

**PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN DE
SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES
FORMATIVAS, DE ÁMBITO ESTATAL, DIRIGIDAS
PRIORITARIAMENTE A LAS PERSONAS OCUPADAS, EN
APLICACIÓN DE LA ORDEN TAS/718/2008, DE 7 DE MARZO.**

CONVOCATORIA 2013

SECTOR CONTACT CENTER

1.- OBJETO Y LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONCURSO

El objeto del presente pliego consiste en la prestación, en la convocatoria estatal 2013 dirigida prioritariamente a trabajadores/as ocupados/as, de los servicios de impartición, que comprenden los siguientes conceptos:

- 1.-Colaboración en la selección de participantes con la Federación de Servicios Financieros y Administrativos de CCOO (en adelante COMFIA) y la Fundación Formación y Empleo Miguel Escalera (en adelante FOREM).
- 2.-Aportación de profesores y tutores.
- 3.-Puesta a disposición de las aulas debidamente equipadas o plataformas de formación.
- 4.-Aportación de materiales didácticos y equipos.
- 5.-Realización de las gestiones administrativas necesarias para la impartición y cualquier otro elemento para llevar a cabo la correcta ejecución de acciones formativas debidamente descritas en el Anexo adjunto a este documento, todo ello de acuerdo con la normativa vigente.

La licitación deberá realizarse para la impartición de las acciones formativas del sector de Contact Center presentadas en el Anexo adjunto.

2.- ENTIDAD CONTRATANTE

COMFIA ha constituido agrupación con FOREM convirtiéndose ambas entidades en beneficiarias de la subvención. La entidad contratante será FOREM

3.- MARCO LEGAL

- a) Solicitud de cada una de las acciones formativas.
- b) Instrucciones de certificación y justificación económica publicadas por la FTFE.
- c) *Resolución de 16 de julio de 2013, del Servicio Público de Empleo Estatal, por la que se aprueba la convocatoria para la concesión de subvenciones para la ejecución de planes de formación, de ámbito estatal, dirigidos prioritariamente a las personas ocupadas, en aplicación de la Orden TAS/718/2008, de 7 de marzo, por la que se regula la formación de oferta y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas destinadas a su financiación.*
- d) *ORDEN TAS/718/2008, de 7 de marzo, por la que se desarrolla el Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo, por el que se regula el subsistema de formación profesional para el empleo, en materia de formación de oferta y se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones públicas destinadas a su financiación.*
- e) *REAL DECRETO 395/2007, de 23 de marzo, por el que se regula el subsistema de formación profesional para el empleo*
- f) *Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones y Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003.*

4.- CONSIDERACIONES PARTICULARES ACERCA DE LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO

4.1. Entrada en vigor. La impartición de las acciones formativas comenzará una vez suscrito el acuerdo entre la entidad adjudicataria y FOREM, entidad agrupada a COMFIA, que será la entidad contratante. La entidad adjudicataria se registrará en todo momento por el contrato suscrito con la entidad contratante y por el manual de procedimientos elaborado por COMFIA-FOREM.

4.2. Financiación. Los planes de formación que se desarrollen al amparo de esta convocatoria se financiarán con cargo al crédito presupuestario 19.101.241A.482.50 del presupuesto de gastos del Servicio Público de Empleo Estatal para el ejercicio 2013. La financiación máxima correspondiente a la presente convocatoria se eleva a 140.019.714,17 euros.

4.3. Custodia de la documentación. COMFIA y FOREM podrán recabar de la entidad adjudicataria de la formación, toda la documentación e información que, como consecuencia de los servicios prestados pudiera poseer, al objeto de poder responder ante quien tenga derecho según Orden TAS/718/2008, de 7 de marzo, en actividades de seguimiento, liquidación y control, y además deberá conservar a disposición de los órganos de auditoría y control la documentación justificativa relacionada con los gastos y gestión de las acciones formativas indicadas en el Anexo adjunto, hasta 4 años a partir de la finalización del plazo de presentación de la justificación, sin menoscabo del cumplimiento de los plazos fiscales y mercantiles de la legislación española.

4.4 Publicidad e información. Los beneficiarios deberán dar a conocer el carácter público de la financiación por el Servicio Público de Empleo Estatal en todas las actuaciones relacionadas con la difusión y el desarrollo de las acciones formativas subvencionadas.

4.5. Participantes. La entidad adjudicataria del contrato colaborará en la selección de participantes con COMFIA y FOREM, atendiendo a las prioridades del plan de formación, a las necesidades identificadas por los Servicios Públicos de Empleo respecto de las personas desempleadas y a criterios de igualdad y de objetividad.

Los colectivos prioritarios deben suponer como mínimo el 80% del total de alumnado del plan de formación, siendo éstos: mujeres, personas con discapacidad, personas de baja cualificación, mayores de 45 años, jóvenes menores de 30 años, desempleados de larga duración y trabajadores de pequeñas y medianas empresas.

Las personas desempleadas participantes deberán estar inscritas como demandantes de empleo en los Servicios Públicos de Empleo y serán propuestas por los mismos, previa solicitud de las entidades beneficiarias en colaboración con la entidad adjudicataria.

COMFIA-FOREM deberá comunicar, en su caso, a los trabajadores, las causas de no admisión en una acción formativa para la que hayan presentado solicitud.

4.6. Subcontratación. La ejecución de los servicios anteriormente citados se realizará por la entidad adjudicataria de forma directa, siendo responsable única de su correcta ejecución y del cumplimiento de las condiciones que la convocatoria y la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo determinan para la subcontratación de servicios.

En el caso de que la entidad de formación requiera la contratación de algún servicio externo, siempre según la normativa de la convocatoria y la Ley General de Subvenciones, se ajustará a las condiciones siguientes y se realizará con entidades cuyo centro de trabajo esté en España.

4.7 Gratuidad. La formación objeto del contrato será totalmente gratuita para el alumnado, por lo que éste no deberá abonar cantidad alguna por ningún concepto relacionado con el/los curso/s.

4.8 Ejecución de la formación: Las acciones formativas se podrán ejecutar desde el día de la firma del contrato con FOREM hasta el día 31 de julio de 2014.

4.9 Certificación de la formación. La entidad adjudicataria del contrato, importadora de la formación, emitirá a cada participante que haya finalizado la acción formativa un certificado de asistencia a la misma, o bien un diploma cuando haya superado la formación con evaluación positiva. El diploma o, en su caso, el certificado deberá ser entregado o remitido a los participantes en el plazo máximo de un mes a partir de la fecha de finalización de la acción formativa en la que hayan participado.

El incumplimiento de alguna de las anteriores consideraciones particulares podría conllevar a FOREM a rescindir la relación contractual con la entidad adjudicataria.

5.-CONSIDERACIONES PARTICULARES ACERCA DE LA LICITACIÓN

5.1. Plazo para la recepción de solicitudes de participación y documentación

Para que las solicitudes sean admitidas en plazo deberán estar presentadas físicamente como límite máximo el decimo día hábil a contar desde el día siguiente a la fecha de publicación del concurso en la Web de FOREM y en la de COMFIA.

5.2. Lugar y forma de presentación de solicitudes de participación y documentación solicitada

Las solicitudes de participación deberán presentarse en las oficinas centrales de FOREM, entidad agrupada a COMFIA, en horario de 10.00 a 14.00 y de 16.00 a 18.00 horas de lunes a jueves y los viernes de 10.00 a 14.00 horas.

Podrán entregarse en mano o por cualquier sistema de correo, certificado o mensajería, en sobre cerrado, teniendo en cuenta la fecha límite de recepción, en:

Fundación Formación y Empleo Miguel Escalera

Calle de las Mercedes, 19

28020 Madrid

Att. Elena Fernández

Asunto: CONCURSO DE ADJUDICACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS, DE ÁMBITO ESTATAL, DIRIGIDAS PRIORITARIAMENTE A LAS PERSONAS OCUPADAS, EN APLICACIÓN DE LA ORDEN TAS/718/2008, DE 7 DE MARZO CONVOCATORIA 2013.

SECTOR DE CONTACT CENTER.

5.3. Comunicación del resultado

Una vez finalizado el plazo de presentación de solicitudes la entidad contratante resolverá en el plazo máximo de 15 días hábiles.

La comunicación del resultado se realizará por medio de correo electrónico a la persona de contacto que figure en la solicitud.

6.- CONSIDERACIONES PARTICULARES ACERCA DEL SOLICITANTE

6.1. Documentación. Las entidades interesadas en participar en el concurso, deberán aportar los siguientes documentos:

6.1.a. Documentación general y acreditativa de la representación.

- Documento manifestando su voluntad de participar en el concurso.
- Fotocopia del número de identificación fiscal
- En caso de persona jurídica, copia del documento de identidad de la persona que actúa en nombre y representación de la misma.
- En caso de persona jurídica, copia del documento de constitución de la empresa debidamente inscrito en el registro correspondiente y de aquellos posteriores necesarios para acreditar la personalidad jurídica, objeto social y composición y titularidad de los órganos de administración o aportación de un Certificado del Registro Mercantil en el que conste los datos de la inscripción de la empresa y de sus Copia del poder que acredite las facultades de representación del firmante de la oferta.
- Acreditación de encontrarse al corriente de pago durante los doce últimos meses de sus obligaciones con la Agencia Tributaria y la Seguridad Social. Ambos certificados deberán tener fecha igual o posterior al anuncio público.
- Vilem del año 2013.
- Declaración responsable de no encontrarse en alguna de las circunstancias descritas en el artículo 13.2 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.

6.1.b. Documentación acreditativa de certificación en Calidad

Se valorará que el solicitante esté en posesión de una certificación de calidad expedida por un organismo homologado en el ámbito nacional o internacional, que refrende y acredite el correcto desempeño de la actividad contratada si fuese necesario. Debe aportar la documentación acreditativa de la certificación correspondiente.

La ausencia de cualquier documento de los relacionados anteriormente implicará el archivo de toda la documentación sin proceder a la valoración de la solicitud.

6.2. Memoria de la capacidad técnica del solicitante

Para poder evaluar adecuadamente las diferentes ofertas, los licitadores deberán adjuntar a su propuesta una memoria que contenga la siguiente información:

6.2.a. Experiencia en formación

Se valorarán los trabajos realizados en formación de oferta en los últimos tres años teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Impartición en sectores relacionados con el objeto del contrato.
- Impartición de formación en las acciones formativas anexas, así como en los sectores objeto de este contrato. Adecuación de la oferta formativa a las acciones prioritarias fijadas por el Servicio Público de Empleo Estatal y de las Comisiones Paritarias Sectoriales. Priorización en la propuesta de aquellas acciones formativas vinculadas a las áreas prioritarias indicadas en el artículo 4.1 de la convocatoria.
- Que se haya proporcionado al alumnado certificación oficial en las acciones formativas (homologaciones Universidades, EUCIP, CECA, certificados de profesionalidad, etc.).
- Que se haya dotado al plan de recursos didácticos que faciliten el aprendizaje permanente y la aplicación práctica en el ámbito laboral de lo aprendido.

6.2.b. Recursos Humanos y Materiales para la impartición

La empresa licitadora deberá describir y cuantificar los recursos propios, tanto en materia de gestión, coordinación y soporte administrativo, como en materia pedagógica, es decir, los formadores y tutores responsables de la ejecución de las acciones, así como de las infraestructuras disponibles para la ejecución de estas acciones expresamente. Por ello, se valorará la formación de los Recursos Humanos que se dedicarán a este plan de formación, así como el currículum de los expertos en el área temática o de conocimiento de la acción formativa, así como la formación pedagógica reconocida y certificada de los tutores en formación de formadores en e-learning.

6.2.c. Metodología didáctica

La empresa licitadora deberá describir la metodología didáctica que utilizará para la ejecución de las acciones formativas que faciliten el aprendizaje permanente y la aplicación al puesto de trabajo.

La formación realizada deberá contemplar el proceso de evaluación necesario, con el objeto de comprobar los resultados del aprendizaje y, en su caso, la adquisición de conocimientos y competencias profesionales.

6.2.d. Material didáctico

Se valorará una muestra de la calidad y elementos didácticos ofertados que faciliten el aprendizaje permanente.

