

Catálogo de cursos y talleres


Haz  en el tema de tu interés

Contenido

Excelencia en el servicio	2
Accountability	3
Desarrollo de la empatía dentro de una organización	4
Gestión efectiva del tiempo	5
Creatividad e innovación en los negocios	6
Comunicación, motivación y trabajo en equipo	7
Aspectos básicos de la gestión basada en resultados	8
Modulación de voz (para servicio a cliente presencial y vía telefónica)	9
Formación de instructores	10
Bases para mejorar tu emprendimiento	11
Posicionamiento estratégico de marca	12
Comunicación asertiva	13
Aspectos generales de las ventas	14
Tecnologías y estrategias para el entorno digital de las marcas.....	15
Marketing experiencial	16
Cómo armar una tabla de evidencias para crear contenidos de publicaciones para redes sociales (RRSS).....	17
Aspectos clave de la planeación estratégica	18
Principios de comunicación efectiva en el trabajo (con base en norma EC0553).....	19
Liderazgo en los centros de trabajo (con base en norma EC1188).....	20
Diseño y gestión de campañas persuasivas.....	21
Marketing de imagen	22

Contenido de los cursos diseñado por:



LCC Jesús Meza
Cabrera, MA
 [Currículum](#)

Capacitador externo
[STPS](#)

Certificado en Diseño e
Impartición de Cursos por la SEP
[EC0217 y EC0301](#)

Más información, otros cursos y presupuestos:

mezademedios@elclan.com.mx

Excelencia en el servicio

Dirigido a personal con funciones y representación de los servicios de la empresa con públicos internos y externos.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Conocer los conceptos de calidad en el servicio en función de las necesidades del cliente, y reconocer las habilidades y técnicas requeridas para ofrecer calidad en el servicio, como una ventaja competitiva para la empresa.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. La importancia de la calidad en el servicio
 - a. La calidad en el servicio como ventaja competitiva
 - b. Características y factores de la calidad en el servicio
 - c. Necesidades del cliente
 - d. La estrategia y cultura de servicio en la empresa
 - e. El cliente, aspectos a destacar
 - f. Cliente interno y cliente externo
2. Habilidades y estrategias para la calidad en el servicio
 - a. El cliente es lo más importante
 - b. Costo de la pérdida de clientes y la necesidad de retenerlos
 - c. Creación de valor a través del servicio
 - d. Manejo de clientes difíciles
 - e. Manejo de quejas y problemas
 - f. Servicio postventa
 - g. Estrategias
 - i. Estrategias de servicio y cadena de valor del cliente
 - ii. Estrategias de servicio para los servicios
3. Comunicación del servicio
 - a. Características de la comunicación
 - b. Amoldarse a las expectativas del cliente
 - c. Todo es comunicación en el servicio al cliente
 - d. La acogida
 - e. Motivar al personal
4. Actitudes de servicio
 - a. Autoestima
 - b. Actitudes de servicio
 - c. Mejora continua
 - d. La calidad en el servicio como un estilo de vida
 - e. Un compromiso para la excelencia en el servicio

[Volver al catálogo](#)

Accountability

Dirigido a personal con cierto grado de responsabilidad, desde nivel operativo hasta mandos medios y superiores.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Identificar las técnicas y conceptos estratégicos disponibles para el desarrollo personal, que promuevan nuevos escenarios de compromiso y cumplimiento organizacional y que ello favorezca el crecimiento de la organización.

Duración: Curso: 6hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 10hrs. (presencial)

Contenido temático:

- a. Entendiendo la 'accountability'
- b. Acción. Reacción. Proacción.
- c. Pasos para obtener 'accountability'
- d. La delgada línea de ser una persona 'accountable'
- e. Principios de la Gente Altamente Efectiva
- f. Inteligencia emocional para ser más 'accountable'
- g. Definir el horizonte de la 'accountability'
- h. Compromiso. Proactividad.
- i. Responsabilidad >>> ¡Comunicación!

[Volver al catálogo](#)

Desarrollo de la empatía dentro de una organización

Dirigido a toda persona dentro de la organización.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Reconocer conceptos y herramientas que promueven una mejora en las relaciones humanas, así como su efecto positivo en un desempeño integral al identificar sus propias áreas de mejora personal y profesional.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual)

Contenido temático:

1. Qué es motivación
2. Qué son las emociones
3. Inteligencia emocional
4. Inteligencia social
5. Asertividad
6. Comunicación
7. Liderazgo
8. Negociación

[Volver al catálogo](#)

Gestión efectiva del tiempo

Dirigido a todo personal de la organización con responsabilidades de gestión.

