalidades en vendedores
6. Revisión del proceso genérico de ventas y su relación con el cierre.
7. La presentación de ventas y su impacto en el cierre de venta
8. Tipos de presentaciones: personal, utilizando recursos y digitales

jolmedo@synergika.com.mx

1730-9310

33-3172-9605

Av. San Francisco 3429
Jardines de los Arcos
CP 44500, Zapopan Jalisco

9. Técnica madre: AIDA y su relación con el cierre de ventas
10. Las señales de compra: indicador para hacer cierres de ventas
11. Tipos de señales de compra que emiten los clientes
12. El momento oportuno (M.O.) del cierre de ventas
13. Análisis de los compradores (clientes)
14. Técnicas de cierres de ventas: se presentan 16 técnicas de cierres.

DURACION:

16hrs

EL RETO DE VENDER HOY

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre los diferentes elementos que interactúan en el proceso de ventas actualmente, mediante el uso de herramientas de ventas para lograr una profesionalización de las ventas en la organización.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios, supervisores de primera línea y personal de ventas.

TEMATICA:

15. Aspecto psicológico de las venta
16. La cadena de los procesos en las Ventas y el Servicio.
17. El alto costo de perder un cliente.
18. Los siete pecados del servicio.
19. Los factores de servicio de Excelencia a los clientes.
20. Inteligencia Emocional en las ventas.
21. Liderazgo Personal.
22. Técnicas de entrada y Comunicación Efectiva
23. Técnica de Negociación, manejo de objeciones, seguimiento y valor agregado.

DURACION:

16hrs

VENTAS E INTELIGENCIA EMOCIONAL

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre los diferentes elementos que conforman a la Inteligencia Emocional y cómo interactúa en el proceso de ventas, mediante el uso de herramientas básicas de autoconocimiento y ventas para lograr una profesionalización de las ventas en la organización.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios, supervisores de primera línea y personal de ventas.

TEMATICA:

1. INTELIGENCIA EMOCIONAL I
Autoconciencia

jolmedo@synergika.com.mx

1730-9310

33-3172-9605

Av. San Francisco 3429
Jardines de los Arcos
CP 44500, Zapopan Jalisco



Control Emocional
Motivación
Empatía
Habilidades Emocionales

2. INTELIGENCIA EMOCIONAL II
Liderazgo
Equipos Orientados a Resultados
Servicio al cliente y CRM
Manejo del Conflicto
3. VENTAS
Aspectos básicos de las ventas
Perfil del vendedor
¿Qué implica prospectar?
Diferentes tipos de cierre
Negociación con Inteligencia Emocional

DURACION:

16hrs

DESARROLLO PROFESIONAL DE EJECUTIVOS DE VENTAS

OBJETIVO:

Conocer y aplicar las principales estrategias y técnicas de ventas, para aplicarlas en un mercado competido y con recursos reducidos.

Lograr una nueva actitud de competitividad y calidad en el servicio al cliente.

Actualizar a los participantes en los conocimientos y la aplicación de los principios claves del proceso de la venta.

DIRIGIDO:

Personal de Ventas y área de apoyo y atención a clientes de la empresa.

TEMATICA:

1. EL VENDEDOR PROFESIONAL
Conceptos básicos
Perfil del Vendedor
Funciones del Vendedor
2. PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN EN VENTAS
Establecimiento de metas en ventas
Manejo del tiempo en ventas
Elementos auxiliares en la organización
El plan de ventas
3. LA ESTRATEGIA EN VENTAS
Relativa al Producto
Relativa a la Promoción
Relativa a la Distribución
4. EL PROCESO DE LA VENTA
Desde la prospectación
Pasando por el cobro



- Hasta la Nueva Venta
5. CONSERVANDO AL CLIENTE
La calidad en el servicio

DURACION:

16hrs

EL PERFIL DEL VENDEDOR MODERNO

OBJETIVO:

El participante conocerá las bases y herramientas para el éxito en los procesos de ventas.

DIRIGIDO:

Personal de Ventas y área de apoyo y atención a clientes de la empresa

TEMATICA:

1. Conoce la cadena de los procesos en las Ventas y el Servicio.
2. Identifica el alto costo de perder un cliente.
3. Evita los siete pecados del servicio.
4. Utiliza los factores de servicio de Excelencia a los clientes.
5. Desarrolla Competencias y aumenta tu Compromiso.
6. Liderazgo Personal.
7. Técnica de preparación y FODA para las ventas y el servicio.
8. Técnicas de entrada y Comunicación Efectiva
9. Técnica de Gente con Inteligencia Emocional.
10. Técnica de Negocio, seguimiento y valor agregado.

DURACION:

16hrs

EL VENDEDOR PROFESIONAL

OBJETIVO:

Que los participantes desarrollen las competencias necesarias para desempeñarse como vendedores profesionales logrando ser más eficaces en los cierres, a través de nuevas estrategias y técnicas de ventas, y obteniendo como resultado una mejor productividad.

DIRIGIDO:

Ejecutivos de ventas, atención a clientes, supervisores, gerentes de ventas y a toda persona interesada e involucrada con ventas.

TEMATICA:

1. El vendedor actual
2. El profesional en ventas



3. El ciclo de la venta
4. Tratar con clientes
5. Ventas exitosas y de alto rendimiento
6. Administración de equipos
7. Liderazgo en ventas
8. Objeciones como rebatir
9. Conociendo mi producto o servicio
10. Ventas por teléfono y citas efectivas
11. Citas en frío
12. Modulación de la voz
13. Comunicación efectiva
14. Trabajo en equipo
15. Tipos de cierre
16. Perfil del cliente
17. Búsqueda de nuevos nichos de mercado
18. Clientes anteriores
19. Valores del profesional y ética
20. Presentación personal y del producto o servicio
21. Escuchar al cliente
22. Productos y servicios
23. Tratar con gente difícil
24. Posventa
25. Seguimiento
26. Errores frecuentes
27. Estado de ánimo
28. Fijar metas
29. Venta asociada
30. Venta en la calle: casa por casa
31. Venta de piso o mostrador
32. Empatía con el cliente
33. Calidad en el servicio
34. Promesas rotas y promesas cumplidas
35. Descuentos y negociación

DURACION:

16hrs

TÉCNICAS DE VENTAS PROFESIONALES

OBJETIVO:

El participante contará con las competencias necesarias para organizar su trabajo, aplicará estrategias mercadológicas a la función de ventas, identificará a sus clientes y las técnicas adecuadas para dejarles satisfechos y sabrá manejar las objeciones que se presenten

DIRIGIDO:

Personal de ventas, tanto administrativos como de campo

TEMATICA:

1. Proceso de ventas actual
2. El marketing y el vendedor profesional
 - a. Concepto de marketing



- b. Papel del equipo de ventas
3. Organización del equipo de ventas
 - a. Enfoque sistemático
 - b. Formas de organización
 - c. Puntos para el plan de acción
 - d. Función de control y mecanismos
4. Principios para la búsqueda de clientes potenciales
5. Diferenciar los clientes potenciales de los que no lo son
6. Respuesta a objeciones posibles
 - a. La barrera del no
 - b. Razones del no
 - c. Motivos del sí
 - d. Resistencia psicológica
 - e. Resistencia lógica

DURACION:

16hrs

DIRECCIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE VENTAS

OBJETIVO:

El participante contará con las competencias necesarias para organizar su trabajo, aplicará estrategias mercadológicas a la función de ventas, identificará a sus clientes y las técnicas adecuadas para dejarles satisfechos y sabrá manejar las objeciones que se presenten

DIRIGIDO:

Personal de ventas, tanto administrativos como de campo

TEMATICA:

1. La organización del equipo de ventas
 - ¿Qué son las ventas?
 - Switch Mental
 - Creatividad
2. Análisis de áreas fundamentales de la fuerza de ventas
 - Responsabilidades- Perfil de Puesto
3. Características del director de ventas, funciones y responsabilidades
 - Habilidades del Pensamiento
 - Homeostasis o Zona de Confort
 - Caso Coca Cola
 - 8 Decisiones
 - FODA Personal y equipo de ventas
 - Grupo BIMBO
 - La Esencia
 - Funciones y Responsabilidades
4. Principales requisitos de la estructura de ventas



- ¿Qué quiere un cliente de un vendedor estrella?
 - a) Balance entre la tarea y la relación
- Selección y contratación de vendedores-Perfil de Puesto
- Capacitación de personal de ventas-Perfil de Puesto
- La evaluación del vendedor-Perfil de Puesto
- La retribución del vendedor, agente, comisionista, ejecutivo de ventas o asesor de ventas-Perfil de Puesto
- Trabajo administrativo-Perfil de Puesto
- 5.** Diferentes esquemas para organizar la red de ventas
 - Distribución de cartera de clientes por mercados, por clientes, por productos, por zonas geográficas.
 - El caso de grandes clientes
 - Relación de cartera
- 6.** Problemática que origina la falta de organización comercial
- 7.** Criterios para diseñar una organización comercial
- 8.** Integrantes de la organización comercial

DURACION:

16hrs

DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS

OBJETIVO:

El participante contará con las competencias necesarias para organizar su trabajo, aplicará estrategias mercadológicas a la función de ventas, identificará a sus clientes y las técnicas adecuadas para dejarles satisfechos y sabrá manejar las objeciones que se presenten

DIRIGIDO:

Personal de ventas, tanto administrativos como de campo

TEMATICA:

1. La Dirección de Marketing

- ✓ Concepto y objetivo
- ✓ Las 4 P's
- ✓ Objeto de estudio del marketing
- ✓ Proceso de Marketing
- ✓ Tendencias

2. Dirección Comercial y de Venta

- ✓ Funciones
- ✓ Personal
- ✓ Objetivos
- ✓ Ventas
- ✓ Seguimiento
- ✓ Marketing

3. El Proceso de Venta

- ✓ Definición del Proceso de Venta
- ✓ Los Pasos o Fases del Proceso de Venta
- ✓ Prospección
- ✓ El acercamiento previo o "pre entrada"
- ✓ La presentación del mensaje de ventas
- ✓ Servicios posventa

4. Telemarketing

- ✓ Características
- ✓ Ventajas del Telemarketing
- ✓ Argumentos contra el Telemarketing
- ✓ Véase también
- ✓ Enlaces externos

DURACION:

16hrs

FORMACION DE INSTRUCTORES PRINCIPIOS DE LA CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

OBJETIVO:

El participante contará con las competencias necesarias para organizar su trabajo, aplicará estrategias mercadológicas a la función de ventas, identificará a sus clientes y las técnicas adecuadas para dejarles satisfechos y sabrá manejar las objeciones que se presenten

DIRIGIDO:

Personal de ventas, tanto administrativos como de campo

TEMATICA:

1. Capacitar
2. Entrenar
3. Paradigmas Educativos
4. Evaluación
5. Sistema por Competencias

1. TECNICAS DE ENSEÑANZA

- Proceso de Aprendizaje
- ¿Cómo Aprende el Adulto?
- Resistencia al aprendizaje
- Técnicas de aprendizaje:

- a. ASOCIACIÓN
- b. UTILIZO LOS SENTIDOS: VISTA, OIDO, TACTO, GUSTO, OLFATO,
- c. POR METODOLOGÍA



- d. POR COMPRENSIÓN
 - e. POR PRÁCTICA
 - f. POR AUTOEVALUACIÓN
- ¿QUÉ UTILIZO PARA APRENDER EN GRUPO?
- g. INTEGRACIÓN/NO INTERACCIÓN
 - h. INDIVIDUO/GRUPO
 - i. TÉCNICAS PARA ROMPIMIENTO DE TENSIÓN (HIELO) Y PRESENTACIÓN.
 - j. TECNICA EXPOSITIVA.
 - k. TECNICA DE DISCUSION EN GRUPO.
 - l. TECNICA DE CORRILLOS.
 - m. TECNICA DE LA DRAMATIZACION.
 - n. TECNICA DE LA LLUVIA DE IDEAS.
 - o. TECNICA DEL METODO DE LOS CUATRO PASOS PARA EL ADIESTRAMIENTO EN EL LUGAR DE TRABAJO.

2. EL INSTRUCTOR

- 2. 1. COORDINADOR
- 3. 2. CONDUCTOR DEL GRUPO
- 4. 3. COMUNICADOR
- 5. 4. CARACTERISTICAS DEL INSTRUCTOR
- 6. 5. CONDUCTAS QUE DEBE EVITAR

3. ROL DEL INSTRUCTOR

- 7. VOCACIÓN
- 8. TRANSMITE
- 9. MOTIVA
- 10. COACHING
- 11. GRAN CONOCIMIENTO
- 12. EMPATICO

4. Detección de Necesidades de Capacitación.

5. Establecimiento de objetivos de instrucción.

- Guía de instrucción o carta descriptiva.
- Planeación didáctica t estructuración de contenidos

DURACION:

16hrs



EL SUPERVISOR COMO FACTOR DE CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES

OBJETIVO:

Proporcionar directrices y planes acción para orientar las labores y funciones del supervisor al cambio estratégico y planificación en varias áreas de dominio (calidad en el desempeño, productividad, el trabajo en equipo y las funciones administrativas) del grupo de trabajo.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios y supervisores de primera línea.

