



# **CURSOS CORPORATIVOS**

## Temario

[educativa.com](https://www.educativa.com)

📞 Asesoría comercial +5493413347027

📞 Mesa de ayuda +5493416123613

Nuestro sistema de gestión de calidad  
está certificado según la ISO 9001 por  
Bureau Veritas Certification.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ADMINISTRACIÓN EFECTIVA DEL TIEMPO.....	3
ATENCIÓN AL CLIENTE CON ENFOQUE HUMANO Y ESTRATÉGICO.....	4
COMERCIALIZACIÓN 5.0: ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA ERA DIGITAL.....	6
CÓMO CREAR CURSOS CON IA Y EDUGPT .....	8
COMUNICACIÓN EFICAZ 4.0: PERSONAS, CULTURA Y TECNOLOGÍA.....	10
DEL FOLLETO AL CHATBOT: EVOLUCIÓN Y FUTURO DEL MARKETING DIRECTO .....	13
INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA .....	15
INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE MATERIALES DIDÁCTICOS	17
LIDERAZGO ÁGIL: ESTRATEGIAS PARA MOTIVAR EQUIPOS, GESTIONAR CRISIS Y LOGRAR RESULTADOS SOSTENIBLES .....	19
NEGOCIACIÓN 360°: ESTRATEGIAS PRESENCIALES Y DIGITALES PARA EMPRESAS .....	21
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN .....	23
REDACCIÓN CORPORATIVA EN TIEMPOS DE IA .....	25
VENTAS INTELIGENTES: ESTRATEGIAS COMERCIALES EN LA ERA DIGITAL .....	27
SEGURIDAD EN OFICINAS .....	29
CIBERSEGURIDAD EN OFICINAS.....	30

## ADMINISTRACIÓN EFECTIVA DEL TIEMPO

### Objetivos

- Comprender y aplicar los principios actuales de administración del tiempo con enfoque en efectividad y sostenibilidad.
- Diferenciar actividades importantes y urgentes, priorizando lo que genera valor a mediano y largo plazo.
- Incorporar hábitos y herramientas para mejorar productividad personal y organizacional.
- Gestionar reuniones y comunicación eficazmente, optimizando tiempos.
- Adaptar la gestión del tiempo a roles y responsabilidades tanto de gerentes como de colaboradores.

### Temario

#### Módulo 1: El tiempo como recurso estratégico

- La sensación de falta de tiempo: causas y consecuencias.
- El valor del tiempo: tiempo es dinero y más allá.
- Perspectivas modernas del tiempo: del chronos al kairos.
- Importancia de priorizar lo importante sobre lo urgente.

#### Módulo 2: Cambiando hábitos y mentalidades sobre el tiempo

- Patrones de pensamiento sobre el tiempo: amo, enemigo, esclavo, árbitro, misterio, fuerza neutral.
- Pasos y ciclos para el cambio de hábitos de administración del tiempo.
- Cómo cultivar una mentalidad de efectividad y balance.
- Conversaciones internas y automotivación.

#### Módulo 3: Herramientas y prácticas para administrar el tiempo

- Estrategias para estar presente y enfocado: mindfulness y gestión energética.
- Los cuatro principales consumidores del tiempo y cómo controlarlos (interrupciones, reuniones, teléfono, información, redes sociales).
- Técnicas para reservar tiempo para concentración y soledad productiva.
- El arte de decir no para proteger el tiempo.
- Delegación efectiva y liberación de cargas para gerentes.
- Aprovechar tiempos muertos y multitarea inteligente.

#### Módulo 4: Planeación y establecimiento de prioridades

- El costo oculto de las reuniones.
- Reuniones efectivas: de la pérdida de tiempo a la motorización de proyectos.
- El tiempo como cultura compartida.
- ¿Cómo es una cultura saludable del tiempo?
- Cierre del curso.

### Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas.