Objetivos:

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Entender la importancia del tiempo en la eficiencia de su labor, por medio de un replanteamiento del manejo de éste;
- Comprender la relevancia de la autogestión, y el impacto que tiene en la administración de sus recursos.
- Proponer mejoras en su desempeño, su eficiencia y finalmente su satisfacción laboral y personal, de acuerdo con las técnicas y herramientas que se discutirán

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Gestión: Organización y productividad personal<ol style="list-style-type: none">a. Los principales modelos de productividad personalb. Gestión personal vs profesionalc. Liderazgo con enfoque en la gestión del tiempod. Objetivos y tareas
2. Herramientas para la gestión del tiempo<ol style="list-style-type: none">a. Matriz “Urgente/Importante”b. El modelo “GTD: Getting Things Done”, de David Allenc. Técnica Pomodorod. Kanban | <ol style="list-style-type: none">3. Desarrollo personal: habilidades y competencias:<ol style="list-style-type: none">a. Principios de Stephen Coveyb. Liderazgo efectivoc. Comunicación asertivad. Accountability |
|--|--|

[Volver al catálogo](#)

Creatividad e innovación en los negocios

Dirigido a personal de nivel medio y directivo con responsabilidad de desarrollo de nuevos proyectos.

Objetivos:

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Identificar las oportunidades para detonar el proceso de creación de productos y servicios.
- Comprender las principales estrategias y herramientas de desarrollo de productos y servicios para crear diferenciación.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Entender la creatividad y la innovación empresarial (CIE)
2. Fuentes clave para generar una cultura de CIE
3. Niveles de innovación de productos y servicios
4. Modelos y herramientas para planear y gestionar la CIE
5. Planeación estratégica y CIE
6. Tecnología y CIE

[Volver al catálogo](#)

Comunicación, motivación y trabajo en equipo

Dirigido a personal de la organización cuya actividad requiera gestión e interacción en equipos.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Reconocer los modelos de trabajo en equipo que motivan a un grupo a ser más productivo e implementarlas en favor de una mejora continua.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Entendiendo el proceso de comunicación
 - a. Elementos relevantes
 - b. Barreras del proceso de comunicación
 - c. Bases de una comunicación afectiva
 - d. Empatía
 - e. Inteligencia emocional
 - f. Escucha activa
2. Comunicación asertiva
 - a. Qué es asertividad
 - b. Actitud: asertividad en la práctica
 - c. Elementos y herramientas clave de la comunicación asertiva
3. Comunicación, Liderazgo y Trabajo en equipo
 - a. Obstáculos habituales
 - b. Proceso para crear un equipo
 - c. La estructura de un equipo
 - d. Empowerment
 - e. Modelo SPACE para una comunicación integral

[Volver al catálogo](#)

Aspectos básicos de la gestión basada en resultados

Dirigido a personal de la organización cuya actividad implique metodologías de medición.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Definir y revisar sus objetivos estratégicos, así como obtener los indicadores que le permitan establecer metas, monitorear el avance, corregir rumbo y evaluar el impacto de sus resultados. Todo esto, a través de un plan de trabajo que le permita el logro de los objetivos propuestos.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Planeación y control
2. Establecimiento de objetivos
3. Indicadores estratégicos
4. El plan de acción
5. La evaluación de objetivos
6. Orientación a resultados

Modulación de voz (para servicio a cliente presencial y vía telefónica)

Dirigido a personal de la organización cuya actividad requiera proyectar una postura de autoridad debido a su interacción con personas dentro y/o fuera de la organización.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Conocer y experimentar técnicas que le apoyen a desarrollar un manejo adecuado de su voz y el conocimiento de las reglas de atención personal y a través del teléfono.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Entendiendo el discurso:
 - a. Qué decir y cómo
 - b. Estructura del discurso
 - c. Principios de la comunicación verbal
 - d. Generación de experiencias
2. Autoconocimiento y autogestión
 - a. Autoimagen
 - b. Autoconciencia
3. Bases de la voz
 - a. Postura
 - b. Respiración
4. Control
 - a. Gestión del aire
 - b. Proyección
5. Perfeccionamiento de la voz
 - a. Entonación y melodía
 - b. Reforzamiento

[Volver al catálogo](#)

Formación de instructores

Dirigido a personal que realice actividades de formación a compañeros dentro de la organización.