TEMATICA:

1. Efecto de la crisis en la empresa
 - Efectos Psicológicos
 - Efectos Económicos
 - Efectos Productivos
2. La crisis generadora de los cambios en las funciones del supervisor
 - El nuevo estilo de mandar y de obtener resultados
 - Modelos estratégicos de supervisión y comunicación
 - Mentalidad competitiva
 - La actualización profesional creciente del supervisor
3. Sistemas de Administración como reto para enfrentar y sobrevivir la crisis
 - Administración de la mejora continua
 - Administración de la autoridad compartida
 - La reingeniería aplicada a las funciones del supervisor
4. El supervisor ante las nuevas reglas del juego
 - Plan para mejorar rendimientos de producción
 - Plan para mejorar la calidad y la productividad
 - Plan de Ahorros y economías internacionales
 - Plan de Auto inspección
5. El supervisor y la administración del cambio
 - El cambio y la resistencia al cambio
 - Sensibilización y preparación para el cambio institucional
 - Plan para involucrar en los cambios a los colaboradores

DURACION:

16hrs



DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES

OBJETIVO:

Qué el participante conozca las técnicas prácticas de aplicación inmediata para el incremento de su eficiencia gerencial, así como su nivel de contribución a los resultados de la empresa.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios y supervisores de primera línea.

TEMATICA:

1. La habilidad para analizar problemas y tomar decisiones.
2. La habilidad para trabajar con equipos.
3. La habilidad para la planeación y la organización de las empresas.
4. La habilidad para negociar.
5. La habilidad para dirigir.
6. La habilidad para el control.
7. La habilidad para manejar juntas efectivas de trabajo.
8. La habilidad para manejar el tiempo y controlar el estrés.

DURACION:

16hrs

JUNTAS EFECTIVAS DE TRABAJO

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante acerca de los diferentes elementos que interactúan en una reunión para que esta sea efectiva, mediante técnicas y herramientas de planeación.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios y supervisores de primera línea.

TEMATICA:

1. ASPECTOS IMPORTANTES A CONSIDERAR DE LAS REUNIONES
 - a. Variables que influyen en la reunión
 - b. Preparativos previos a las reuniones
 - c. Preparativos previos a la reunión
2. PLANIFICACIÓN DE LA REUNION
 - a. Los asistentes a la reunión
 - b. Organización de la reunión
 - c. ¿Cómo elegir ejecutivos para una reunión?



- d. Las tareas en una reunión. De la convocatoria a una reunión
- e. Del inicio y duración de una reunión.
- f. Sitio y recursos necesarios para la reunión.
- g. Del contenido de la agenda. De la escritura de la agenda. Orden del contenido. Formato de la agenda propuesta.
- h. Forma y contenido de la invitación a la reunión. Impedir las sorpresas. Sobre los materiales impresos y documentos adjuntos a utilizar.

3. DIRECCIÓN DE LA REUNIÓN

- a. Fase inicial de la reunión.
- b. Fase de desarrollo de la reunión
- c. Fase de finalización de la reunión.

4. ALGUNOS MODELOS DE FORMULARIOS ADICINALES A UTILIZAR EN UNA REUNION.

- a. Formato de una minuta.
- b. Modelo de acta.

5. TIPOS DE PERSONAS QUE PARTICIPAN EN UNA REUNION.

6. ALGUNOS CONSEJOS UTILES PARA DESARROLLAR MEJOR UNA REUNION.

DURACION:

16hrs

synergika
sistemas y soluciones productivas

MANTENIMIENTO

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante acerca de los diferentes elementos que interactúan en una reunión para que esta sea efectiva, mediante técnicas y herramientas de planeación.

DIRIGIDO:

Personal de Mantenimiento

TEMATICA:

1. Introducción a la Conservación Industrial.
 - a. Evolución de la Conservación Industrial.
 - b. El concepto del servicio y su calidad.
 - c. Concepto erróneo del Mantenimiento Industrial.
 - d. Causa y solución del problema.
2. Taxonomía de la Conservación Industrial.



- a. Introducción.
 - b. El concepto de la Conservación.
 - c. El concepto de la Preservación.
 - d. El concepto del Mantenimiento.
 - e. La clasificación de la conservación.
3. Administración de la conservación industrial.
- a. El proceso administrativo en la conservación industrial.
 - b. Organización de un Depto. de conservación.
 - c. El manual de administración y su relación con ISO 9000.
 - d. La inspección y la productividad en el trabajo de conservación.
4. Introducción a los Sistemas de Mantenimiento Productivo Total (TPM)
- a. Asignación de tareas y rutinas al operador.
 - b. Flexibilidad del personal de producción y de conservación.
 - c. Reducción continua del tiempo de preparación.
 - d. Tendencia a la eliminación de almacenes de refacciones.
 - e. Control de existencias mínimas.
 - f. La utilización de paquetes de Software en la conservación industrial.
 - g. Diseño de un sistema de conservación en un sistema local.
5. La Conservación Integral y las Herramientas para Administrar
6. Introducción a los Sistemas de Mantenimiento Productivo Total (TPM)
- a. La Conservación integral y sus actividades básicas..
 - b. Índice ICGM.
 - c. Análisis de problemas e inventario
7. Jerarquizado de conservación.
- a. Determinación del costo mínimo de conservación.
 - b. Mantenibilidad y fiabilidad de los equipos.
 - c. La planeación en la conservación integral.
8. Detección analítica de fallas y el Plan contingente.



- a. El proceso administrativo en la conservación industrial.
 - b. Organización de un Depto. de conservación.
 - c. El manual de administración y su relación con ISO 9000.
 - d. La inspección y la productividad en el trabajo de conservación
9. Asignación de tareas y rutinas al operador.
 10. Flexibilidad del personal de producción y de conservación.
 11. Reducción continua del tiempo de preparación.
 12. Tendencia a la eliminación de almacenes de refacciones.
 13. Control de existencias mínimas.
 14. La utilización de paquetes de Software en la conservación industrial.
 15. Diseño de un sistema de conservación en un sistema local.

DURACION:

16hrs

CALIDAD PERSONAL Y PROCESO DE VENTAS

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre la relación que existe entre el nivel de calidad personal y el proceso de ventas, ofreciendo el reto de trascender para posicionar sus productos o servicios en un mercado sumamente competido.

Propiciar que el participante encuentre nuevos acercamientos, conocimientos e ideas que le sirvan de apoyo a su entrenamiento en el proceso de ventas.

Que el participante obtenga los conocimientos para poder hacer frente a periodos de crisis en el proceso de ventas.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios, supervisores de primera línea y personal de ventas.