En el caso acciones formativas con homologaciones universitarias, EUCIP, CECA,... es imprescindible presentar *certificado de revisión de contenidos formativos* por parte de la entidad certificadora para asegurar la calidad de los mismos.

6.2.e.- Código de Responsabilidad Social Empresarial

Se valorará la aportación de un código de Responsabilidad Social Empresarial que explique las pautas de conducta frente a cada uno de los grupos de interés relacionados con su actividad: equipo

humano, clientes, proveedores, sociedad e instituciones. En este sentido, la entidad licitadora podrá acreditar, entre otros aspectos, los relativos a:

1. La no existencia de sentencias condenatorias en la Inspección de Trabajo u otras instancias.
2. Haber desarrollado un plan de Igualdad de oportunidades o disponer de medidas de igualdad, basado en el trato igualitario y no discriminatorio por motivos de origen, raza, género, etc., en los procesos de selección, retribución, formación y desarrollo profesional.
3. Mantener un diálogo activo, fomentado la participación de la plantilla en cualquier aspecto que pueda mejorar tanto las relaciones cotidianas entre compañeros/as y jefes, como las relaciones colectivas: negociación colectiva, participación en grupos de trabajo, comités, emisión de sugerencias, etc.
4. Grado de cumplimiento de la normativa en concepto de contratación laboral de personas con discapacidad (mínimo 2% de la plantilla si supera los 50 trabajadores).y/o medidas alternativas implementadas en la empresa.

6.3.-Mejoras al pliego

Dotar al plan de recursos didácticos que faciliten el aprendizaje permanente y la aplicación práctica en el ámbito laboral de lo aprendido, utilizando entre otros, los recursos inéditos de las escuelas, del portal comfiacontigo, en las que se enmarca la formación de estas acciones.

6.4.- Oferta económica

La oferta económica deberá realizarse en términos de coste/hora/participante por acción formativa de las recogidas en el Anexo I adjunto.

EFICIENCIA ECONÓMICA	
1. La media del coste/hora/participante de la ayuda solicitada se corresponde con la media del coste/hora/participante de la ayuda máxima financiable	0
2. La media del coste/hora/participante de la ayuda solicitada es hasta un 10% inferior a la media del coste/hora/participante de la ayuda máxima financiable	5
3. La media del coste/hora/participante de la ayuda solicitada es desde un 10,1% hasta un 18,2% inferior a la media del coste/hora/participante de la ayuda máxima financiable	10

Se desestimarán aquellas ofertas cuya bajada económica se considere temeraria para la calidad de la impartición.

7. - CRITERIOS DE VALORACIÓN DEL CONCURSO

Las propuestas presentadas se valorarán teniendo en cuenta la siguiente puntuación:

7.1. Memoria de la capacidad técnica (85 puntos).

- a) Experiencia en formación (35 puntos)

- b) Recursos humanos y materiales para la impartición (20 puntos)
- c) Metodología didáctica (13 puntos)
- d) Material didáctico (12 puntos)
- e) Código de Responsabilidad Social Empresarial (5 puntos)

7.2. Mejoras al pliego (10 puntos)

7.3. Oferta económica (5 puntos)

Se valorará la capacidad de la entidad licitadora para alcanzar al mayor número de personas a formar con un menor coste, es decir, se tendrá en cuenta el grado de ajuste del módulo respecto del módulo máximo financiable calculado a partir de los módulos económicos que establezca la normativa vigente según la modalidad de impartición. Esto es:

- a) Presencial: 9 euros en el supuesto de nivel básico de la formación y 13 euros en el supuesto del nivel medio-superior. Para la determinación del nivel básico o medio-superior se estará a lo dispuesto en el Anexo I de la Orden TAS 718/2008, de 7 de marzo.
- b) Teleformación: 7.5 euros.
- c) Mixta: Se aplicarán los módulos anteriores en función de las horas de formación presencial y o teleformación que tenga la acción formativa.

Cualquier reducción superior al 18,2% implicará no tener en cuenta la propuesta.

8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONCURSO

La adjudicación del concurso recaerá sobre la empresa licitadora que presente en su conjunto más puntuación, en base a los criterios que se especifican en este pliego.

Todas las condiciones y términos de la colaboración quedarán reflejados en un convenio de colaboración de servicios y manual de procedimientos, que será firmado con anterioridad al inicio de los cursos licitados.

Se podrá realizar la adjudicación de bloques completos o de alguna de las acciones contempladas dentro de un bloque si se considera que la empresa licitadora solo recoge en éstas la calidad adecuada.

9.- PROTECCIÓN DE DATOS.

La entidad adjudicataria y el personal que tenga relación directa e indirecta con la prestación a los usuarios de los servicios previstos en este pliego, guardarán secreto y confidencialidad sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tengan acceso o conocimiento durante la vigencia del convenio, estando obligados a no hacer público o no dar otro destino al exigido para la realización de las acciones formativas. La empresa adjudicataria se compromete expresamente al cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de Carácter Personal.

ANEXO I OFERTA FORMATIVA

ESCUELA COMERCIO Y MARKETING

Acción 1 GESTOR DE CONTACT CENTER. ÁREA FINANCIERA

Acción 2 GESTOR DE CONTACT CENTER. ÁREA TECNOLÓGICA

Acción 3 HERRAMIENTAS DE TRABAJO PARA TELEOPERADORES. CRM

Acción 4 INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Acción 5 REDACCIÓN PUBLICITARIA PARA MEDIOS TRADICIONALES Y ONLINE

ANEXO II. DEFINICIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS

SECTOR CONTACT CENTER

ESCUELA COMERCIO Y MARKETING

Acción 1 GESTOR DE CONTACT CENTER. ÁREA FINANCIERA

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA
Teleformación	150	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES:

- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas adecuados para proporcionar una excelente atención al cliente, mantener una actitud positiva, mostrar una atención adicional a los clientes, usar un lenguaje cercano resolver los problemas de los clientes de forma eficaz aprovechando dichos problemas como oportunidades de captación de negocio, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Analizar y practicar las técnicas más adecuadas para comunicarse de forma eficaz con los clientes, incluyendo los aspectos no verbales de la comunicación, tanto de forma presencial como telefónica o a través del correo electrónico, proyectando un sentido de profesionalidad y proporcionando al cliente un servicio de calidad por teléfono, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Conocer y practicar las técnicas más eficaces para cerrar las ventas de forma satisfactoria, centrándose en los aspectos que más preocupan a los clientes , aprendiendo cómo reconocer las señales de compra, examinado el tratamiento de objeciones y cómo realizar el seguimiento de los clientes, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para comprender los aspectos relativos a la gestión financiera de la empresa, así como los aspectos generales de los mercados financieros y los productos y servicios asociados con los mismos.
- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para desarrollar una adecuada gestión de los colaboradores basada en la aplicación de técnicas de supervisión eficaz, favoreciendo la comunicación y las relaciones interpersonales productivas y contribuyendo a la creación y desarrollo de equipos de trabajo eficaces, todo ello dentro del marco de la legislación laboral vigente y en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para comprender y participar en la implantación y desarrollo de sistemas de Gestión de Recursos Humanos, aplicando las estrategias y herramientas más adecuadas en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Conocer los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y los principios de la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

- Contribuir al desarrollo profesional de los participantes, mejorando su empleabilidad mediante aprendizajes funcionales que suponen la adquisición de competencias transversales válidas en numerosos sectores de actividad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

COMPETENCIA: TELEOPERADOR/TELEOPERADOR ESPECIALISTA

- Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.
- Conocer las principales técnicas para relacionarse eficazmente con los clientes en el ámbito de la comunicación telefónica.
- Conocer las acciones que debe emprender la empresa para orientarse a los clientes.
- Conocer y utilizar las técnicas más usuales en el cierre y seguimiento de las ventas.
- Analizar y practicar las técnicas adecuadas para confirmar el interés de compra del cliente y tratar adecuadamente sus objeciones.

- Examinar las principales características funcionales, técnicas y organizativas asociadas con los "Centros de llamadas" y los sistemas de información al cliente.
- Conocer y practicar las principales técnicas para relacionarse eficazmente con los clientes en el ámbito de la comunicación mediante correo electrónico.

COMPETENCIA: GESTOR TELEFÓNICO (ÁREA FINANCIERA)

- Examinar y manejar los conceptos y la terminología básica empleada en la contabilidad, así como el significado y funcionamiento de las cuentas y las diferentes masas patrimoniales y la importancia de la contabilidad como fuente de información para la toma de decisiones.
- Analizar la información que suministran los diferentes Estados Financieros que proporciona la Contabilidad y el Análisis Económico Financiero en la empresa.
- Analizar y practicar los conceptos relacionados con los distintos tipos de costes (clasificación y reparto) y los márgenes de las distintas actividades desarrolladas por la empresa y utilizar esa información para facilitar la toma de decisiones.
- Analizar los conceptos, metodologías y herramientas del sistema y del proceso presupuestario de una empresa, así como la operativa de elaboración, seguimiento y control de los presupuestos.
- Examinar las principales características que configuran el sistema financiero español, así como la tipología y las características generales de los mercados financieros y de los productos asociados con los mismos.
- Examinar las características generales de los impuestos sobre la Renta de la Personas Físicas y sobre el Patrimonio y su relación con la fiscalidad de los diferentes productos financieros.

COMPETENCIA: COORDINADOR

- Examinar los principales conceptos, tipología y etapas, relacionados con la creación y dirección de equipos de trabajo en las modernas organizaciones.
- Analizar los conceptos generales referidos a la solución de problemas en relación con el trabajo en equipo en las modernas organizaciones.
- Analizar los conceptos básicos relativos al proceso de comunicación y las principales habilidades que intervienen en la comunicación interpersonal en diferentes situaciones, así como las estrategias más adecuadas para la emisión y recepción eficaces de ideas y opiniones.
- Examinar las nuevas relaciones entre el jefe y los colaboradores y valorar la importancia del liderazgo dentro de las modernas organizaciones.
- Examinar el concepto y las dimensiones del liderazgo y su importancia dentro de las modernas organizaciones.
- Analizar los conceptos fundamentales y las técnicas y herramientas básicas para implicar y motivar a las personas en su función mediante la satisfacción en el trabajo.

- Analizar el concepto, herramientas e implicaciones del Sistema de Gestión del Desempeño en las organizaciones modernas y su relación con el rol directivo.
- Examinar los principales aspectos normativos relacionados con la contratación laboral y la gestión de las relaciones laborales en la empresa, diferenciando las distintas modalidades de contratación, los aspectos relativos al salario y al tiempo de trabajo y las principales características y prestaciones propias del Régimen General de la Seguridad Social.

COMPETENCIA: SUPERVISOR

- Conocer los principales conceptos relacionados con el sistema de gestión del capital humano en las organizaciones modernas y sus distintos subsistemas.
- Examinar los principales conceptos relacionados con la gestión por competencias y su trascendencia en la gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Analizar y aclarar los conceptos fundamentales relativos al Coaching y al Mentoring.
- Examinar las ventajas de la delegación en el ejercicio del rol directivo, así como la importancia de la capacitación y desarrollo profesional de los colaboradores dentro del proceso de empowerment.
- Analizar los principales conceptos, estrategias y técnicas relacionados con la intervención en problemas y con el proceso de toma de decisiones y su implantación.
- Analizar los conceptos básicos referidos a la gestión del tiempo y del estrés, así como las estrategias más adecuadas para la introducción de mejoras que permitan optimizar el uso del tiempo propio y de los colaboradores y reducir el estrés.

- Analizar los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y examinar los aspectos más relevantes relacionados con la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

COMPETENCIAS GENERALES: El participante al finalizar el curso será capaz de:

- Desarrollar una atención y servicio al cliente de calidad, aplicando las técnicas más adecuadas para analizar sus necesidades, contestar a sus preguntas y resolver sus problemas, estableciendo una comunicación eficaz tanto de forma interpersonal como mediante el teléfono o el correo electrónico, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Realizar el cierre y seguimiento de las ventas, destacando los beneficios del producto, respondiendo a las objeciones, detectando las señales de compra y estableciendo un seguimiento del resultado, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Prestar asesoramiento especializado a los clientes en materia de gestión financiera y de mercados y productos financieros, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing,
- Desarrollar una adecuada gestión de los colaboradores basada en la aplicación de técnicas de supervisión eficaz, favoreciendo la comunicación y las relaciones interpersonales productivas y contribuyendo a la creación y desarrollo de equipos de trabajo eficaces, todo ello dentro del marco de la legislación laboral vigente y en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Participar en la implantación, desarrollo y mantenimiento de Sistemas de Gestión de Recursos Humanos, aplicando las estrategias y herramientas más adecuadas en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Participar en la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos y en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.