Objetivo:

Al término del taller, el participante:

Reconocerá la importancia de elegir estrategias didácticas adecuadas al impartir conocimientos a sus compañeros, tomando en consideración los objetivos de aprendizaje que se desean lograr, hasta llegar a la evaluación que permita constatar que dichos cambios de conducta y actitud se han obtenido de manera eficiente.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

En general el desarrollo de la(s) sesión(es) incorporan temas de las siguientes áreas:

1. Conceptos básicos
2. Didáctica
3. El Instructor
4. Planeación y evaluación didáctica

[Volver al catálogo](#)

Bases para mejorar tu emprendimiento

Dirigido a personas que tengan proyectos de negocio o ideas para iniciar uno.

Objetivo:

Al finalizar este curso/taller, el participante:

Reconocerá los aspectos básicos del proceso de emprendimiento, y trabajará en aterrizarlos en el contexto de su idea u oportunidad.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Qué es la oferta
2. Qué es competencia
3. Qué es mercadotecnia
4. Diferenciación, ventaja diferencial, ventaja competitiva.
5. Contexto integral de marketing (las famosas P's de marketing)
6. Modelo AIDA
7. Modelo de toma de decisión de compra
8. El proceso de ventas
9. Plan de mercadotecnia: objetivos, procesos

[Volver al catálogo](#)

Posicionamiento estratégico de marca

Dirigido a personas relacionadas con la gestión de actividades y/o estrategias de difusión y posicionamiento de la promesa de valor de marca.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Reconocer la importancia de clarificar los fundamentos de la gestión de marcas, a partir de los planteamientos básicos para la planeación de esfuerzos de comunicación que sustentan el proceso de posicionamiento.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Reconocimiento de las 3 dimensiones de una marca
2. Definición práctica de la marca
3. Percepción vs realidad, aspectos prácticos
4. Identificación de evidencias de la promesa de valor
5. Clarificación de públicos clave de la marca
6. Determinación de canales de difusión

[Volver al catálogo](#)

Comunicación asertiva

Dirigido a personas que tengan interacción con públicos internos o externos de una organización.

Objetivo general:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Reconocer la importancia de establecer esquemas de comunicación efectivos para mejorar el desempeño personal, de equipo y de empresa.

Duración: Curso: 6hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 8hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Entendiendo el proceso de comunicación
 - a. Elementos relevantes
 - b. Barreras del proceso de comunicación
 - c. Bases de una comunicación afectiva:
 - d. Empatía
 - e. Inteligencia emocional
 - f. Escucha activa
 - g. Modelo SPACE para una comunicación integral
2. Comunicación asertiva
 - a. Qué es asertividad
 - b. Actitud: asertividad en la práctica
 - c. Elementos y herramientas clave de la comunicación asertiva

Aspectos generales de las ventas

Dirigido a personas que dirijan, formen parte de un equipo o se dediquen a las ventas, dentro o fuera de una organización.

Objetivo general:

Al término del curso, el participante:

Conocerá características de diferentes conceptos y herramientas para clarificar un proceso de ventas de acuerdo con las necesidades particulares de su actividad.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Contexto general de las ventas
 - a. Necesidad vs deseo
 - b. Administración y ventas
 - c. Marketing y ventas
 - d. Mezcla comercial
 - e. Definiendo la oferta
 - f. Definiendo a mi cliente
 - g. ¿Persuasión vs discusión?
¡Conversión!
2. Ventas y el contexto integral de marketing
 - a. Pronóstico de ventas
 - b. Plan de ventas
 - c. Mezcla comercial
 - d. El mix de marketing
 - e. Definiendo la oferta
 - f. El buyer Persona
3. Modelos del proceso de ventas
 - a. Experiencias como base del proceso de ventas
 - b. Modelo AIDA
 - c. Modelo de toma de decisión de compra
 - d. Etapas del proceso básico de ventas (funnel de ventas)
4. Herramientas para mejorar la planeación de ventas
 - a. Catálogo de herramientas para el equipo de ventas
 - b. La post venta
 - c. El 'pitch'
 - d. Fidelización, clave del futuro de las ventas.