TEMATICA:

1. FILOSOFÍA DEL SERVICIO
 - La nueva visión del mundo
 - Paradigmas del servicio
2. SERVICIOS, ESTRATEGIAS Y CALIDAD
 - Naturaleza y características del servicio
 - Esquemas del mundo competitivo
 - Conceptos generales
3. EL CICLO DEL SERVICIO



- Momentos de verdad
 - Los pecados del servicio
 - El ciclo del servicio
4. ESTRUCTURA DEL SERVICIO
- Delimitación de los alcances y responsabilidades
 - Trabajo en equipo
 - Herramientas de seguimiento
5. EL LENGUAJE E IMAGEN DEL SERVICIO
- Comunicación verbal
 - Lenguaje corporal
 - Como manejar las quejas
6. EL PROCESO DE VENTA
- Definición del Proceso de Venta
 - Los Pasos o Fases del Proceso de Venta
 - Prospección
 - El acercamiento previo o "pre-entrada"
 - La presentación del mensaje de ventas
 - Servicios posventa
7. NEGOCIACIÓN CON PNL
- Sistema de creencias
 - Sistemas Representacionales
 - Desarrollando un nuevo sistema de Negociación

DURACION:

16hrs

RRHH

OBJETIVO:

Conocer los instrumentos para encontrar oportunidades de intervenir en la operación, adquirir las herramientas para proponer planes y programas de capacitación que impacten en la operación.

DIRIGIDO:

Personal de Recursos Humanos mandos gerenciales y administrativos.

TEMATICA:

- Reclutamiento y selección de personal.
 - Fuentes de Reclutamiento
 - Medios de Reclutamiento
 - Políticas de Reclutamiento y Selección
- Diagnóstico y necesidades de capacitación y desarrollo.
- Inventario de recursos humanos.
 - Base de Datos
- Pronósticos de personal y tablas de reemplazo
 - Evaluación del Desempeño
 - Evaluación 360°
 - Idoneidad de Promoción
 - Análisis de Puesto



Políticas de rotación, movilidad y desarrollo.

- Conceptos
- Tipos de Rotación
- Determinación de las Causas
- Costos de la Rotación
- Entrevista
- Ausentismo
- Desarrollando el Plan de Vida y Carrera (**PVC**).
- Métodos para instrumentar con éxito un **PVC**.
 - Plan de Implementación
 - Compromiso de la Dirección
 - Formalización del Proceso
 - Comunicación y difusión del PDC
 - Sistema electrónico de acceso
 - Sistema operativo manual de proceso
- Estudio de casos reales de empresas que han desarrollado su **PVC**.

DURACION:

16hrs

EL SERVICIO AL CLIENTE, OTRA FORMA DE VENDER.

OBJETIVO:

Sensibilizar al personal sobre el entorno que existe en el servicio, ofreciendo este mismo como una herramienta infalible para vender sus productos o servicios en un mercado sumamente competido. Propiciar que el participante encuentre nuevos acercamientos, conocimientos e ideas que le sirvan de apoyo a su vida diaria como vendedor.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios, supervisores de primera línea y personal de ventas.

TEMATICA:

1. El Servicio en las Ventas
 - a) ¿Qué es el servicio orientado a las ventas?
 - b) ¿El Cliente siempre tiene la razón?
2. Mercado de Oportunidades
 - a) ¿Qué es un Profesional de Ventas?
 - b) Ventana de Johari para Vendedores
 - c) FODA para el Servicio/Venta
3. Comunicación
 - a) Sistemas Representacionales (PNL)
 - b) Lenguaje Corporal
 - c) Lenguaje Verbal
4. Negociación
 - a) Cliente ó Socio de Negocio
 - b) Proceso de la Negociación
 - c) Características de la Negociación
 - d) Errores en la Negociación
5. El Vendedor más Grande del Mundo: Usted
 - a) Ocho decisiones para decidirte a vender diferente
 - b) La Actitud

jolmedo@synergika.com.mx

1730-9310

33-3172-9605

Av. San Francisco 3429
Jardines de los Arcos
CP 44500, Zapopan Jalisco

- c) La Voluntad
- d) El Servicio que te hace Vender y Trascender.

DURACION:

16hrs

SEGURIDAD INDUSTRIAL EFECTIVA.

OBJETIVO:

Sensibilizar al personal acerca de la importancia de tomar a la seguridad como una primicia laboral; detectando las oportunidades en los problemas que se nos presentan día con día. Desarrollar la confianza para tomar a la seguridad como base laboral, llevarlas a cabo y vigilar que se realicen de la manera en como lo esperamos.

DIRIGIDO:

Mandos Gerencias, supervisores y Coordinadores

TEMATICA:

1.- Auto seguridad - El factor humano

- Autoestima
- Sensibilización del auto cuidado
- Identificación de los actos y condiciones inseguras

2.- Seguridad de las operaciones

- Manejo de equipo de corte, soldadura y prensas.
- Protección de ojos y rostro
- Protección de los dedos, manos y brazos, (Cortadas y mutilaciones).

3.- Higiene Industrial

- Riesgos industriales para la salud
- Medicina ocupacional, enfermedades de trabajo

4.- Análisis económico de la Seguridad e Higiene

- Costos de accidentes y enfermedades
- Pérdidas por los accidentes y enfermedades

5.- Consecuencias de los Accidentes

- Estado anímico del accidentado.
- Estado anímico de los familiares en forma directa
- Costo y sus efectos.

6.-Simulación de Accidentes

- Investigación de los accidentes.

DURACION:

16hrs



ADMINISTRACION POR OBJETIVOS

OBJETIVO:

El participante conocerá la metodología de la administración por objetivos, definirá un plan de objetivos organizacionales, departamentales e individuales.

DIRIGIDO:

Mandos Gerencias, supervisores y Coordinadores

TEMATICA:

- 1.- El establecimiento de objetivos y la mejora continúa
- 2.- Función vs responsabilidad
- 3.- Importancia de las metas retadoras
- 4.- Los indicadores de desempeño
- 5.- La verificación de cumplimiento de objetivos
- 6.- Aplicación en la realidad

DURACION:

16hrs



LEAN MANAGEMENT

OBJETIVO:

Que el participante conozca los elementos de la filosofía Lean Management así como los elementos específicos del Lean Manufacturing y el proceso de implementación en una organización.