UNIDADES DE COMPETENCIA: El participante al finalizar el curso estará en disposición de:

COMPETENCIA: TELEOPERADOR/TELEOPERADOR ESPECIALISTA

- Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.
- Aplicar las técnicas adecuadas para establecer una comunicación telefónica eficaz con los clientes.
- Responder adecuadamente a las objeciones del cliente.
- Realizar el cierre de las ventas utilizando las técnicas de cierre más usuales.
- Realizar un seguimiento adecuado de las ventas.
- Reconocer las principales características funcionales, técnicas y organizativas asociadas con los "Centros de Llamadas" y los sistemas de información al cliente.

COMPETENCIA: GESTOR TELEFÓNICO (ÁREA FINANCIERA)

- Identificar y caracterizar los diferentes elementos que componen el patrimonio de una empresa.
- Reconocer la estructura y función de los distintos elementos del proceso de registro, regularización y cierre contable.
- Reconocer, interpretar y manejar correctamente los conceptos y herramientas básicas de la Contabilidad Financiera en la empresa.
- Reconocer, interpretar y manejar correctamente los conceptos fundamentales, herramientas y metodologías básicas del Análisis Económico Financiero en la empresa.
- Reconocer, interpretar y manejar los diferentes tipos de costes y márgenes de las distintas actividades desarrolladas por la empresa y utilizar correctamente esa información en la toma de decisiones.
- Reconocer, interpretar y manejar los conceptos, metodologías y herramientas del sistema y del proceso presupuestario de una empresa, así como la operativa de elaboración, seguimiento y control de los presupuestos.

- Reconocer y caracterizar el sistema financiero español.
- Reconocer y caracterizar la tipología y las características generales de los mercados financieros y de los diferentes productos negociados en los mismos.
- Reconocer las características generales de los impuestos sobre la Renta de la Personas Físicas y sobre el Patrimonio.
- Reconocer y diferenciar la fiscalidad asociada con las diferentes modalidades de productos financieros en relación con los impuestos sobre la Renta de la Personas Físicas y sobre el Patrimonio.

COMPETENCIA: COORDINADOR

- Reconocer y valorar la importancia del trabajo en equipo en las modernas organizaciones.
- Reconocer y aplicar los principales conceptos y principios relacionados con la creación y dirección de equipos de trabajo en las modernas organizaciones.
- Reconocer y aplicar correctamente los elementos y fases necesarios para desarrollar correctamente el proceso de análisis y solución de problemas e implantación de las soluciones, en relación con el trabajo en equipo en las modernas organizaciones.
- Desarrollar las estrategias y aplicar las técnicas concretas más adecuadas para la emisión y recepción eficaces de ideas y opiniones, evitando las barreras del proceso de comunicación, en distintas situaciones de comunicación interpersonal propias del ámbito empresarial.
- Reconocer y caracterizar el concepto y las dimensiones del liderazgo, valorando su importancia en la gestión dentro de las modernas organizaciones.
- Reconocer y caracterizar el concepto y las dimensiones del liderazgo, valorando su importancia en la gestión dentro de las modernas organizaciones.
- Aplicar las estrategias más adecuadas para impulsar la implicación y la motivación de los colaboradores, así como el desarrollo de equipos de trabajo eficaces.

- Reconocer y aplicar las técnicas y herramientas básicas para implicar y motivar a las personas en su función mediante la satisfacción en el trabajo.
- Reconocer y caracterizar el concepto, herramientas e implicaciones del Sistema de Gestión del Desempeño, valorando su importancia en las organizaciones modernas.
- Llevar a cabo la evaluación del desempeño de los colaboradores, siguiendo las etapas prefijadas, llevando a cabo las entrevistas necesarias de manera eficaz y utilizando las herramientas adecuadas.
- Reconocer los principales aspectos normativos relacionados con la contratación laboral y la gestión de las relaciones laborales en la empresa, diferenciando las distintas modalidades de contratación, los aspectos relativos al salario y al tiempo de trabajo y las principales características y prestaciones propias del Régimen General de la Seguridad Social.

COMPETENCIA: SUPERVISOR

- Reconocer y diferenciar las funciones y características de los distintos subsistemas del sistema de gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Reconocer y caracterizar los diferentes tipos de competencias, valorando su importancia en la gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Identificar comprender y manejar los conceptos y terminología básicos relativos al Coaching y al Mentoring.
- Identificar comprender y manejar los elementos y herramientas relacionados con el proceso de Coaching.
- Reconocer los conceptos básicos relativos al empowerment en el ejercicio del rol directivo y la importancia de la capacitación y desarrollo profesional de los colaboradores en el contexto de la delegación eficaz.
- Aplicar las estrategias más adecuadas para delegar con eficacia, atendiendo al desarrollo profesional de los colaboradores y propiciando la constitución de grupos de trabajo autodirigidos.
- Realizar correctamente el proceso de toma de decisiones y su implantación, analizando adecuadamente el problema y valorando correctamente las causas del problema y las consecuencias de la decisión.
- Reconocer los principales elementos que afectan a la gestión del tiempo propio y de los colaboradores.
- Desarrollar las estrategias y aplicar las técnicas concretas más adecuadas para mejorar la gestión del tiempo propio y de los colaboradores.
- Reconocer los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y las medidas preventivas pertinentes.
- Reconocer los aspectos más relevantes relacionados con la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

PROGRAMA

MÓDULO 1. ACTIVIDADES DE VENTA Y ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

COMPETENCIAS: TELEOPERADOR/TELEOPERADOR ESPECIALISTA

U.D. 1. ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 1.1. La atención al cliente como ventaja competitiva.
- 1.2. El proceso de atención al cliente.
- 1.3. Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- 1.4. Impacto de la atención al cliente en la imagen de nuestra empresa.
- 1.5. La comunicación.
- 1.6. Herramientas de comunicación oral.
- 1.7. Secuencia de una eficaz relación con clientes.

1.8. Situaciones difíciles con los clientes.

1.9. Tipología de clientes.

1.10. Fidelización de clientes.

1.11. Evaluación.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 3 horas) TOTAL: 7 horas

Objetivos:

- Conocer los conceptos elementales de la atención al cliente y los comportamientos y actitudes más adecuados para desarrollar esa competencia, siguiendo etapa a etapa todo el proceso.
- Aprender las normas básicas de actuación ante clientes difíciles, y cómo llevar con éxito el tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Conocer los elementos de atención al cliente que hay que considerar y aplicar para lograr incrementar los índices de fidelización de clientes.
- Transmitir una imagen positiva. Conocer el proceso de comunicación y las habilidades necesarias.
- Entrenar herramientas de comunicación oral.
- Conocer las etapas del proceso, qué tenemos que conseguir en cada una de ellas y cómo lograrlo.
- Conocer quiénes son nuestros clientes y cómo tratar las situaciones difíciles que se nos planteen.

U.D. 2. ATENCIÓN TELEFÓNICA.

2.1. Servicio telefónico de calidad.

2.2. Usar la etiqueta telefónica.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Conocer las características de la comunicación telefónica.
- Aprender a preparar una conversación telefónica.
- Comprender la importancia de una buena actitud mental ante el teléfono.
- Analizar las distintas etapas de una conversación telefónica y la actitud más apropiada en cada una de ellas.
- Estudiar las diferentes situaciones de conversación telefónica.
- Estudiar las reglas de comportamiento correcto al teléfono.
- Aprender el trato en los distintos tipos de llamadas.
- Aprender a respetar las prioridades.
- Adquirir el vocabulario y actitudes apropiadas en el trato telefónico.

U.D. 3. ORIENTACIÓN AL CLIENTE.

3.1. Necesidad de una nueva concepción.

3.2. Nuevo enfoque de orientación al cliente.

3.3. Enfoque de empresa orientada al cliente.

3.4. Aportación personal en una empresa orientada al cliente.

3.5. El cliente en la orientación al cliente.

3.6. Evaluación.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Reflexionar sobre los cambios del entorno y cómo inciden en la Orientación al Cliente.
- Mostrar los nuevos desafíos en la Orientación al Cliente que deben afrontar las empresas.
- Exponer las ventajas que ofrece un nuevo tipo de Orientación al Cliente.

U.D. 4. ESTRATEGIAS COMERCIALES.

4.1. Introducción a la actividad de venta.

4.2. Preparación de la venta.

4.3. Análisis de la entrevista comercial.

- 4.4. El contacto comercial.
- 4.5. La Información en el Proceso de venta.
- 4.6. La Argumentación de la venta.
- 4.7. El cierre de la venta.
- 4.8. Observaciones finales.
- 4.9. Evaluación.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas clave para la elaboración de una estrategia eficaz de ventas que permita la detección de las necesidades y expectativas del cliente ofreciendo las soluciones convenientes.
- Entender y manejar técnicas y habilidades para afrontar y cerrar una venta adaptándose a las características del cliente.

U.D. 5. GESTIÓN DE RECLAMACIONES.

5.1. La comunicación como clave en la gestión de quejas y reclamaciones.

5.2. Comunicación persuasiva.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Resaltar la importancia de una buena gestión de las quejas y reclamaciones.
- Estudiar el proceso de tratamiento de quejas recogido por la Norma ISO 10002:2004.
- Estudiar el proceso de revisión de tratamiento de quejas.
- Establecer los principios que nos permiten un tratamiento eficaz de las quejas.
- Definir qué es la comunicación persuasiva.
- Estudiar las características relevantes del comunicador persuasivo.
- Establecer la forma correcta de actuar persuasivamente.
- Introducir la teoría de la persuasión de Kurt Mortensen.

U.D. 6. SISTEMAS DE INFORMACIÓN AL CLIENTE.

6.1. Los “centros de llamadas”.

6.2. Tecnología de un “Centro de llamadas”.

6.3. Organización de un Centro de llamadas.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 2 horas) TOTAL: 4 horas

Objetivos:

- Examinar las principales características funcionales y organizativas asociadas con los “Centros de llamadas”.
- Examinar las características de la tecnología asociada con los “Centros de llamadas” y los sistemas de información al cliente.

U.D. 7. COMUNICACIÓN MEDIANTE CORREO ELECTRÓNICO.

7.1. Fundamentos de correo electrónico.

7.2. Gestión del correo electrónico.

7.3. Comunicación con el cliente mediante correo electrónico.

7.4. Confidencialidad en el uso del correo electrónico.

(Nº horas teóricas: 6 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Conocer el significado de una serie de términos relacionados con el correo electrónico.
- Configurar una cuenta de correo en Outlook.
- Redactar y enviar mensajes.
- Recibir mensajes y responderlos.
- Adjuntar archivos.
- Gestionar la “Libreta de direcciones”.

- Emplear el correo electrónico como herramienta de comunicación.
- Hacer un uso eficaz del correo electrónico.
- Emplear el correo electrónico atendiendo a los criterios de confidencialidad.
- Gestionar el spam.

MÓDULO 2. ASESORAMIENTO FINANCIERO

COMPETENCIA: GESTOR TELEFÓNICO (ÁREA FINANCIERA)

U.D. 1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

1.1. Aspectos generales.

1.2. Funcionamiento de las cuentas de Activo, Pasivo y Neto.

1.3. Funcionamiento de las cuentas de ingresos y gastos.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los principales conceptos contables relativos al patrimonio y a su composición.
- Examinar los conceptos clave relativos al proceso contable y su registro.
- Analizar el proceso de regularización y cierre de cuentas.

U.D. 2. ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

2.1. Introducción a la contabilidad.

2.2. El resultado (Cuenta de pérdidas y ganancias).

2.3. El patrimonio (Balance).

2.4. Análisis económico financiero.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los conceptos fundamentales relativos a la Contabilidad Financiera en la empresa.
- Examinar los conceptos de Ingresos y Gastos y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias como expresión del resultado empresarial.
- Analizar los conceptos de Patrimonio y equilibrio Patrimonial y el Balance como expresión de la situación patrimonial de la empresa.
- Examinar los conceptos fundamentales, herramientas y metodologías básicas del análisis económico financiero en la empresa.