# ATENCIÓN AL CLIENTE CON ENFOQUE HUMANO Y ESTRATÉGICO

## Objetivos

- Distinguir claramente entre atención al cliente (trato humano) y servicio al cliente (disposición para resolver), y aplicar ambas con coherencia en entornos presenciales y digitales.
- Incorporar hábitos y herramientas que fortalezcan una cultura empresarial centrada en el cliente, tanto interno como externo.
- Utilizar la atención al cliente como elemento estratégico de diferenciación en mercados competitivos.
- Aplicar sistemas prácticos —como CRM, servicio posventa y gestión de quejas— para añadir valor, fidelizar y transformar críticas en oportunidades.
- Adaptar la atención al cliente a contextos económicos complejos, sostenibles e innovadores, integrando tecnología con humanidad.

## Temario

### Módulo 1: El cliente en el centro de todo

- El concepto de cliente: evolución en la era digital.
- Clientes internos y externos: el círculo de la atención.
- El cliente digital: características, comportamiento y expectativas.
- Canales de atención modernos: web, redes sociales, WhatsApp, chatbots.
- El rol de la inteligencia artificial: potenciar, no reemplazar.
- La venta clásica: el poder del contacto humano directo.
- El decálogo actualizado de la atención al cliente.

### Módulo 2: Atención y servicio al cliente – Dos caras de una misma moneda

- El concepto circular: “Todos somos clientes de todos”.
- Atención = trato humano / Servicio = disposición para resolver.
- Habilidades personales vs. habilidades técnicas (en lo presencial y lo digital).
- Componentes básicos del servicio de atención al cliente.
- Claves prácticas para la atención al cliente.
- Esquema sintético: necesidades (servicio) vs. expectativas (atención).
- El decálogo de la atención al cliente (versión integrada).
- Cuando falla el equilibrio: ejemplos reales y lecciones aprendidas.

### Módulo 3: El servicio y la orientación al cliente

- Introducción: el cliente como promesa, no como transacción.
- Conceptos fundamentales:
  - El servicio como producto.
  - El ciclo del servicio.
  - El triángulo del servicio (estrategia, sistemas, personal).
  - La pirámide invertida: el cliente en la cima.

- Los 9 momentos de la verdad (actualizados con ejemplos presenciales y digitales).
- Características de las empresas líderes en atención al cliente.
- Peligros latentes en los programas de servicio.
- Modelo de cinco etapas para una cultura de servicio.

#### **Módulo 4: Sistemas para añadir valor**

- CRM: más que una herramienta, una filosofía de relación.
- Servicio posventa: cuando la venta apenas comienza.
- Atención de quejas: el regalo que muchos rechazan.
- Los 7 pasos para transformar una queja en lealtad.
- Integración de sistemas: CRM, posventa y gestión de quejas como un todo coherente.
- Casos prácticos y testimonios simulados.
- Recursos complementarios: videos, herramientas gratuitas, ejercicios.

#### **Módulo 5: Hacia una cultura de servicio sostenible**

- El cliente como co-creador de valor e innovación.
- Atención al cliente y sostenibilidad: ética, transparencia y propósito.
- Servicio en contextos económicos complejos: empatía, transparencia y valor percibido.
- La pirámide invertida en acción: liderazgo al servicio del equipo.
- El círculo virtuoso del servicio: empleado satisfecho → cliente leal.
- Medir lo que importa: más allá de los indicadores duros.
- El futuro del servicio: humano, híbrido, proactivo.
- Cierre del curso: reflexión final, frase inspiradora e invitación a la acción.

#### **Modalidad**

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas.