DIRIGIDO:

Mandos Gerencias, supervisores y Coordinadores

TEMATICA:

- 1.- ¿Qué es Lean?
- 2.- Lean Management
 - Fundamentos del Lean
- 3.- Lean Manufacturing
 - Objetivos
 - Principios de Lean Manufacturing
 - Herramientas Lean
 - Los 7 desperdicios
 - Cadena de Valor
- 4.- Estudio de Caso: Toyota

DURACION:

16hrs



COSTOS

OBJETIVO: Proporcionará los conceptos y herramientas de los sistemas de costos, para determinar correctamente los costos de producción total y el costo unitario de producción

DIRIGIDO: Mandos Gerencias, supervisores, Coordinadores y personal administrativo del área de finanzas

TEMATICA:

1. Costos

- Elementos del costo
- Clasificación de costos
- Costos de producción
- Costos financieros
- Costos de distribución y ventas
- Sistemas de costos por órdenes

2. Hoja de costos

- Registro de materiales directos
- Registro de mano de obra directa
- Registro de costos indirectos
- Registro de productos terminados

3. Control de costos directos

- Contabilización de compras
- Uso de materiales
- Inventario perpetuo
- Métodos PEPS, VEPS y promedio ponderado
- Sistemas de salarios
- Planes de incentivos

4. Control de costos indirectos

- Tasa predeterminada de costos indirectos
- Costos indirectos reales o actuales
- Costos indirectos aplicados

5. Sistemas de costos por procesos

6. Concepto de proceso o departamento

7. Diferencias con el sistema de costos por órdenes

8. Flujo de la producción

- Acumulación de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos en costos por procesos

9. Informe de costo de producción departamental

10. Concepto de unidades equivalentes

11. Cálculo de costos unitarios

12. Inventarios

- Inventarios iniciales de productos en procesos

13. Método del promedio ponderado

14. Sistema de costos estándar

15. El concepto de costos estándar

16. Utilidad de los costos estándar

17. Tipos de estándar

18. Determinación de costos estándar de materiales directos y mano de obra directa

19. Costos indirectos

20. Fijos

21. Variables

22. Semivariabes

23. Determinación del costo indirecto estándar

24. Estándar unitario de costos directos

DURACION: 16hrs

COMUNICACIÓN EFECTIVA OPCIÓN I

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre la importancia de establecer una comunicación asertiva y efectiva.

Propiciar que el participante encuentre nuevos acercamientos, conocimientos e ideas que le sirvan de apoyo a su vida diaria.

Que el participante obtenga los conocimientos para poder hacer frente a periodos de crisis dentro de un equipo de trabajo mediante el uso de una comunicación efectiva y asertiva.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Atención y Servicio al Cliente, Mandos Medios y Jefes de Departamento.

TEMATICA:

1. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN
 - Percepción
 - Sistema de Creencias
 - Sistema B.A.G.E.L
2. COMUNICACIÓN EFECTIVA
 - Retroalimentación
 - Dar y Recibir Evaluación
 - El 8vo. Hábito
3. COMUNICACIÓN ASERTIVA
 - Manejo del Conflicto
 - Momentos de Magia
 - Momentos de Miseria

DURACIÓN:

16 Hrs.

COMUNICACIÓN EFECTIVA OPCIÓN II

OBJETIVO: Sensibilizar al participante sobre el proceso de comunicación, así como los elementos que están involucrados en dicho proceso.

Utilizar a la comunicación como un recurso de negociación en periodos de crisis.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Atención y Servicio al Cliente, Mandos Medios y Jefes de Departamento.

TEMATICA:

- 1.- Un Modelo de Comunicación
- 2.- El lenguaje: la herramienta básica
 - Denotativo y connotativo
 - Semántica y pragmática
 - Signos y símbolos
 - El lenguaje corporal
- 3.- Comunicación y Negociación
 - Gano-ganas (el equilibrio)
 - Gano e impongo (el poder)
 - Pierdo, pero rescato (las causas perdidas)
 - Arriesgo imponiendo condiciones (gano a mediano plazo)

DURACIÓN: 16 Hrs.



DESARROLLO PROFESIONAL DE SUPERVISORES

OBJETIVO:

Que el participante conozca las técnicas prácticas de aplicación inmediata para el incremento de su eficiencia en la supervisión, así como su nivel de contribución a los resultados de la empresa.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento y Supervisores de áreas.

TEMATICA:

1. Evaluación de la tarea del Supervisor
2. Planeación y Organización de las Actividades
3. El Proceso Administrativo
4. Comunicación Asertiva y Efectiva
5. Definición de KPI's (Key Performance Indicators)
6. Análisis de Problemas y Toma de Decisiones
7. Administración de Personal

DURACIÓN:

16 Hrs

DESARROLLO DE HABILIDADES INTERPERSONALES

OBJETIVO:

Sensibilizar a los participantes con los principios, características, comportamientos, condiciones y herramientas que son practicadas por quienes dirigen equipos con técnicas de Coaching, y que hoy en día son utilizadas por Líderes de empresas competitivas, dándole un enfoque diferenciado frente a estilos de liderazgo gerenciales tradicionales.

DIRIGIDO:

Supervisores y Jefes de Departamento.

TEMATICA:

CALIDAD PERSONAL

- ✓ ¿Qué Es Calidad Personal?
- ✓ Creatividad- Fundamental Para Evadir El Aburrimiento
- ✓ La Esencia Personal Y De Lo Que Hago En La Compañía
- ✓ ¿Quién Soy Yo?

LIDERAZGO SITUACIONAL

- ✓ Concepto de liderazgo situacional
- ✓ Condiciones organizacionales para el ejercicio del liderazgo



- ✓ ¿Qué tipo de líder soy?
- ✓ Su estilo de dirección

COACHING

- ✓ Comunicación Efectiva con PNL
- ✓ Manejo de Conflicto
- ✓ El 8º Hábito
- ✓ Un modelo para el coaching: estructura, procesos, sistemas, herramientas e instrumentos de seguimiento y medición.
- ✓ Coaching como un estilo de liderazgo y dirección de equipos.

DURACIÓN:

16 Hrs

FUNDAMENTOS E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE HACCP

OBJETIVO:

Curso-Taller que permitirá comprender la normatividad vigente para efecto de llevar a cabo las buenas prácticas de manufactura y aplicar las herramientas necesarias para una implementación exitosa de un sistema HACCP en su organización, revisando el programa de prerrequisitos como parte fundamental para asegurar los objetivos de inocuidad en la industria de alimentos y bebidas.

DIRIGIDO:

Al personal encargado de la inocuidad alimentaria, restauranteros, personal de servicio de alimentos, personal médico y responsables de salud ocupacional, responsables de desarrollar el programa de prerrequisitos; gerentes de control de calidad y de compras, técnicos y profesionales de laboratorios, gerente de producción, supervisores, consultores, personal de mantenimiento, jefe de líneas de operación.

TEMÁTICA:

1. Introducción
 - Diferentes Regulaciones
2. Historia
 - Inicio y modificaciones del HACCP
3. Marco Jurídico
 - Leyes reglamentos y normas oficiales mexicanas
 - NOM-120-SSA1-1994
 - NOM-093-SSA1-1994
 - NOM-251-SSA1-2009
 - Lineamientos internacionales
4. Seguridad Alimentaria
 - Conceptos
5. Revisión de las normas nacional e internacional
6. Revisión de Prerrequisitos
 - Revisión puntual de cada prerrequisito
7. Objetivos y ventajas del sistema HACCP
8. Pasos y principios para implementar un sistema HACCP
 - Guía sencilla y puntual de su implementación
9. Desarrollo de un plan HACCP

DURACIÓN:

16 Hrs



OBJETIVO:

Al finalizar el curso taller, los participantes serán capaces aplicar herramientas y técnicas para la supervisión efectiva de personal y grupos de trabajo, así como de aplicar los principios del liderazgo efectivo, enfocando los esfuerzos en el logro de metas y objetivos establecidos

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento y Supervisores de áreas.