U.D. 3. CONTROL DE COSTES

3.1. La contabilidad y el funcionamiento empresarial.

3.2. Los costes en la empresa.

3.3. Decisiones empresariales.

3.4. Decisiones operativas sobre un producto/pedido.

3.5. Decisiones operativas sobre el precio.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los conceptos fundamentales relativos a la Contabilidad Analítica o de Gestión en la empresa.
- Analizar los diferentes tipos de costes que se producen en la empresa.
- Examinar el proceso y tipología de la toma de decisiones y la fijación de precios en la empresa, en relación con los costes y los márgenes.

U.D. 4. CONTROL DE PRESUPUESTOS

4.1. La información económica y la actividad empresarial.

4.2. El sistema presupuestario.

4.3. Análisis de desviaciones.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los conceptos fundamentales relativos al Sistema y al Proceso Presupuestario en la empresa.
- Analizar la tipología y la operativa de elaboración y seguimiento de los presupuestos y sus desviaciones.

• operativa de elaboración, seguimiento y control de los presupuestos.

U.D. 5. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

5.1. Sistema financiero.

5.2. Mercado de renta fija.

5.3. Mercado de renta variable.

5.4. Mercado de productos derivados.

5.5. Fondos y sociedades de inversión.

5.6. Seguros.

5.7. Pensiones y planificación de jubilación.

(Nº horas teóricas: 15 horas// Nº horas prácticas: 5 horas) TOTAL: 20 horas

Objetivos:

- Examinar las principales características que configuran el sistema financiero español.
- Analizar la tipología y las características generales de los mercados financieros y de los productos asociados con los mismos.

U.D. 6. FISCALIDAD DE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS

6.1. El Sistema Fiscal español.

6.2. Fiscalidad de los productos financieros.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Examinar las características generales de los impuestos sobre la Renta de la Personas Físicas y sobre el Patrimonio.
- Analizar la fiscalidad asociada con los diferentes productos financieros.

MÓDULO 3. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

COMPETENCIA: COORDINADOR

U.D. 1. CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

1.1. Trabajo en equipo ¿por qué?

1.2. Grupos y equipos en las organizaciones.

1.3. Fases de desarrollo de los equipos.

1.4. Gestión del desarrollo del equipo.

1.5. Tipos de equipos.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir el trabajo en equipo y caracterizar su importancia en las organizaciones.
- Examinar el concepto de grupo humano y sus características, así como sus diferencias con la noción de equipo.
- Examinar las fases evolutivas en el desarrollo de un equipo.
- Examinar los aspectos más relevantes implicados en la gestión de un equipo.
- Examinar distintos tipos de equipo.

U.D. 2. SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TRABAJO EN EQUIPO

2.1. Introducción a la solución de problemas en grupo.

2.2. Definir el problema.

2.3. El análisis de las causas.

2.4. Desarrollo e implantación de las soluciones.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los conceptos básicos a la dinámica de grupos y la interacción humana en el seno de los equipos.
- Conocer los aspectos generales de la definición del problema.
- Conocer los aspectos generales de la identificación y priorización de las causas de un problema.
- Conocer los aspectos generales del desarrollo e implantación de soluciones para un problema.

U.D. 3. COMUNICACIÓN

- 3.1. La comunicación.
- 3.2. Habilidades y situaciones de comunicación.
- 3.3. Las barreras y las mejoras de la comunicación.
- 3.4. El proceso de la comunicación.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir el concepto de comunicación y valorar su importancia en las modernas organizaciones.
- Conocer las habilidades básicas en la comunicación eficaz en diferentes situaciones.
- Analizar las distintas barreras a la comunicación y la forma de mejorar la comunicación.
- Analizar el proceso de comunicación y las principales habilidades que intervienen en la emisión y recepción eficaces de ideas y opiniones.

U.D. 4. LIDERAZGO.

- 4.1. Las nuevas relaciones jefes-colaboradores.
- 4.2. El ejercicio del liderazgo.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir los roles de jefe y trabajador dentro de las modernas organizaciones.
- Analizar las implicaciones del liderazgo en el desarrollo de los colaboradores y sus implicaciones en el aprendizaje dentro de las modernas organizaciones.

U.D. 5. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN.

- 5.1. ¿Qué es un líder?
- 5.2. ¿Cómo implicar a nuestros colaboradores?

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir el concepto de liderazgo, examinando las diferencias con el concepto de dirección y destacando su importancia dentro de las modernas organizaciones.
- Analizar las implicaciones del liderazgo en la motivación de los colaboradores y en el desarrollo de los equipos de trabajo en las modernas organizaciones.

U.D. 6. MOTIVACIÓN.

- 6.1. Acercamiento a la motivación.
- 6.2. Hablando de motivación.
- 6.3. Gestión del aprendizaje.
- 6.4. Entrenamiento y entrenador.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir y examinar los principales conceptos relacionados con la motivación humana.
- Examinar las principales estrategias y herramientas asociados con la motivación en el trabajo.

U.D. 7. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO.

- 7.1. Sistema de Gestión del Desempeño.
- 7.2. La Entrevista de Evaluación del Desempeño.
- 7.3. Los Tipos de Entrevistas.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los principales conceptos y etapas asociados con el Sistema de Gestión del Desempeño.
- Examinar el papel de la entrevista en la Evaluación del Desempeño.
- Analizar los distintos tipos de entrevista que se producen en la Evaluación del Desempeño.

U.D. 8. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS RR.HH.

8.1. El contrato de trabajo.

8.2. El salario y el tiempo de trabajo.

8.3. La representación de los trabajadores.

8.4. El sistema de la Seguridad Social.

8.5. Prestaciones de la Seguridad Social y Desempleo.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 4 horas

Objetivos:

- Examinar los aspectos relativos a la contratación de trabajadores y las principales modalidades de contratación vigentes.
- Examinar los principales aspectos normativos presentes en la relación laboral en el marco de la normativa vigente.
- Analizar las principales características y prestaciones propias del Régimen General de la Seguridad Social.

COMPETENCIA: SUPERVISOR

U.D. 9. GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO.

9.1. La Gestión de RRHH como sistema.

9.2. Puestos.

9.3. Desarrollo de las personas.

9.4. Evaluación del desempeño.

9.5. Información y comunicación.

9.6. Otros subsistemas.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los principales conceptos asociados con el sistema de gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Examinar los principales conceptos asociados a la asignación, rotación y retribución de los puestos de trabajo en las modernas organizaciones.
- Examinar los principales conceptos asociados con el desarrollo de personas en las modernas organizaciones.
- Examinar los principales conceptos asociados con la evaluación del desempeño en las modernas organizaciones.
- Examinar los principales conceptos asociados con la información y la comunicación en las modernas organizaciones.
- Examinar las principales características de otros subsistemas de la gestión de los recursos humanos.

U.D. 10. GESTIÓN POR COMPETENCIAS.

10.1. Qué son las competencias.

10.2. Conocimientos.

10.3. Habilidades y otras competencias.

10.4. Competencias y puestos.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los principales conceptos asociados con los antecedentes y la tipología de las competencias.
- Examinar los distintos tipos de conocimiento y las características básicas de la gestión del conocimiento en las organizaciones modernas.
- Examinar los distintos tipos de habilidades y otras competencias relacionadas con aspectos culturales, actitudinales y conductuales.
- Analizar las implicaciones de la gestión por competencias en la gestión de los puestos de trabajo en el seno de las organizaciones modernas.

U.D. 11. COACHING Y MENTORING.

11.1. Coaching / Mentoring.

11.2. Entorno en el que nos movemos.

11.3. Habilidades necesarias.

11.4. Proceso de Coaching.

11.5. Herramientas de Coaching.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Definir el concepto de Coaching.
- Examinar las habilidades necesarias para el Coaching.
- Analizar el proceso y las herramientas de Coaching.

U.D. 12. DELEGACIÓN.

12.1. Introducción al Empowerment.

12.2. Capacitar y perfeccionar a los delegados.

12.3. Grupos de trabajo autodirigidos.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Analizar los principales conceptos relativos a la definición, finalidad y niveles del proceso de empowerment.
- Examinar la importancia de la capacitación y desarrollo profesional de los colaboradores en el contexto del proceso de empowerment.
- Analizar los principales conceptos relativos a la estructura, objetivos y etapas de desarrollo de los grupos de trabajo autodirigidos dentro de la organización.

U.D. 13. TOMA DE DECISIONES.

13.1. Intervenir ante un problema.

13.2. Toma de decisiones.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los principales aspectos del análisis de problemas y la intervención en problemas.
- Analizar las distintas fases del proceso de toma de decisiones y la implantación de las mismas.

U.D. 14. GESTIÓN DEL TIEMPO Y DEL ESTRÉS

14.1. Introducción: el tiempo.

14.2. ¿Qué hacer para mejorar?

14.3. Consecuencia de un uso inadecuado del tiempo: el estrés.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los elementos básicos referidos a la gestión del tiempo.
- Analizar y practicar técnicas concretas para mejorar la administración del tiempo.
- Analizar las consecuencias de un uso inadecuado del tiempo y las estrategias más eficaces para afrontar el estrés.

U.D. 15. LA PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

15.1. Las Nuevas Tecnologías y la protección de datos.

15.2. La protección de datos de carácter personal.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Analizar los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y las medidas preventivas pertinentes.
- Examinar los aspectos más relevantes relacionados con la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

Acción 2 GESTOR DE CONTACT CENTER. ÁREA TECNOLÓGICA

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA
Teleformación	150	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES:

- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas adecuados para proporcionar una excelente atención al cliente, mantener una actitud positiva, mostrar una atención adicional a los clientes, usar un lenguaje cercano resolver los problemas de los clientes de forma eficaz aprovechando dichos problemas como oportunidades de captación de negocio, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Analizar y practicar las técnicas más adecuadas para comunicarse de forma eficaz con los clientes, incluyendo los aspectos no verbales de la comunicación, tanto de forma presencial como telefónica o a través del correo electrónico, proyectando un sentido de profesionalidad y proporcionando al cliente un servicio de calidad por teléfono, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Conocer y practicar las técnicas más eficaces para cerrar las ventas de forma satisfactoria, centrándose en los aspectos que más preocupan a los clientes , aprendiendo cómo reconocer las señales de compra, examinado el tratamiento de objeciones y cómo realizar el seguimiento de los clientes, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para comprender los aspectos relativos a la gestión de la tecnología informática de la empresa, en particular la relacionada con las redes de área local y su seguridad y las tecnologías basadas en el estándar TCP/IP.
- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para desarrollar una adecuada gestión de los colaboradores basada en la aplicación de técnicas de supervisión eficaz, favoreciendo la comunicación y las relaciones interpersonales productivas y contribuyendo a la creación y desarrollo de equipos de trabajo eficaces, todo ello dentro del marco de la legislación laboral vigente y en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para comprender y participar en la implantación y desarrollo de sistemas de Gestión de Recursos Humanos, aplicando las estrategias y herramientas más adecuadas en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.

- Conocer los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y los principios de la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

- Contribuir al desarrollo profesional de los participantes, mejorando su empleabilidad mediante aprendizajes funcionales que suponen la adquisición de competencias transversales válidas en numerosos sectores de actividad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

COMPETENCIA: TELEOPERADOR/TELEOPERADOR ESPECIALISTA

- Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.

- Conocer las principales técnicas para relacionarse eficazmente con los clientes en el ámbito de la comunicación telefónica.

- Conocer las acciones que debe emprender la empresa para orientarse a los clientes.

- Conocer y utilizar las técnicas más usuales en el cierre y seguimiento de las ventas.

- Analizar y practicar las técnicas adecuadas para confirmar el interés de compra del cliente y tratar

adecuadamente sus objeciones.

- Examinar las principales características funcionales, técnicas y organizativas asociadas con los “Centros de llamadas” y los sistemas de información al cliente.

- Conocer y practicar las principales técnicas para relacionarse eficazmente con los clientes en el ámbito de la comunicación mediante correo electrónico.

COMPETENCIA: GESTOR TELEFÓNICO (ÁREA TECNOLÓGICA)

- Examinar y practicar los conceptos básicos relacionados con las comunicaciones de datos a través de redes informáticas, su tipología y los aspectos básicos relativos a la interconexión de las mismas.