# COMERCIALIZACIÓN 5.0: ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA ERA DIGITAL

## Objetivos

- Comprender los fundamentos históricos y conceptuales del marketing, incluyendo su evolución hacia estrategias digitales y la integración de la inteligencia artificial.
- Analizar el comportamiento y las necesidades del consumidor actual, con énfasis en la influencia de la digitalización y las redes sociales en sus hábitos de consumo.
- Aplicar herramientas clásicas y modernas de análisis del entorno comercial, empleando metodologías predictivas y tecnológicas para la toma de decisiones estratégicas.
- Diseñar y adaptar estrategias comerciales y de marketing mix innovadoras, que respondan a las tendencias digitales, éticas y futuras del mercado.

## Temario

### Módulo 1: Fundamentos de la comercialización y el marketing

- Origen histórico y evolución del concepto.
- Definiciones clásicas (AMA, Kotler) y evolución hacia lo digital.
- Del mercado de demanda al mercado de oferta.
- Marketing como filosofía empresarial y como herramienta estratégica.
- El papel de la IA y la digitalización en redefinir qué entendemos por marketing.

### Módulo 2: El consumidor y sus necesidades

- La pirámide de Maslow explicada de forma simple.
- Necesidades latentes y manifiestas.
- El consumidor digital: hábitos de consumo actuales.
- Psicología del consumidor en la era de las redes sociales.
- Cómo la IA detecta necesidades ocultas (big data, algoritmos de recomendación).

### Módulo 3: El entorno y las herramientas de análisis

- Macro y microentorno: clientes, proveedores, competencia.
- El impacto de lo digital en el entorno.
- Herramientas clásicas: FODA, Porter, matriz de crecimiento.
- Herramientas modernas: análisis predictivo, métricas digitales, IA aplicada.

### Módulo 4: Estrategias comerciales y desarrollo de mercado

- Marketing estratégico vs. marketing operativo.
- Matriz de Ansoff: estrategias de crecimiento.
- Nuevos mercados digitales: e-commerce, redes sociales, metaverso.
- Estrategias de penetración, desarrollo, diversificación.
- Cómo la IA potencia la segmentación hiperprecisa.

### Módulo 5: El marketing mix en la era digital

- Las 4P tradicionales (Producto, Precio, Plaza, Promoción).
- Extensión a 7P en servicios.

- Ciclo de vida del producto.
- El valor simbólico de la marca.
- Envase (packaging) como herramienta de comunicación.
- Actualización digital: precios dinámicos, omnicanalidad, influencers, IA generativa en publicidad.

### **Módulo 6: Tendencias, ética y futuro de la comercialización**

- Responsabilidad social y marketing con propósito.
- La ética en el uso de la IA: sesgos, privacidad, transparencia.
- Futuro del marketing: metaverso, realidad aumentada, experiencias inmersivas.
- Cómo prepararse para el consumidor del futuro.

### **Modalidad**

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas.

## CÓMO CREAR CURSOS CON IA Y EDUGPT

### Objetivos

- Analizar los fundamentos del diseño de cursos virtuales, destacando sus características específicas y desmitificando ideas comunes en torno a su creación.
- Integrar la inteligencia artificial como herramienta pedagógica para potenciar la voz docente, la mediación educativa y la creación de contenidos con calidad y sentido crítico.
- Aplicar técnicas de diseño visual y uso de recursos multimedia confiables y accesibles, promoviendo una comunicación inclusiva y efectiva en entornos virtuales.
- Desarrollar habilidades para construir prompts educativos efectivos, evaluar y retroalimentar con IA, respetando principios éticos y optimizando el aprendizaje.

### Temario

#### **Clase 0: Fundamentos de diseño de los cursos virtuales.**

- ¿Qué es un curso? ¿Qué características tiene por rubro? Mitos y verdades.

#### **Clase 1: La IA como aliada del diseño pedagógico: la voz docente en el aula virtual.**

- Mediación y comunicación pedagógica. Claridad + calidez. Importancia del estilo y la voz docente frente a los textos “claros pero vacíos” de IA.

#### **Clase 2: Crear contenidos educativos con IA: escribir para comprender y enseñar.**

- Producción textual con IA, revisión crítica, estrategias de reescritura y pedido de definiciones.