TEMÁTICA:

1. Introducción y conceptos básicos.
2. Introducción, conceptos básicos, relación supervisión - liderazgo y los principios de las relaciones interpersonales en el trabajo.
3. El concepto de supervisión.
4. La supervisión, objetivos de la supervisión, el papel del supervisor, concepto de supervisor, características del supervisor, conocimiento del trabajo, obligaciones y responsabilidades, la habilidad para instruir y dirigir, el objetivo de establecer metas y objetivos y como lograrlos.
5. Técnicas de supervisión efectiva.
6. Herramientas y técnicas de supervisión efectiva, cómo identificar el potencial, sistemas de incentivos y recompensas, controles para establecer y mantener y las cuatro grandes funciones del supervisor (Proyectar, dirigir, desarrollar y controlar).
7. Principios y estilos de supervisión.
8. Concepto y tipos de organización, supervisión y control dentro de la organización, principios de supervisión, estilos de supervisión, características de la supervisión, la supervisión y la colaboración y los 10 mandamientos del supervisor actual.
9. Principios de liderazgo.
10. ¿Qué es un líder?, lo que los demás esperan de un líder, el perfil del líder eficiente, los retos de liderar y supervisar, condicionamiento, administración del cambio, uso del entorno y como definir su estilo de liderazgo.
11. Trabajo en equipo y comunicación efectiva.
12. Trabajo en equipo, equipos de trabajos eficientes y efectivos, medición y control de metas, relaciones interpersonales, el conflicto y la negociación, comunicación efectiva y asertividad.
13. Prácticas y auto-evaluación.
14. Revisión de casos de éxito y situaciones reales, auto-evaluación y descubrimiento de brechas y áreas de oportunidad en liderazgo y supervisión efectiva.

DURACIÓN:

16 Hrs



ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

OBJETIVO:

- Identificar los factores de éxito de la administración de proyectos
- Determinar circunstancias donde es apropiado aplicar la administración de proyectos
- Representar gráficamente una red de actividades
- Identificar la secuencia de actividades críticas de un proyecto
- Determinar el programa apropiado para que el proyecto se lleve a cabo con un costo mínimo
- ¿En qué consiste la administración de un proyecto?

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMÁTICA:

1. El origen de los proyectos
2. La formalización del proyecto
3. Autoridad y responsables
 - Etapa de Planeación
4. Revisión de Objetivos
5. El ciclo de duración del proyecto
6. Calendarización-Grafico de Gantt
7. La administración del riesgo
8. El presupuesto del proyecto
9. Los procesos del proyecto
10. Ejecución y seguimiento
11. Cierre y retroalimentación

DURACIÓN:

16 Hrs



ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante acerca del uso de su tiempo, además de mejorar el desempeño personal en el trabajo a través de técnicas y herramientas de administración del tiempo y planeación de actividades, considerando que lo anterior es una decisión personal.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMÁTICA:

1. ¿Qué es el tiempo productivo?
2. ¿Quién es una persona productiva?
3. ¿Cómo lograr la efectividad y eficiencia en tu trabajo?
4. Manejo del estrés laboral y la comunicación.
5. Planeación para aprovechar el día laboral.

DURACIÓN:

16 Hrs

AUTOMOTIVACIÓN Y MODIFICACIÓN DE ACTITUDES

OBJETIVO

Que el participante cuente con los elementos necesarios para establecer una dirección correcta de su vida y con las herramientas para desarrollar y cultivar la autoestima con el fin de que distinga su rol frente a las relaciones interpersonales trascendentes en su vida.

DIRIGIDO:

Cualquier persona interesada en el tema

TEMATICA:

1. Introducción
2. ¿Qué es la motivación?
 - La motivación al empleado
 - La motivación personal
 - La motivación por medio del incentivo
3. Compromiso personal
4. Interdependencia vs dependencia
5. Modelo del cambio personal
6. Fortaleciendo la autoestima
7. Definiendo el rumbo
8. Resultados deseados



9. Poder vs influencia
10. Alineación de resultados
11. Relaciones interpersonales trascendentes
12. Quién importa en tu vida
13. Caricias emocionales
14. Relaciones de largo plazo
15. Libertad de decisión
16. Inteligencia emocional
17. Responsabilidad
18. Cambiando el pasado

DURACIÓN:

16 Hrs

FORMACIÓN DE AUDITORES INTERNOS ISO 9001:2015

OBJETIVO:

Los participantes obtendrán los conocimientos necesarios e indispensables que les permitirán ejecutar una auditoría interna conforme a los requerimientos de calidad en la norma ISO – 9001-2015

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. Conceptos y sistemas de calidad.
2. Norma ISO-9001:2015 y su relación con las normas mexicanas de calidad.
3. Tipos de auditorías.
4. Planeación de la auditoría.
5. Elementos de una auditoría.
6. Desarrollo de una auditoría.
7. Ejecución de una auditoría.
8. Responsabilidad del auditor.

DURACIÓN:

16 Hrs



KAIZEN

OBJETIVO:

El participante conocerá los métodos y procedimientos para desarrollar la metodología Kaizen en sus áreas de trabajo, para incrementar los niveles de servicio, de manera coordinada y enfocados a una mejora continua, mediante la aplicación de principios de mejora continua.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. ¿Qué es la mejora continua?
2. Principales conceptos de la mejora continúa.
3. Mejora continua y gerencial.
4. Principios de la gestión de la calidad.
5. Supervisión en mejora continúa.
6. Componentes de control interno.
7. Evaluación del control interno.
8. 5 S de calidad

DURACIÓN:

16 Hrs

CALIDAD, ACTITUD Y SERVICIO

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre la relación que existe entre el nivel de calidad personal y la calidad en el trabajo diario.

Propiciar que el participante encuentre nuevos acercamientos, conocimientos e ideas que le sirvan de apoyo a su entrenamiento en el proceso de un equipo de trabajo a uno orientado a resultados.