- Conocer los principales conceptos relacionados con los protocolos de comunicaciones TCP/IP y las tecnologías y servicios asociadas con el mismo.

- Examinar los principales conceptos y tecnologías relacionados con las redes IP, su estructura, su arquitectura y su aplicación en Internet.

- Examinar los principales conceptos y tecnologías, relacionados con la estructura de Internet y las distintas modalidades de acceso.

- Analizar y practicar los principales conceptos relacionados con las redes de área local (LAN) y las redes de área local virtuales (VLAN), su arquitectura y las tecnologías y dispositivos asociados con las mismas.

- Profundizar en los principios, protocolos, arquitectura y tecnologías relacionadas con el direccionamiento y el encaminamiento dentro de las redes basadas en tecnologías TCP/IP.

- Examinar los principios generales, protocolos, técnicas y dispositivos relacionadas con la autenticación y la seguridad de las redes basadas en tecnologías TCP/IP.

COMPETENCIA: COORDINADOR

- Examinar los principales conceptos, tipología y etapas, relacionados con la creación y dirección de equipos de trabajo en las modernas organizaciones.

- Analizar los conceptos generales referidos a la solución de problemas en relación con el trabajo en equipo en las modernas organizaciones.

- Analizar los conceptos básicos relativos al proceso de comunicación y las principales habilidades que

intervienen en la comunicación interpersonal en diferentes situaciones, así como las estrategias más adecuadas para la emisión y recepción eficaces de ideas y opiniones.

- Examinar las nuevas relaciones entre el jefe y los colaboradores y valorar la importancia del liderazgo dentro de las modernas organizaciones.

- Examinar el concepto y las dimensiones del liderazgo y su importancia dentro de las modernas organizaciones.

- Analizar los conceptos fundamentales y las técnicas y herramientas básicas para implicar y motivar a las personas en su función mediante la satisfacción en el trabajo.
- Analizar el concepto, herramientas e implicaciones del Sistema de Gestión del Desempeño en las organizaciones modernas y su relación con el rol directivo.
- Examinar los principales aspectos normativos relacionados con la contratación laboral y la gestión de las relaciones laborales en la empresa, diferenciando las distintas modalidades de contratación, los aspectos relativos al salario y al tiempo de trabajo y las principales características y prestaciones propias del Régimen General de la Seguridad Social.

COMPETENCIA: SUPERVISOR

- Conocer los principales conceptos relacionados con el sistema de gestión del capital humano en las organizaciones modernas y sus distintos subsistemas.
- Examinar los principales conceptos relacionados con la gestión por competencias y su trascendencia en la gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Analizar y aclarar los conceptos fundamentales relativos al Coaching y al Mentoring.
- Examinar las ventajas de la delegación en el ejercicio del rol directivo, así como la importancia de la capacitación y desarrollo profesional de los colaboradores dentro del proceso de empowerment.
- Analizar los principales conceptos, estrategias y técnicas relacionados con la intervención en problemas y con el proceso de toma de decisiones y su implantación.
- Analizar los conceptos básicos referidos a la gestión del tiempo y del estrés, así como las estrategias más adecuadas para la introducción de mejoras que permitan optimizar el uso del tiempo propio y de los colaboradores y reducir el estrés.
- Analizar los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y examinar los aspectos más relevantes relacionados con la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

COMPETENCIAS GENERALES: El participante al finalizar el curso será capaz de:

- Desarrollar una atención y servicio al cliente de calidad, aplicando las técnicas más adecuadas para analizar sus necesidades, contestar a sus preguntas y resolver sus problemas, estableciendo una comunicación eficaz tanto de forma interpersonal como mediante el teléfono o el correo electrónico, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Realizar el cierre y seguimiento de las ventas, destacando los beneficios del producto, respondiendo a las objeciones, detectando las señales de compra y estableciendo un seguimiento del resultado, todo ello en el marco de la empresa o del servicio de telemarketing.
- Prestar asesoramiento especializado a los clientes en materia de gestión de la tecnología informática de la empresa, en particular la relacionada con las redes de área local y su seguridad y las tecnologías basadas en el estándar TCP/IP.
- Desarrollar una adecuada gestión de los colaboradores basada en la aplicación de técnicas de supervisión eficaz, favoreciendo la comunicación y las relaciones interpersonales productivas y contribuyendo a la creación y desarrollo de equipos de trabajo eficaces, todo ello dentro del marco de la legislación laboral vigente y en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.

- Participar en la implantación, desarrollo y mantenimiento de Sistemas de Gestión de Recursos Humanos, aplicando las estrategias y herramientas más adecuadas en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.

- Participar en la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos y en el contexto de la empresa o del servicio de telemarketing.

UNIDADES DE COMPETENCIA: El participante al finalizar el curso estará en disposición de:

COMPETENCIA: TELEOPERADOR/TELEOPERADOR ESPECIALISTA

- Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor/Usuario.
- Aplicar las técnicas adecuadas para establecer una comunicación telefónica eficaz con los clientes.

- Responder adecuadamente a las objeciones del cliente.

- Realizar el cierre de las ventas utilizando las técnicas de cierre más usuales.

- Realizar un seguimiento adecuado de las ventas.

- Reconocer las principales características funcionales, técnicas y organizativas asociadas con los "Centros de llamadas" y los sistemas de información al cliente.

COMPETENCIA: GESTOR TELEFÓNICO (ÁREA TECNOLÓGICA)

- Reconocer los conceptos básicos relacionados con las comunicaciones de datos a través de redes informáticas, su tipología y los aspectos básicos relativos a la interconexión de las mismas.

- Reconocer y caracterizar los principales conceptos relacionados con los protocolos de comunicaciones TCP/IP y las tecnologías y servicios asociadas con el mismo.

- Reconocer y caracterizar los principales conceptos y tecnologías relacionados con las redes IP, su estructura, su arquitectura y su aplicación en Internet.

- Reconocer y caracterizar los principales conceptos y tecnologías relacionados con la estructura de Internet y las distintas modalidades de acceso

- Reconocer y aplicar los distintos aspectos relacionados con las redes de área local (LAN) y las redes de área local virtuales (VLAN), con su arquitectura y con las tecnologías y dispositivos asociados.

- Reconocer y caracterizar los principios, protocolos, arquitectura y tecnologías relacionadas con el

direccionamiento y el encaminamiento dentro de las redes basadas en tecnologías TCP/IP.

- Reconocer y caracterizar los principios generales, protocolos, técnicas y dispositivos relacionadas con la

autenticación y la seguridad de las redes basadas en tecnologías TCP/IP.

COMPETENCIA: COORDINADOR

- Reconocer y valorar la importancia del trabajo en equipo en las modernas organizaciones.

- Reconocer y aplicar los principales conceptos y principios relacionados con la creación y dirección de equipos de trabajo en las modernas organizaciones.

- Reconocer y aplicar correctamente los elementos y fases necesarios para desarrollar correctamente el proceso de análisis y solución de problemas e implantación de las soluciones, en relación con el trabajo en equipo en las modernas organizaciones.

- Desarrollar las estrategias y aplicar las técnicas concretas más adecuadas para la emisión y recepción eficaces de ideas y opiniones, evitando las barreras del proceso de comunicación, en distintas situaciones de comunicación interpersonal propias del ámbito empresarial.

- Reconocer y caracterizar el concepto y las dimensiones del liderazgo, valorando su importancia en la gestión dentro de las modernas organizaciones.

- Reconocer y caracterizar el concepto y las dimensiones del liderazgo, valorando su importancia en la gestión dentro de las modernas organizaciones.

- Aplicar las estrategias más adecuadas para impulsar la implicación y la motivación de los colaboradores, así como el desarrollo de equipos de trabajo eficaces.

- Reconocer y aplicar las técnicas y herramientas básicas para implicar y motivar a las personas en su función mediante la satisfacción en el trabajo.
- Reconocer y caracterizar el concepto, herramientas e implicaciones del Sistema de Gestión del Desempeño, valorando su importancia en las organizaciones modernas.
- Llevar a cabo la evaluación del desempeño de los colaboradores, siguiendo las etapas prefijadas, llevando a cabo las entrevistas necesarias de manera eficaz y utilizando las herramientas adecuadas.
- Reconocer los principales aspectos normativos relacionados con la contratación laboral y la gestión de las relaciones laborales en la empresa, diferenciando las distintas modalidades de contratación, los aspectos relativos al salario y al tiempo de trabajo y las principales características y prestaciones propias del Régimen General de la Seguridad Social.

COMPETENCIA: SUPERVISOR

- Reconocer y diferenciar las funciones y características de los distintos subsistemas del sistema de gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Reconocer y caracterizar los diferentes tipos de competencias, valorando su importancia en la gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Identificar comprender y manejar los conceptos y terminología básicos relativos al Coaching y al Mentoring.
- Identificar comprender y manejar los elementos y herramientas relacionados con el proceso de Coaching.
- Reconocer los conceptos básicos relativos al empowerment en el ejercicio del rol directivo y la importancia de la capacitación y desarrollo profesional de los colaboradores en el contexto de la delegación eficaz.
- Aplicar las estrategias más adecuadas para delegar con eficacia, atendiendo al desarrollo profesional de los colaboradores y propiciando la constitución de grupos de trabajo autodirigidos.
- Realizar correctamente el proceso de toma de decisiones y su implantación, analizando adecuadamente el problema y valorando correctamente las causas del problema y las consecuencias de la decisión.
- Reconocer los principales elementos que afectan a la gestión del tiempo propio y de los colaboradores.
- Desarrollar las estrategias y aplicar las técnicas concretas más adecuadas para mejorar la gestión del tiempo propio y de los colaboradores.
- Reconocer los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y las medidas preventivas pertinentes.
- Reconocer los aspectos más relevantes relacionados con la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

PROGRAMA

MÓDULO 1. ACTIVIDADES DE VENTA Y ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR O USUARIO

COMPETENCIAS: TELEOPERADOR/TELEOPERADOR ESPECIALISTA

U.D. 1. ATENCIÓN AL CLIENTE.

- 1.1. La atención al cliente como ventaja competitiva.
- 1.2. El proceso de atención al cliente.
- 1.3. Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- 1.4. Impacto de la atención al cliente en la imagen de nuestra empresa.
- 1.5. La comunicación.
- 1.6. Herramientas de comunicación oral.
- 1.7. Secuencia de una eficaz relación con clientes.

1.8. Situaciones difíciles con los clientes.

1.9. Tipología de clientes.

1.10. Fidelización de clientes.

1.11. Evaluación.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 3 horas) TOTAL: 7 horas

Objetivos:

- Conocer los conceptos elementales de la atención al cliente y los comportamientos y actitudes más adecuados para desarrollar esa competencia, siguiendo etapa a etapa todo el proceso.
- Aprender las normas básicas de actuación ante clientes difíciles, y cómo llevar con éxito el tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Conocer los elementos de atención al cliente que hay que considerar y aplicar para lograr incrementar los índices de fidelización de clientes.
- Transmitir una imagen positiva. Conocer el proceso de comunicación y las habilidades necesarias.
- Entrenar herramientas de comunicación oral.
- Conocer las etapas del proceso, qué tenemos que conseguir en cada una de ellas y cómo lograrlo.
- Conocer quiénes son nuestros clientes y cómo tratar las situaciones difíciles que se nos planteen.

U.D. 2. ATENCIÓN TELEFÓNICA.

2.1. Servicio telefónico de calidad.

2.2. Usar la etiqueta telefónica.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Conocer las características de la comunicación telefónica.
- Aprender a preparar una conversación telefónica.
- Comprender la importancia de una buena actitud mental ante el teléfono.
- Analizar las distintas etapas de una conversación telefónica y la actitud más apropiada en cada una de ellas.
- Estudiar las diferentes situaciones de conversación telefónica.
- Estudiar las reglas de comportamiento correcto al teléfono.
- Aprender el trato en los distintos tipos de llamadas.
- Aprender a respetar las prioridades.
- Adquirir el vocabulario y actitudes apropiadas en el trato telefónico.

U.D. 3. ORIENTACIÓN AL CLIENTE.