[Volver al catálogo](#)

Tecnologías y estrategias para el entorno digital de las marcas

Dirigido a personas relacionadas con la gestión de actividades y/o estrategias de difusión y posicionamiento de la promesa de valor de marca.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

- Destacar los alcances e implicaciones de las estrategias digitales en el posicionamiento de marcas, productos, servicios.
- Reconocer la importancia de mercadotecnia y la comunicación en los procesos interactivos generados a través de los medios digitales.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Comunicación y Marketing: diferencias y coincidencias
 - a. Planteamiento de objetivos
 - b. Identidad de marca vs portafolio de productos
 - c. Plan de marketing vs plan de comunicación
 - d. Medios
 - e. Presupuestos
2. Entornos digitales
 - a. Huella digital
 - b. Perfil de usuario (buyer persona)
 - c. Funnel de ventas vs funnel digital
3. Creación de conceptos creativos y campañas
 - a. Temporalidad
 - b. Inbound marketing
 - c. Desarrollo del brief creativo
4. Herramientas y plataformas clave
 - a. Google apps
 - b. Redes sociales: Facebook, Pinterest, Instagram, Twitter, YouTube
 - c. Otros
5. Aspectos importantes de gestión del entorno digital
 - a. SEO/SEM
 - b. Medición (ROI)
 - c. Analytics
 - d. Ley federal de protección de datos
 - e. Ley federal de derechos de autor

[Volver al catálogo](#)

Marketing experiencial

Dirigido a personas relacionadas con la gestión de actividades y/o estrategias de comunicación, marketing y ventas.

Objetivo:

Al término del curso, el participante será capaz de:

Comprender conceptos y herramientas relacionadas con el proceso de creación y desarrollo de estrategias de posicionamiento, mercadeo y ventas, haciendo uso de estímulos que generen experiencias relevantes para el consumidor.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Marketing tradicional vs marketing experiencial.
2. El famoso engagement
3. Funnel de conversión.
4. Marketing experiencial y el diseño de acciones y estrategias.
5. Percepción vs. realidad.
6. Comprendiendo los “Momentos de Verdad” del proceso de servicio.
7. Estrategia 5E del proceso de servicio.

[Volver al catálogo](#)

Cómo armar una tabla de evidencias para crear contenidos de publicaciones para redes sociales (RRSS)

Dirigido a personas relacionadas con la gestión de actividades y/o estrategias de comunicación, marketing y ventas, ya sea de manera independiente o dentro de una organización.

Objetivo:

El participante, al finalizar el taller:

Reconocerá las características de las redes sociales (RRSS), así como de su información clave, además manejará herramientas donde usará la información previamente definida, con base en la metodología y ejemplos expuestos, y finalmente tomará conciencia de lo importante que resulta definir, de manera ordenada y responsable, listas de evidencia para crear contenidos. Así mismo, se generará un proceso de comunicación, con la finalidad de construir una tabla de contenidos y mejorar el diseño de materiales de RRSS.

Duración: Curso: 5hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 8hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. Contexto de las redes sociales (RRSS):
 - a. Contenidos más efectivos en las RRSS
 - b. Objetivos y públicos meta de cada red
 - c. Principales fuentes para la identificación de contenidos (internas y externas): productos y servicios, misión, visión, etc.

2. Desarrollo y construcción de la tabla:
 - a. Desarrollar una definición mínima funcional
 - b. Identificación de evidencias operativas
 - c. Creación de tabla de contenidos

3. Importancia de definir listas de evidencia para crear publicaciones en RRSS.

[Volver al catálogo](#)

Aspectos clave de la planeación estratégica

Dirigido a las personas que, dentro de la organización, requieren desarrollar la competencia de gestión efectiva, e implementar o dar seguimiento a proyectos de desarrollo.

Objetivo:

Al término del taller, el participante:

Comprenderá los fundamentos de esta actividad preponderante de la alta dirección relacionada con establecer el rumbo y las estrategias que aseguren el cumplimiento del propósito organizacional.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o virtual) Curso/taller: 14hrs. (presencial)

Contenido temático:

1. La planeación como un rol gerencial
 - a. Proceso de planeación y sus elementos
 - b. Modelos
2. Insumos estratégicos
 - a. Misión, Visión, Principios y Valores
 - b. Lineamientos estratégicos
 - c. Propósito del negocio
3. Análisis estratégico
4. Análisis FODA
 - a. Matriz FODOFADA
 - b. Modelo Canvas para el diseño de estrategias de servicio.
5. Evaluación, seguimiento y mejora del desempeño institucional

[Volver al catálogo](#)

Principios de comunicación efectiva en el trabajo (con base en norma EC0553)

Dirigido a cualquier persona dentro de la organización.