Aprender a detectar las oportunidades en los problemas que se nos presentan día con día, desarrollar la confianza para tomar nuestras decisiones, llevarlas a cabo y vigilar que se realicen de la manera en como lo esperamos.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. ¿Qué es la calidad?
2. El significado de la calidad personal
3. Como juzgar la calidad personal



4. Nuestro nivel de actuación actual
5. Nuestro nivel de actuación ideal
6. Como mejorar nuestro nivel de actuación en el servicio a clientes
7. Calidad en el servicio
8. Como introducir el desarrollo de calidad en una organización
9. La calidad en el servicio a clientes en empresas de clase mundial
10. Fracasos en la comunicación verbal en el servicio a clientes
11. Recomendaciones para una buena comunicación verbal
12. El arte de preguntar
13. La retroinformación del cliente y el servicio a clientes
14. El lenguaje corporal en el servicio a clientes
15. Nuestra voz, lo que comunica
16. El cliente difícil y su tratamiento
17. Conclusiones

DURACIÓN:

16 Hrs

PRINCIPIOS DEL COACHING

OBJETIVO

Familiarizar a los participantes con los principios, características, comportamientos, condiciones y herramientas que son practicadas por quienes dirigen equipos con técnicas de Coaching, y que hoy en día son utilizadas por Líderes de Empresas Competitivas, dándole un enfoque diferenciado frente a estilos de liderazgo gerenciales tradicionales.

DIRIGIDO: Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. ¿Qué es el coaching?
2. Formación del coach
3. Sesiones de trabajo
4. Comunicación asertiva
5. Necesidad del coaching para la gestión por competencias
6. Evaluación para el colaborador
7. Retroalimentación para el coach

DURACIÓN:

16 Hrs



COMUNICACIÓN EFECTIVA Y ASERTIVA

OBJETIVO

Sensibilizar al participante sobre el proceso de comunicación, así como los elementos que están involucrados en dicho proceso.

Utilizar a la comunicación como un recurso de negociación en periodos de crisis.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

- 1.- Un Modelo de Comunicación
- 2.- El lenguaje: la herramienta básica
- 3.- Comunicación y Negociación

DURACIÓN:

16 Hrs

DESIGN THINKING

OBJETIVO:

Que el participante se familiarice con esta metodología para poder analizar situaciones o problemas de otra manera mediante las herramientas del design thinking

- Empatiza
- Define
- Crea una Idea
- Prototipa
- Testea

Técnicas de Dirección de Personal

OBJETIVO Que el participante logre identificar su papel como líder ante cualquier situación para la toma de decisiones y una mejor comunicación, y tenga los conocimientos para motivar a su personal a trabajar en equipo y lograr los resultados de la organización.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. El principio del uso del poder
2. ¿Por qué dirigir?
3. Elementos clave para una correcta dirección:
4. Conocer al colaborador
5. Conocer el perfil de puesto
6. Conocer el ritmo de aprendizaje del colaborador
7. Interpretar los objetivos estratégicos de la empresa



8. Vivir la cultura organizacional
9. Técnicas de dirección de personal
10. Técnicas de escucha
11. Técnicas provocativas
12. Factores humanos para involucrar al colaborador
13. Comunicación
14. Inspiración
15. Cohesión
16. Delegar
17. Retroalimentar
18. Trabajo en equipo (proceso de integración de equipos de alto rendimiento)
19. Reuniones dinámicas y discusiones de grupo

DURACIÓN:
16 Hrs

DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS

OBJETIVO

Sensibilizar al participante sobre el proceso de comunicación, así como los elementos que están involucrados en dicho proceso.

Utilizar a la comunicación como un recurso de negociación en periodos de crisis.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios, supervisores de primera línea y personal de ventas.

TEMATICA:

1. La Dirección de Marketing

- ✓ Concepto y objetivo
- ✓ Las 4 P's
- ✓ Objeto de estudio del marketing
- ✓ Proceso de Marketing
- ✓ Tendencias

2. Dirección Comercial y de Venta

- ✓ Funciones
- ✓ Personal
- ✓ Objetivos
- ✓ Ventas
- ✓ Seguimiento
- ✓ Marketing

3. El Proceso de Venta



- ✓ Definición del Proceso de Venta
- ✓ Los Pasos o Fases del Proceso de Venta
- ✓ Prospección
- ✓ El acercamiento previo o "preentrada"
- ✓ La presentación del mensaje de ventas
- ✓ Servicios posventa

4. Telemarketing

- ✓ Características
- ✓ Ventajas del Telemarketing
- ✓ Argumentos contra el Telemarketing
- ✓ Véase también
- ✓ Enlaces externos

DURACIÓN:

16 Hrs

JUNTAS EFECTIVAS DE TRABAJO

OBJETIVO: Sensibilizar al participante acerca de los diferentes elementos que interactúan en una reunión para que esta sea efectiva, mediante técnicas y herramientas de planeación.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. ASPECTOS IMPORTANTES A CONSIDERAR DE LAS REUNIONES

- Variables que influyen en la reunión
- Preparativos previos a las reuniones
- Preparativos previos a la reunión

2. PLANIFICACIÓN DE LA REUNION

3. Los asistentes a la reunión
4. Organización de la reunión
5. ¿Cómo elegir ejecutivos para una reunión?
6. Las tareas en una reunión. De la convocatoria a una reunión
7. Del inicio y duración de una reunión.
8. Sitio y recursos necesarios para la reunión.
9. Del contenido de la agenda. De la escritura de la agenda. Orden del contenido. Formato de la agenda propuesta.
10. Forma y contenido de la invitación a la reunión. Impedir las sorpresas. Sobre los materiales impresos y documentos adjuntos a utilizar.

11. DIRECCIÓN DE LA REUNIÓN

- Fase inicial de la reunión.
- Fase de desarrollo de la reunión
- Fase de finalización de la reunión.

12. ALGUNOS MODELOS DE FORMULARIOS ADICINALES A UTILIZAR EN UNA REUNIÓN



- Formato de una minuta.
- Modelo de acta.

13. TIPOS DE PERSONAS QUE PARTICIPAN EN UNA REUNION.

14. ALGUNOS CONSEJOS UTILES PARA DESARROLLAR MEJOR UNA REUNION.

DURACIÓN:

16 Hrs

MANUALES PROCEDIMIENTOS Y POLÍTICAS

OBJETIVO:

-Presentar una visión de conjunto de la organización.

-Instruir al personal acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.

-Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidades detectar omisiones.

-Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal y propiciar la uniformidad en el trabajo.

-Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, y facilitar su incorporación a las distintas funciones operacionales.