3.1. Necesidad de una nueva concepción.

3.2. Nuevo enfoque de orientación al cliente.

3.3. Enfoque de empresa orientada al cliente.

3.4. Aportación personal en una empresa orientada al cliente.

3.5. El cliente en la orientación al cliente.

3.6. Evaluación.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Reflexionar sobre los cambios del entorno y cómo inciden en la Orientación al Cliente.
- Mostrar los nuevos desafíos en la Orientación al Cliente que deben afrontar las empresas.
- Exponer las ventajas que ofrece un nuevo tipo de Orientación al Cliente.

U.D. 4. ESTRATEGIAS COMERCIALES.

4.1. Introducción a la actividad de venta.

4.2. Preparación de la venta.

4.3. Análisis de la entrevista comercial.

- 4.4. El contacto comercial.
- 4.5. La Información en el Proceso de venta.
- 4.6. La Argumentación de la venta.
- 4.7. El cierre de la venta.
- 4.8. Observaciones finales.
- 4.9. Evaluación.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas clave para la elaboración de una estrategia eficaz de ventas que permita la detección de las necesidades y expectativas del cliente ofreciendo las soluciones convenientes.
- Entender y manejar técnicas y habilidades para afrontar y cerrar una venta adaptándose a las características del cliente.

U.D. 5. GESTIÓN DE RECLAMACIONES.

5.1. La comunicación como clave en la gestión de quejas y reclamaciones.

5.2. Comunicación persuasiva.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Resaltar la importancia de una buena gestión de las quejas y reclamaciones.
- Estudiar el proceso de tratamiento de quejas recogido por la Norma ISO 10002:2004.
- Estudiar el proceso de revisión de tratamiento de quejas.
- Establecer los principios que nos permiten un tratamiento eficaz de las quejas.
- Definir qué es la comunicación persuasiva.
- Estudiar las características relevantes del comunicador persuasivo.
- Establecer la forma correcta de actuar persuasivamente.
- Introducir la teoría de la persuasión de Kurt Mortensen.

U.D. 6. SISTEMAS DE INFORMACIÓN AL CLIENTE.

6.1. Los “centros de llamadas”.

6.2. Tecnología de un “Centro de llamadas”.

6.3. Organización de un Centro de llamadas.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 2 horas) TOTAL: 4 horas

Objetivos:

- Examinar las principales características funcionales y organizativas asociadas con los “Centros de llamadas”.
- Examinar las características de la tecnología asociada con los “Centros de llamadas” y los sistemas de información al cliente.

U.D. 7. COMUNICACIÓN MEDIANTE CORREO ELECTRÓNICO.

7.1. Fundamentos de correo electrónico.

7.2. Gestión del correo electrónico.

7.3. Comunicación con el cliente mediante correo electrónico.

7.4. Confidencialidad en el uso del correo electrónico.

(Nº horas teóricas: 6 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Conocer el significado de una serie de términos relacionados con el correo electrónico.
- Configurar una cuenta de correo en Outlook.
- Redactar y enviar mensajes.
- Recibir mensajes y responderlos.
- Adjuntar archivos.
- Gestionar la “Libreta de direcciones”.

- Emplear el correo electrónico como herramienta de comunicación.
- Hacer un uso eficaz del correo electrónico.
- Emplear el correo electrónico atendiendo a los criterios de confidencialidad.
- Gestionar el spam.

MÓDULO 2. SISTEMAS MICROINFORMÁTICOS

COMPETENCIA: GESTOR TELEFÓNICO (ÁREA TECNOLÓGICA)

U.D. 1. COMUNICACIONES DE DATOS

- 1.1. El principio.
- 1.2. Las redes.
- 1.3. Redes de Área Local.
- 1.4. Interconexión de redes.

(Nº horas teóricas: 6 horas// Nº horas prácticas: 2 horas) TOTAL: 8 horas

Objetivos:

- Examinar cómo se transmiten los datos a través de las redes informáticas.
- Conocer y caracterizar los distintos tipos de redes informáticas.
- Conocer y caracterizar los distintos tipos de redes de Área Local.
- Conocer los aspectos básicos relativos a la interconexión de las redes informáticas.

U.D. 2. TECNOLOGÍAS IP

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Direcciones Internet.
- 2.3. Protocolo IP.
- 2.4. Protocolo IGMP.
- 2.5. Protocolo UDP.
- 2.6. Servicio TCP.
- 2.7. Protocolos de aplicación.

(Nº horas teóricas: 3 horas// Nº horas prácticas: 2 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Examinar los modelos de comunicaciones de datos y el origen de los protocolos de comunicaciones TCP/IP.
- Analizar las características del direccionamiento basado en los protocolos de comunicaciones TCP/IP.
- Examinar los diferentes protocolos de aplicación basados en el estándar TCP/IP y los diferentes servicios asociados.

U.D. 3. SERVICIOS Y TECNOLOGÍAS INTERNET

- 3.1. Internet.
- 3.2. Las redes IP.
- 3.3. Servicios en las Redes IP.

(Nº horas teóricas: 3 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 4 horas

Objetivos:

- Examinar el origen y los principios de funcionamiento y direccionamiento de Internet.
- Analizar las características de las redes IP, su arquitectura y sus protocolos.
- Examinar los diferentes servicios asociados con las redes IP e Internet.

U.D. 4. ACCESO A INTERNET

- 4.1. Internet hoy.
- 4.2. El acceso.
- 4.3. Acceso conmutado.
- 4.4. Acceso ADSL.
- 4.5. Otros tipos de acceso.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Examinar la estructura actual de Internet.
- Analizar las características del acceso conmutado a Internet.
- Analizar las características del acceso a Internet mediante ADSL.
- Analizar las características de otros tipos de acceso a Internet.

U.D. 5. REDES DE ÁREA LOCAL

5.1. Introducción a las LAN.

5.2. Ethernet

5.3. Necesidad de interconexión

5.4. Nivel 2: puentes y conmutadores.

5.5. Redes de área local virtuales (VLAN).

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 5 horas

Objetivos:

- Examinar las características básicas de las redes de área local (LAN).
- Analizar las características y la arquitectura de las redes de área local basadas en Ethernet.
- Examinar los dispositivos y tecnologías asociadas con las redes de área local basadas en Ethernet y los conceptos relativos a su interconexión.

- Analizar las características, tipología, arquitectura y tecnologías implicadas en las redes de área local virtuales (VLAN).

U.D. 6. INTERCONEXIÓN DE REDES

6.1. TCP-IP: estructura de protocolos y conceptos generales.

6.2. Direccionamiento básico.

6.3. Principios de Encaminamiento.

6.4. Direccionamiento IP extendido.

6.5. Protocolos de encaminamiento.

6.6. Arquitectura de encaminamiento.

(Nº horas teóricas: 7 horas// Nº horas prácticas: 2 horas) TOTAL: 9 horas

Objetivos:

- Caracterizar el escenario de comunicación con TCP-IP.
- Analizar las características del direccionamiento básico IP.
- Analizar los principios y algoritmos del direccionamiento IP.
- Analizar las características del direccionamiento extendido IP.
- Analizar las características de los protocolos de encaminamiento IP.
- Analizar las características de la arquitectura de encaminamiento IP.

U.D. 7. SEGURIDAD EN REDES IP

7.1. Introducción a la Seguridad.

7.2. Aspectos de la Seguridad.

7.3. Seguridad en Redes IP.

7.4. Criptografía.

7.5. Técnicas de Autenticación.

7.6. Protocolos de seguridad.

7.7. Dispositivos de seguridad.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 2 horas) TOTAL: 7 horas

Objetivos:

- Caracterizar la problemática asociada con la seguridad de las redes IP.
- Examinar los principios generales y principales algoritmos de la criptografía en relación con las redes IP.
- Examinar las características de las principales técnicas de Autenticación en relación con las redes IP.

- Analizar las características de los principales protocolos de seguridad en relación con las redes IP.

- Examinar los tipos y las características de los firewalls.

MÓDULO 3. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

COMPETENCIA: COORDINADOR

U.D. 1. CREACIÓN Y DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO

- 1.1. Trabajo en equipo ¿por qué?
- 1.2. Grupos y equipos en las organizaciones.
- 1.3. Fases de desarrollo de los equipos.
- 1.4. Gestión del desarrollo del equipo.
- 1.5. Tipos de equipos.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir el trabajo en equipo y caracterizar su importancia en las organizaciones.
- Examinar el concepto de grupo humano y sus características, así como sus diferencias con la noción de equipo.
- Examinar las fases evolutivas en el desarrollo de un equipo.
- Examinar los aspectos más relevantes implicados en la gestión de un equipo.
- Examinar distintos tipos de equipo.

U.D. 2. SOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TRABAJO EN EQUIPO

- 2.1. Introducción a la solución de problemas en grupo.
- 2.2. Definir el problema.
- 2.3. El análisis de las causas.
- 2.4. Desarrollo e implantación de las soluciones.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los conceptos básicos a la dinámica de grupos y la interacción humana en el seno de los equipos.
- Conocer los aspectos generales de la definición del problema.
- Conocer los aspectos generales de la identificación y priorización de las causas de un problema.
- Conocer los aspectos generales del desarrollo e implantación de soluciones para un problema.

U.D. 3. COMUNICACIÓN

- 3.1. La comunicación.
- 3.2. Habilidades y situaciones de comunicación.
- 3.3. Las barreras y las mejoras de la comunicación.
- 3.4. El proceso de la comunicación.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir el concepto de comunicación y valorar su importancia en las modernas organizaciones.
- Conocer las habilidades básicas en la comunicación eficaz en diferentes situaciones.
- Analizar las distintas barreras a la comunicación y la forma de mejorar la comunicación.
- Analizar el proceso de comunicación y las principales habilidades que intervienen en la emisión y recepción eficaces de ideas y opiniones.

U.D. 4. LIDERAZGO.

- 4.1. Las nuevas relaciones jefes-colaboradores.
- 4.2. El ejercicio del liderazgo.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir los roles de jefe y trabajador dentro de las modernas organizaciones.

- Analizar las implicaciones del liderazgo en el desarrollo de los colaboradores y sus implicaciones en el aprendizaje dentro de las modernas organizaciones.

U.D. 5. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN.

5.1. ¿Qué es un líder?

5.2. ¿Cómo implicar a nuestros colaboradores?

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir el concepto de liderazgo, examinando las diferencias con el concepto de dirección y destacando su importancia dentro de las modernas organizaciones.
- Analizar las implicaciones del liderazgo en la motivación de los colaboradores y en el desarrollo de los equipos de trabajo en las modernas organizaciones.

U.D. 6. MOTIVACIÓN.

6.1. Acercamiento a la motivación.

6.2. Hablando de motivación.

6.3. Gestión del aprendizaje.

6.4. Entrenamiento y entrenador.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Definir y examinar los principales conceptos relacionados con la motivación humana.
- Examinar las principales estrategias y herramientas asociados con la motivación en el trabajo.

U.D. 7. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO.

7.1. Sistema de Gestión del Desempeño.

7.2. La Entrevista de Evaluación del Desempeño.

7.3. Los Tipos de Entrevistas.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los principales conceptos y etapas asociados con el Sistema de Gestión del Desempeño.
- Examinar el papel de la entrevista en la Evaluación del Desempeño.
- Analizar los distintos tipos de entrevista que se producen en la Evaluación del Desempeño.

U.D. 8. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LOS RR.HH.

8.1. El contrato de trabajo.

8.2. El salario y el tiempo de trabajo.

8.3. La representación de los trabajadores.

8.4. El sistema de la Seguridad Social.

8.5. Prestaciones de la Seguridad Social y Desempleo.

(Nº horas teóricas: 4 horas// Nº horas prácticas: 0 horas) TOTAL: 4 horas

Objetivos:

- Examinar los aspectos relativos a la contratación de trabajadores y las principales modalidades de contratación vigentes.
- Examinar los principales aspectos normativos presentes en la relación laboral en el marco de la normativa vigente.
- Analizar las principales características y prestaciones propias del Régimen General de la Seguridad Social.

COMPETENCIA: SUPERVISOR

U.D. 9. GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO.