Objetivo:

Al término del taller, el participante:

Comprenderá las características de los elementos que forman una adecuada estructura de comunicación interpersonal, y los pondrá en práctica por medio de herramientas y actividades específicas.

Duración: Curso/taller: 12hrs. (presencial)

Contenido temático:

Se abordan los tres niveles elementales de la norma, que son: Comunicar verbalmente las ideas, Comunicar por escrito las ideas, Escuchar activamente, por medio de la discusión y asimilación de los siguientes temas:

1. Estructura del discurso
2. Escucha activa
3. Elementos y atributos de la comunicación oral y escrita

[Volver al catálogo](#)

Liderazgo en los centros de trabajo (con base en norma EC1188)

Dirigido a cualquier persona que ejerce cierto nivel de liderazgo dentro de la organización, ya sea por posición jerárquica o por su responsabilidad en el manejo de grupos de trabajo.

Objetivo:

Al término del taller, el participante:

Identificará habilidades y herramientas que necesita para crear relaciones efectivas en entorno laboral, y reconocerá las competencias de liderazgo que requiere desarrollar para realizar eficientemente su proceso de gestión.

Duración: Curso: 6hrs. (presencial o distancia) Curso/taller: 8hrs (presencial)

Contenido temático:

Se abordan los niveles elementales de la norma, por medio de la discusión y asimilación de los siguientes temas:

1. Estilos de liderazgo
 - a. El liderazgo como una relación
 - b. Redefinición de liderazgo: una visión integral
2. Modelos de gestión
 - a. Autoridad, Responsabilidad y Disciplina
3. Comunicación efectiva
 - a. Asertividad y empatía

[Volver al catálogo](#)

Diseño y gestión de campañas persuasivas

Dirigido a personas cuya actividad profesional está relacionada con la gestión de actividades y/o estrategias de comunicación, marketing y ventas, ya sea de manera independiente o dentro de una organización.

Objetivo:

El participante, al finalizar el taller:

Comprenderá las características de la persuasión en un contexto de consolidación de un posicionamiento deseado.

Conocerá algunas de las técnicas para influir en la percepción y el comportamiento humano. Reconocerá la importancia de la construcción de un modelo de comunicación persuasiva explícito con base en objetivos claros y precisos.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o distancia) Curso/taller: 14hrs (presencial)

Contenido temático:

1. Concepto de persuasión
2. Procesos de comunicación persuasiva
3. Objetivos de la persuasión
4. Romper la caja negra: hábitos, valores y actitudes
5. Liderazgo (autoridad) y persuasión
6. Estructura de campañas persuasivas

[Volver al catálogo](#)

Marketing de imagen

Dirigido a personas cuya actividad profesional está relacionada con la gestión de actividades y/o estrategias de comunicación, marketing y ventas, ya sea de manera independiente o dentro de una organización.

Objetivo:

El participante, al finalizar el taller:

Comprenderá los nuevos retos de la comunicación y el marketing, en el contexto de audiencias sobre informadas y competencias más homologadas.

Reconocerá las diferencias entre las características, planteamientos y alcances del marketing tradicional y el de imagen.

Identificará la relevancia del posicionamiento y la diferenciación como aspectos ancla de la construcción de percepciones y generadores de imagen.

Duración: Curso: 8hrs. (presencial o distancia) Curso/taller: 16hrs (presencial)

Contenido temático:

1. La evolución del marketing
 - a. Enfoques históricos del marketing
 - b. Las P's y las C's
2. Fundamentos del marketing de imagen
 - a. Principios y dimensiones de la marca
3. Modelo estratégico del marketing de imagen
 - a. Nivel uno: imagen corporativa
 - b. Nivel dos: imagen de comunicación (posicionamiento y diferenciación)
 - c. Nivel tres: imagen de contacto (momentos de verdad)
4. Estrategia de diseño, gestión y evaluación del marketing de imagen
 - a. Planeación, objetivos vs. promesa de valor demarca
 - b. Indicadores de efectividad

[Volver al catálogo](#)