Proporcionar información básica para la planeación e implantación de reformas administrativas.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. Definiciones
2. Manuales
 - Tipos
 - Elementos que lo conforman
3. Procedimientos
 - Importancia
 - Elementos que lo conforman
 - ¿Cómo Desarrollarlos?
4. Políticas
 - Importancia y beneficios
 - Clasificación de políticas

DURACIÓN:

16 Hrs



PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN

OBJETIVO:

Los participantes obtendrán los conocimientos necesarios para realizar sus funciones gerenciales con una mayor efectividad, abarcando una amplia gama de área como lo es desde la planeación y organización de actividades, el uso de los recursos financieros, la correcta dirección de su personal acompañadas de técnicas de coaching todo ello alineado a una gestión de calidad de su organización.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. Planeación
2. Definición de la Organización
3. Principios de la Organización
4. Dirección
5. Control
6. Negociación
7. Análisis y toma de decisiones
8. Trabajo en Equipo
9. Administración del tiempo y manejo del estrés
10. Juntas de trabajo efectivas

DURACIÓN:

16 Hrs

CÓMO SER UN BUEN NEGOCIADOR

OBJETIVO:

El participante será capaz de seleccionar y aplicar la metodología apropiada de cara a la negociación de asuntos públicos y privados en un mercado de alta competencia, con la finalidad de obtener resultados positivos.

DIRIGIDO:

Cualquier persona interesada en el tema

TEMATICA:

1. Conceptos generales
 - ¿Qué es una negociación?
 - ¿Quién es el negociador?
 - Elementos participantes en una negociación
2. ¿Para qué negociar?
 - Definición de objetivos



3. Aspectos psicológicos del negociador
 - Temperamento y carácter
 - Motivación primaria y secundaria
4. Prepare la negociación
 - Planeación de la negociación
 - El escenario
 - La ventaja de ser local
5. La comunicación es la negociación
 - Un modelo de comunicación
 - El lenguaje: la herramienta básica
6. Fuentes de poder en la negociación
 - De la retención al convencimiento
 - Detección de precios
7. El proceso de la negociación
 - Estrategias y tácticas
 - Retroalimentación
 - Control
8. Tipos de negociación y estilos para negociador
 - Gano-ganas
 - Gano e impongo
 - Pierdo, pero rescato
 - Arriesgo imponiendo condiciones
9. Practica de negociación

DURACIÓN:

16 Hrs

OPTIMIZACIÓN Y REDUCCIÓN DE COSTOS

OBJETIVO:

El participante conocerá los elementos teórico-prácticos de aplicación inmediata en sus empresas, áreas o departamentos, ante la situación general del país y en particular de su compañía.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. Fundamentos para la reducción estratégica e integral de los costos.
2. Datos claves para la reducción de costos.
3. Modelos de programas emergentes y de programas integrales para abatir costos.
4. Técnicas básicas para la reducción de costos.



5. Más de 50 ideas prácticas para reducir costos.
6. Detección de renglones estratégicos emergentes y/o urgentes de reducción de costos.
7. Métodos prácticos de reducción de costos.
8. Solución de casos prácticos.

DURACIÓN:

16 Hrs

SUCESIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR/GOBIERNO CORPORATIVO

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante de los elementos que están involucrados en una SUCESIÓN FAMILIAR, así como también la importancia de ver esta acción como una actividad planeada para lograr la tranquilidad familiar.

DIRIGIDO:

Cualquier empresa familiar interesada en el tema

TEMATICA:

1. Objetivo del plan de sucesión
2. Empoderamiento Generacional
3. Implicaciones de Transferir el control
4. Preparación de la familia
5. Consejo Familiar
6. Protocolo Familiar
7. Preparación de la Empresa
8. Desarrollo de Sucesores

DURACIÓN:

16 Hrs

PLANEACIÓN ESTRATEGICA

OBJETIVO:

Que el participante se sensibilice acerca de los elementos que interactúan en un sistema de planeación estratégica y balance score card en una empresa, utilizando los conceptos, técnicas y herramientas de esta disciplina.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. Administración Estratégica
2. Rompiendo Paradigmas
3. Herramientas de la Planeación Estratégica



4. Fundamentos de Planeación
5. Medición del Desempeño
6. Balance Score Card

DURACIÓN:

16 Hrs

INTEGRACIÓN Y COMUNICACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

OBJETIVO:

Sensibilizar al participante sobre la relación que existe entre el nivel de calidad personal y la calidad en el trabajo diario.

Propiciar que el participante encuentre nuevos acercamientos, conocimientos e ideas que le sirvan de apoyo a su entrenamiento en el proceso de un equipo de trabajo a uno orientado a resultados.

Que el participante obtenga los conocimientos para poder hacer frente a periodos de crisis dentro de un equipo de trabajo, exaltando sus fuerzas, determinando sus amenazas y debilidades.

Aprender a detectar las oportunidades en los problemas que se nos presentan día con día, desarrollar la confianza para tomar nuestras decisiones, llevarlas a cabo y vigilar que se realicen de la manera en como lo esperamos.

DIRIGIDO:

Personal Administrativo, Mandos Medios, Jefes de Departamento, Supervisores de áreas, Gerentes de área

TEMATICA:

1. Integración
 - El Medio Actual de los Equipos
 - CALIDAD PERSONAL
 - ¿Qué Es Calidad Personal?
 - ¿Qué son los Problemas?
 - Objetividad
 - Equipos de Trabajo
 - Grupo vs. Equipo
 - Clasificación
 - 8 barreras
 - Maduración
 - Metamorfosis
 - Herramientas
 - Efectividad
2. Comunicación



- ¿Qué es una relación?- respeto, tolerancia, honestidad
- Las cualidades para comunicar con poder-inteligencia emocional
 - Reconocer las circunstancias para comunicar con mayor efectividad-empowerment
 - Cambio de hábitos en la comunicación-inteligencia emocional
 - Confianza para expresarse-inteligencia emocional
 - Comunicar con responsabilidad-inteligencia emocional
 - ¿Cómo resolver problemas?-Inteligencia emocional
 - Técnicas de comunicación. Comunicación asertiva

DURACIÓN:

16 Hrs

NEUROVENTAS

OBJETIVO:

Conocer la diferencia entre deseo y producto.

Identificar los rasgos que nuestro cliente percibe de mis productos.

Reconocer los factores económicos, sociales y emocionales que el cliente invierte en el costo de mi producto.

DIRIGIDO:

Gerencias medias, mandos intermedios, supervisores de primera línea y personal de ventas.

TEMATICA:

1. ¿Qué es una necesidad?
2. ¿Qué es un deseo?
3. Percepción del cliente hacia mi producto
4. ¿Cómo se mide el valor de un producto?
 - ¿Cuáles son los beneficios de mi producto?
 - ¿Cuál es el costo de adquisición?
 - Fuentes de información
 - Canales de comunicación
 - Valor económico
 - Valor sentimental
5. ¿Qué hay detrás de la compra de un producto
6. Percepción del cliente hacia la competencia
7. La satisfacción del cliente
8. ¿Cómo crear experiencias de recompra?
9. Véndele a la mente no a la gente
10. Neuroventas
 - El proceso de la decisión
 - El valor simbólico
 - Estructura de un discurso de ventas

DURACIÓN:

16 Hrs