9.1. La Gestión de RRHH como sistema.

9.2. Puestos.

9.3. Desarrollo de las personas.

9.4. Evaluación del desempeño.

9.5. Información y comunicación.

9.6. Otros subsistemas.

(Nº horas teóricas: 5 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 6 horas

Objetivos:

- Examinar los principales conceptos asociados con el sistema de gestión de los recursos humanos en las organizaciones modernas.
- Examinar los principales conceptos asociados a la asignación, rotación y retribución de los puestos de trabajo en las modernas organizaciones.
- Examinar los principales conceptos asociados con el desarrollo de personas en las modernas organizaciones.
- Examinar los principales conceptos asociados con la evaluación del desempeño en las modernas organizaciones.
- Examinar los principales conceptos asociados con la información y la comunicación en las modernas organizaciones.
- Examinar las principales características de otros subsistemas de la gestión de los recursos humanos.

U.D. 10. GESTIÓN POR COMPETENCIAS.

10.1. Qué son las competencias.

10.2. Conocimientos.

10.3. Habilidades y otras competencias.

10.4. Competencias y puestos.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los principales conceptos asociados con los antecedentes y la tipología de las competencias.
- Examinar los distintos tipos de conocimiento y las características básicas de la gestión del conocimiento en las organizaciones modernas.
- Examinar los distintos tipos de habilidades y otras competencias relacionadas con aspectos culturales, actitudinales y conductuales.
- Analizar las implicaciones de la gestión por competencias en la gestión de los puestos de trabajo en el seno de las organizaciones modernas.

U.D. 11. COACHING Y MENTORING.

11.1. Coaching / Mentoring.

11.2. Entorno en el que nos movemos.

11.3. Habilidades necesarias.

11.4. Proceso de Coaching.

11.5. Herramientas de Coaching.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Definir el concepto de Coaching.
- Examinar las habilidades necesarias para el Coaching.
- Analizar el proceso y las herramientas de Coaching.

U.D. 12. DELEGACIÓN.

12.1. Introducción al Empowerment.

12.2. Capacitar y perfeccionar a los delegados.

12.3. Grupos de trabajo autodirigidos.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Analizar los principales conceptos relativos a la definición, finalidad y niveles del proceso de empowerment.
- Examinar la importancia de la capacitación y desarrollo profesional de los colaboradores en el contexto del proceso de empowerment.
- Analizar los principales conceptos relativos a la estructura, objetivos y etapas de desarrollo de los grupos de trabajo autodirigidos dentro de la organización.

U.D. 13. TOMA DE DECISIONES.

13.1. Intervenir ante un problema.

13.2. Toma de decisiones.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los principales aspectos del análisis de problemas y la intervención en problemas.
- Analizar las distintas fases del proceso de toma de decisiones y la implantación de las mismas.

U.D. 14. GESTIÓN DEL TIEMPO Y DEL ESTRÉS

14.1. Introducción: el tiempo.

14.2. ¿Qué hacer para mejorar?

14.3. Consecuencia de un uso inadecuado del tiempo: el estrés.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Examinar los elementos básicos referidos a la gestión del tiempo.
- Analizar y practicar técnicas concretas para mejorar la administración del tiempo.
- Analizar las consecuencias de un uso inadecuado del tiempo y las estrategias más eficaces para afrontar el estrés.

U.D. 15. LA PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

15.1. Las Nuevas Tecnologías y la protección de datos.

15.2. La protección de datos de carácter personal.

(Nº horas teóricas: 2 horas// Nº horas prácticas: 1 horas) TOTAL: 3 horas

Objetivos:

- Analizar los principales riesgos de seguridad de la información asociados con el uso de las Nuevas Tecnologías y las medidas preventivas pertinentes.
- Examinar los aspectos más relevantes relacionados con la gestión de datos de carácter personal, en el marco de la Ley Orgánica de Protección de Datos.

Acción 3 HERRAMIENTAS DE TRABAJO PARA TELEOPERADORES. CRM

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA
Teleformación	90	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

El objetivo que se pretende con la acción formativa es que el alumno sea capaz de usar eficazmente un CRM como medio de desarrollo profesional.

A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de referencia sectorial, entre ellos:

- Complementar la formación continua desarrollada por las Empresas del Sector, favoreciendo la rentabilidad y competitividad de las mismas.
- Satisfacer alguna de las necesidades formativas derivadas, entre otras, de las siguientes situaciones:
 - Implantación y desarrollo de nuevas tecnologías.
 - Cambios organizativos y de procesos productivos.
 - Desarrollo individual de la carrera profesional.
 - Motivar la participación en los procesos de formación continua de las personas empleadas en el sector.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Como objetivos específicos de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo. El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

- Comprender la importancia que tiene la fidelización en el desarrollo de la empresa, usando el CRM como herramienta estratégica.
- Conocer el concepto de CRM, así como las fases de aplicación de sus estrategias.
- Distinguir los aspectos más relevantes que diferencian una estrategia CRM de una eCRM y profundizar en el Marketing one to one.

A través del seguimiento del aprendizaje que hace el profesor/tutor del alumnado, de los ejercicios prácticos y evaluaciones que se hacen a lo largo de la acción formativa y del análisis de los cuestionarios de evaluación de calidad y encuestas telefónicas se medirá la consecución de los objetivos fijados, prestando atención al impacto de la formación en el puesto de trabajo.

PROGRAMA

UNIDAD DIDÁCTICA 1: APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE CRM

CONTENIDOS TEÓRICOS: 35

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5

- 1.1. Introducción al concepto de CRM.
 - 1.1.1. Definiciones y desarrollo de CRM.
 - 1.1.2. Fases de las estrategias de CRM.
 - 1.1.3. Beneficios de los sistemas CRM.
- 1.2. La relación con el cliente en CRM.
 - 1.2.1. Mantenimiento de los clientes existentes, estrategias y objetivos tácticos en CRM.
 - 1.2.2. Criterios para la selección de los clientes más rentables.
- 1.3. Fidelización de clientes.
 - 1.3.1. Introducción.
 - 1.3.2. Fases del proceso de fidelización de clientes.
 - 1.3.3. Cómo medir la fidelidad del cliente.
 - 1.3.4. Cómo fidelizar al cliente.
 - 1.3.5. Modificación de las estrategias de relación con el cliente. Implantación del sistema CRM y desarrollo de un programa de comunicación eficaz.

UNIDAD DIDÁCTICA 2: ECRM: APARICIÓN Y EVOLUCIÓN. IMPLEMENTACIÓN EN LA EMPRESA

CONTENIDOS TEÓRICOS: 45

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 5

- 2.1. e-CRM, aparición y evolución.
 - 2.1.1. El marketing en internet.
 - 2.1.2. Concepto de eCRM.

2.1.3. Estrategias de eCRM: información, análisis, personalización, segmentación del cliente, dirección, estructura, distribución, transacciones.
2.1.4. Oferta personalizada: el Marketing “one to one”.
2.2. Desarrollo de la estrategia CRM en internet.
2.2.1. Introducción.
2.2.2. Los componentes CRM del e-Business.
2.2.3. Optimización de la relación con el cliente.
2.2.4. Desarrollo de programas a medida.
2.2.5. ¿Cómo implementar una solución eCRM en la empresa?
2.2.6. Beneficios de eCRM.
2.3. Herramientas de personalización el binomio ERP-CRM.
2.3.1. Introducción. Principios de ERP.
2.3.2. Desarrollo del binomio ERP-CRM.
2.3.3. Los sistemas ERP en la empresa.
2.3.4. Cambios en la cadena de valor.
2.3.5. Ventajas de los ASP.
2.3.6. Otras alternativas para una oferta personalizada.
2.4. Posibles aplicaciones de CRM en la empresa.
2.4.1. Los nuevos intermediarios: agentes inteligentes.
2.4.2. Criterios para la selección del proveedor de CRM.
2.4.3. Casos de éxito.
GLOSARIO
ENLACES DE INTERÉS
BIBLIOGRAFIA

Acción 4 INVESTIGACIÓN COMERCIAL

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA
Teleformación	210	SI

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Como objetivo de esta acción formativa se pretende que los alumnos/as adquieran los conocimientos necesarios que desarrollen las competencias profesionales asociadas al contenido del mismo.

A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de referencia sectorial, entre ellos:

- Complementar la formación continua desarrollada por las Empresas del Sector, favoreciendo la rentabilidad y competitividad de las mismas.
- Satisfacer alguna de las necesidades formativas derivadas, entre otras, de las siguientes situaciones:
 - o Implantación y desarrollo de nuevas tecnologías.
 - o Cambios organizativos y de procesos productivos.
 - o Desarrollo individual de la carrera profesional.
 - o Motivar la participación en los procesos de formación continua de las personas empleadas en el sector.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

El alumno, mediante la adquisición de las competencias específicas asociadas será capaz al terminar el curso de:

1. Analizar las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.
2. Configurar un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.
3. Elaborar el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos.
4. Organizar la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.
5. Obtener información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.
6. Determinar las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.
7. Realizar el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.
8. Gestionar bases de datos relacionales, de acuerdo con los objetivos de la investigación, determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.

PROGRAMA

CONTENIDOS TEÓRICOS: 120

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 90

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS VARIABLES DEL MERCADO EN EL ENTORNO DE LA EMPRESA

CONTENIDOS TEÓRICOS: 10

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 8

1.1. EL SISTEMA COMERCIAL. VARIABLES CONTROLABLES Y NO CONTROLABLES

1.2. EL MERCADO: ESTRUCTURA Y LÍMITES

1.3. ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DEL MACROENTORNO

1.4. ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DEL MICROENTORNO

1.5. INSTITUCIONES QUE INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1.6. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

CONTENIDOS TEÓRICOS: 8

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 6

2.1. TIPOS DE CONSUMIDORES

2.2. LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

2.3. EL PROCESO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR FINAL

2.4. DETERMINANTES INTERNOS QUE INFLUYEN EN EL PROCESO DE COMPRA

2.5. DETERMINANTES EXTERNOS QUE INFLUYEN EN EL PROCESO DE COMPRA

2.6. EL PROCESO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR INDUSTRIAL

2.7. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS Y POSICIONAMIENTO

CONTENIDOS TEÓRICOS: 12

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 6

3.1. LA FINALIDAD DE LA SEGMENTACIÓN

3.2. LOS CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

3.3. LOS REQUISITOS DE UNA SEGMENTACIÓN EFICAZ

3.4. APLICACIONES DE SEGMENTACIÓN EN LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING
(ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN)

3.5. EL POSICIONAMIENTO

3.6. LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO GLOBAL

3.7. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MARKETING

CONTENIDOS TEÓRICOS: 10

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 6

4.1. LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES

4.2. TIPOS DE INFORMACIÓN

4.3. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MARKETING

4.4. LA ESTRUCTURA DEL SIM. LOS SUBSISTEMAS

4.5. LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

4.6. APLICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

4.7. LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA

4.8. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

4.9. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL

CONTENIDOS TEÓRICOS: 10

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 6

5.1. EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

5.2. EL PROBLEMA A INVESTIGAR

5.3. LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

5.4. LAS HIPÓTESIS A CONTRASTAR

5.5. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

5.6. EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y EL PRESUPUESTO

5.7. ESTUDIOS DESCRIPTIVOS

5.8. ESTUDIOS EXPERIMENTALES

5.9. ESTUDIOS CAUSALES

5.10. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN SECUNDARIA
DISPONIBLE

CONTENIDOS TEÓRICOS: 12

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 4

6.1. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

6.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE FUENTES Y MOTORES DE BÚSQUEDA

6.3. OBTENCIÓN DE DATOS (FUENTES ONLINE Y OFFLINE; BASES DE DATOS INTERNAS
Y EXTERNAS)

6.4. ORGANIZACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS

6.5. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE LA INFORMACIÓN

6.6. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA

CONTENIDOS TEÓRICOS: 6

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 8

7.1. TÉCNICAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN DE LAS FUENTES PRIMARIAS

7.2. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

7.3. DINÁMICAS DE GRUPO (FOCUS GROUP)

7.4. TÉCNICAS DE CREATIVIDAD

7.5. TÉCNICAS DE OBSERVACIÓN. LA SEUDOCOMPRA

7.6. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA: TÉCNICAS CUANTITATIVAS

CONTENIDOS TEÓRICOS: 6

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 8

8.1. LA ENCUESTA AD-HOC: PERSONAL, TELEFÓNICA, POSTAL Y ONLINE

8.2. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LOS TIPOS DE ENCUESTAS

8.3. LA ENCUESTA PERIÓDICA ÓMNIBUS

8.4. LOS PANELES (DE CONSUMIDORES, DETALLISTAS Y AUDIENCIAS)

8.5. LA EXPERIMENTACIÓN

8.6. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN APLICADAS A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

(CAPI, MCAPI, CATI Y CAWI)

8.7. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 9. METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DEL CUESTIONARIO

CONTENIDOS TEÓRICOS: 6

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 8

9.1. EL CUESTIONARIO Y SUS FUNCIONES

9.2. TIPOS DE CUESTIONARIO

9.3. ORDEN Y FORMULACIÓN DE LAS PREGUNTAS

9.4. TIPOS DE PREGUNTAS

9.5. PRE CODIFICACIÓN Y GRABACIÓN DEL CUESTIONARIO

9.6. PRETEST DEL CUESTIONARIO

9.7. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MUESTREO

CONTENIDOS TEÓRICOS: 8

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 8

10.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE MUESTREO

10.2. FASES DEL PROCESO DE MUESTREO

10.3. TIPOS DE MUESTREO

10.4. MUESTREO PROBABILÍSTICO O ALEATORIO

10.5. MUESTREO NO PROBABILÍSTICO

10.6. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA Y FACTORES QUE INFLUYEN EN SU TAMAÑO

10.7. INFERENCIA ESTADÍSTICA

10.8. INTERVALOS DE CONFIANZA

10.9. RESUMEN

UNIDAD DIDÁCTICA 11. TRATAMIENTO Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS DATOS

CONTENIDOS TEÓRICOS: 8

CONTENIDOS PRÁCTICOS: 8

11.1. CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE LOS DATOS

11.2. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LOS DATOS

11.3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA INFORMACIÓN

11.4. ANÁLISIS BIVARIANTE DE LA INFORMACIÓN

11.5. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

11.6. TÉCNICAS DE CORRELACIÓN

11.7. ANÁLISIS DE LA VARIANZA

11.8. NÚMEROS ÍNDICES Y SERIES TEMPORALES
11.9. RESUMEN
UNIDAD DIDÁCTICA 12. APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA EL TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN
CONTENIDOS TEÓRICOS: 8
CONTENIDOS PRÁCTICOS: 8
12.1. PROGRAMAS INFORMÁTICOS Y HOJAS DE CÁLCULO
12.2. LA ESTRUCTURA, EL DISEÑO Y LAS FUNCIONES DE LA BASE DE DATOS
12.3. ACTUALIZACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LA BASE DE DATOS
12.4. VISUALIZACIÓN DE RESULTADOS Y CREACIÓN DE GRÁFICOS
12.5. RESUMEN
UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA ELABORACIÓN DEL INFORME COMERCIAL
CONTENIDOS TEÓRICOS: 8
CONTENIDOS PRÁCTICOS: 12
13.1. LA IMPORTANCIA DEL INFORME
13.2. TIPOS DE INFORME
13.3. LA ESTRUCTURA Y LOS ELEMENTOS DE UN INFORME
13.4. PRINCIPIOS Y NORMAS APLICABLES EN LA ELABORACIÓN DEL INFORME
13.5. PRESENTACIÓN DE DATOS Y ANEXOS ESTADÍSTICOS
13.6. LA PRESENTACIÓN ORAL DEL INFORME
13.7. APLICACIONES INFORMÁTICAS PARA PRESENTAR Y ELABORAR INFORMES
13.8. RESUMEN
GLOSARIO
BIBLIOGRAFÍA
ENLACES DE INTERÉS

Acción 5 REDACCIÓN PUBLICITARIA PARA MEDIOS TRADICIONALES Y ONLINE

MODALIDAD	HORAS	PRIORIZADA	ÁREA PRIORITARIA
Teleformación	140	SI	Desarrollo tecnológico de los procesos productivos

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

La publicidad en este siglo ha evolucionado; Internet y las redes sociales han cambiado la forma de vida de las personas. La información, el ocio y el día a día ya no es como era antes, el consumidor ha pasado a tener un papel activo en todos estos procesos. Las personas han evolucionado de sujetos pasivos a activos en el proceso de decisión. A los medios tradicionales, que servían de vehículo para los mensajes publicitarios, se han sumado nuevos medios. El consumidor hoy sigue estando en la calle y en su hogar, pero además está en la red y los anuncios también deben llegar a él a través de estos nuevos canales, adaptándose a las características de cada medio.

Este curso pretende ser un manual de consulta práctico para todo aquel que escribe publicidad. Hoy un redactor publicitario tiene que escribir spots, cuñas de radio, folletos... y también debe redactar y crear webs, banners, blogs, etc. Por esta razón hemos dividido el curso en tres unidades didácticas: una primera general que da una visión de la labor del copy o redactor, otra que abarca la labor de éste en los anuncios para los medios convencionales y por último, otra que abarca toda la comunicación publicitaria en los medios online.

Como objetivos generales del curso señalamos los siguientes:

- Conocer todas las labores del redactor publicitario.
- Dominar el lenguaje publicitario.
- Conocer todos los términos relacionados con la redacción publicitaria.
- Tener capacidad para redactar una estrategia publicitaria.
- Dominar los elementos de redacción de anuncios para todos los soportes.
- Reconocer las particularidades del lenguaje publicitario de cada medio y soporte.
- Dominar todos los soportes de publicidad online.
- Poder utilizar las redes sociales de forma publicitaria.
- Tener un conocimiento del cometido de un community manager.

A través de los objetivos generales señalados se pretende contribuir a la consecución de los fines planteados en el plan de referencia sectorial, entre ellos:

- Complementar la formación continua desarrollada por las Empresas del Sector, favoreciendo la rentabilidad y competitividad de las mismas.
- Satisfacer alguna de las necesidades formativas derivadas, entre otras, de las siguientes situaciones:

- o Implantación y desarrollo de nuevas tecnologías.
- o Cambios organizativos y de procesos productivos.
- o Desarrollo individual de la carrera profesional.
- o Motivar la participación en los procesos de formación continua de las personas empleadas en el sector.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Los objetivos específicos de cada unidad formativa son los siguientes:

Unidad 1:

1. Saber todos los cometidos de un redactor publicitario.
2. Conocer las particularidades de la redacción publicitaria.
3. Entender cuál es el fin último de todo anuncio.
4. Identificar a los principales redactores de publicidad del siglo XX.
5. Conocer los pasos previos al desarrollo de la campaña publicitaria.
6. Dominar la creación de slogans publicitarios.

Unidad 2:

7. Conocer todos los medios ATL (Above the line).
8. Saber las particularidades y condicionantes de cada medio y soporte.
9. Identificar todos los elementos de redacción en cada medio.
10. Tener conocimientos sobre la evolución que han sufrido estos medios.
11. Dominar técnicas de redacción para cada medio y soporte.
12. Saber cómo escribir un texto, un guión, una cuña...

Unidad 3:

13. Entender el lenguaje comercial online.
14. Conocer la evolución experimentada en el lenguaje web.
15. Identificar todos los soportes de publicidad online y sus características.
16. Saber cómo utilizar las redes sociales para la promoción publicitaria de un producto o servicio.
17. Tener conocimiento de los elementos de redacción de todos los mensajes publicitarios que pueden promocionarse a través de las redes sociales.

PROGRAMA

MÓDULO I

Horas Teóricas: 43

Horas Prácticas: 43

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VISIÓN GENERAL DE LA REDACCIÓN PUBLICITARIA

Horas teóricas 12

Horas prácticas 10

1.1. REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO VENTA

1.1.1. Características específicas de la redacción publicitaria

1.1.2. Objetivos de la redacción publicitaria

1.1.3. Condicionantes

1.1.4. Evolución histórica de la redacción en anuncios

1.2. LA REDACCIÓN PUBLICITARIA COMO CREADORA DE CONCEPTOS PUBLICITARIOS

1.2.1. Redacción del briefing y el contrabriefing

1.2.2. La estrategia de comunicación

1.2.3. El copy strategy

1.2.4. El concepto de comunicación

1.2.5. El slogan

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REDACCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS CONVENCIONALES

Horas teóricas 30

Horas prácticas 34

2.1. LA LABOR DEL COPYWRITER O REDACTOR CREATIVO

2.2. PARTES TEXTUALES EN ANUNCIOS PARA PRENSA Y REVISTAS

2.2.1. El titular

2.2.2. El body copy

2.2.3. Pretitular, subtitular y cierre

2.2.4. Flashes promocionales y textos legales

2.2.5. El texto como elemento gráfico

2.3. PARTES TEXTUALES DE LOS ANUNCIOS DE EXTERIOR

2.3.1. Vallas

2.3.2. El cartel

2.3.3. Soportes de publicidad urbana

2.3.4. Publicidad exterior alternativa

2.3.5. Eventos

2.3.6. Postal free

2.4. REDACCIÓN DE FOLLETOS Y PLV

2.4.1. Del flyer al catálogo

2.4.2. Elementos de PLV

2.5. TELEVISIÓN

2.5.1. Redacción del script y del audio del story board

2.5.2. El guión técnico del spot

2.5.3. Elementos textuales en el spot

2.5.4. Redacción de otras formas de publicidad televisiva

2.6. PUBLICIDAD EN RADIO

2.6.1. Redacción de la cuña de radio

2.6.2. Redacción de menciones radiofónicas

2.6.3. El microprograma

2.7. REDACCIÓN DE MAILINGS

2.8. REDACCIÓN DE NOTAS DE PRENSA

2.9. REDACCIÓN DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

2.10. PROMOCIONES

2.10.1. Tipos de promociones

2.10.2. Redacción de elementos promocionales

2.10.3. Soportes promocionales publicitarios

- 2.10.4. Soportes promocionales de producto
- 2.11. ELEMENTOS DE REDACCIÓN EN EL PACKAGING
- 2.12. REDACCIÓN DE CAMPAÑAS POLÍTICAS
 - 2.12.1. Objetivos de la redacción en campañas políticas
 - 2.12.2. El lenguaje político
 - 2.12.3. El slogan político
 - 2.12.4. Articulación de una campaña política
 - 2.12.5. Soportes para mensajes políticos
 - 2.12.6. Redacción de campañas políticas en los nuevos medios

MÓDULO II

Horas Teóricas: 25

Horas Prácticas: 29

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDACCIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS ONLINE

Horas teóricas 25

Horas prácticas 29

- 3.1. LENGUAJE DE LA WEB 2.0
- 3.2. REDACCIÓN DE UNA WEB
 - 3.2.1. Característica del lenguaje online
 - 3.2.2. Partes de una web
 - 3.2.3. Tipos de webs
- 3.3. EL E-MAILING
 - 3.3.1. Características y condicionantes del e-mailing
 - 3.3.2. Lenguaje de un e-mail publicitario
- 3.4. REDACCIÓN EN SOPORTES DE PUBLICIDAD ONLINE
 - 3.4.1. El banner
 - 3.4.2. Patrocinio de sitios web
 - 3.4.3. Rich Media Banners
 - 3.4.4. Formatos flotantes: pop-up y pop-under
 - 3.4.5. Layers
 - 3.4.6. Cortinillas
- 3.5. REDACCIÓN DE BLOGS
 - 3.5.1. Tipos de blogs
 - 3.5.2. Características de la redacción en blogs
 - 3.5.3. Optimización del código y de los contenidos de un blog
 - 3.5.4. Microblogs
- 3.6. UTILIZACIÓN PUBLICITARIA DE LAS REDES SOCIALES
 - 3.6.1. Redacción en Facebook
 - 3.6.2. Redacción en Twitter
 - 3.6.3. Redacción en YouTube
 - 3.6.4. Redacción en otras redes sociales
- 3.7. REDACCIÓN EN BUSCADORES
 - 3.7.1. Anuncios en buscadores
 - 3.7.2. Palabras clave para rentabilizar los buscadores
- 3.8. REDACCIÓN DE ANUNCIOS PARA TELÉFONOS MÓVILES
 - 3.8.1. Características y condicionantes
 - 3.8.2. Del sms al wap
- 3.9. LA LABOR DEL COMMUNITY MANAGER
 - 3.9.1. Cometidos de un community manager
 - 3.9.2. Gestión de la reputación online
- 4. GLOSARIO

5. BIBLIOGRAFÍA

6. ENLACES DE INTERÉS