#### **Clase 3: Diseño visual y recursos multimedia con IA: enseñar también con la mirada.**

- Integración visual y accesibilidad. “El diseño no solo comunica, también incluye o excluye.”

#### **Clase 4: El arte de preguntar: cómo construir buenos prompts educativos.**

- Construcción de prompts pedagógicos: estructura, iteración, reformulación y ética.

#### **Clase 5: Cómo utilizar Edu GPT como aliado.**

- Utilización de Edu GPT, criterios, aspectos a tener en cuenta.

## Clase 6: Evaluar y retroalimentar con IA.

- Evaluación automatizada, generación de ítems AIKEN, feedback formativo y ética del uso de datos.

### Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas.

## COMUNICACIÓN EFICAZ 4.0: PERSONAS, CULTURA Y TECNOLOGÍA

### Objetivos

- Comprender el valor estratégico de la comunicación interna en entornos digitales, y cómo influye en la productividad, motivación y calidad de vida laboral.
- Identificar los diferentes públicos y niveles de participación en la comunicación, y aplicar estrategias para fomentar una participación real y personalizada con ayuda de herramientas digitales.
- Analizar los flujos de comunicación descendente, ascendente y horizontal, y utilizar tecnologías como IA y plataformas colaborativas para optimizarlos en equipos híbridos y virtuales.
- Conocer las herramientas, canales y culturas de comunicación actuales, incluida la integración de inteligencia artificial para mejorar la transparencia, el manejo de rumores y la gestión del conocimiento.
- Desarrollar habilidades para planificar, medir y liderar la comunicación interna con un enfoque en empatía, liderazgo humano potenciado por IA, y evaluación del retorno de inversión comunicacional.

### Temario

#### Módulo 1: Cimientos Estratégicos — El valor y los fundamentos de la comunicación en la era digital

- Introducción: La comunicación como sistema nervioso y activo estratégico.
- El valor de la comunicación interna: Impacto en productividad, motivación, calidad de vida laboral y competitividad.
- Fundamentos teóricos: Las tres funciones (producción, innovación, mantenimiento) y su aplicación en entornos digitales e híbridos.
- El nuevo paradigma: Comunicación en la era digital e inteligente. Empatía humana + alfabetización digital.

#### Módulo 2: El corazón de la comunicación — Participación, públicos y flujo

- Participación como piedra angular: Los tres niveles (información, opinión, toma de decisiones) y cómo las herramientas digitales los democratizan.
- Los públicos internos: Necesidades del empleado (conocer, intercambiar, valorar, informar) y cómo segmentar y personalizar mensajes en la era digital.
- Estrategias para fomentar la participación auténtica: Foros de ideas, encuestas de pulso, reconocimiento peer-to-peer, análisis de sentimiento con IA.

#### Módulo 3: Arquitectura de los flujos — Comunicación descendente, ascendente y horizontal en la práctica

- Comunicación descendente: Cómo evitar la sobrecarga informativa y potenciarla con IA (chatbots, asistentes de redacción, análisis de engagement).
- Comunicación ascendente: Herramientas digitales para romper barreras (buzones anónimos, feedback 360°, análisis predictivo de clima).
- Comunicación horizontal: Estrategias para equipos híbridos y virtuales (uso de Teams/Slack, construcción de “proximidad digital”, reuniones asíncronas).
- El rol del líder en cada flujo: De emisor/controlador a facilitador/empoderador.

#### Módulo 4: Herramientas, canales y cultura — Del papel a la inteligencia artificial

- Comunicación formal vs. informal: El rumor en la era digital y cómo contrarrestarlo con transparencia multicanal.
- Herramientas de comunicación: Evolución de lo escrito/masivo a lo digital/inteligente (email, intranet → Plataforma Digital de Trabajo, mensajería, video, IA generativa).
- Redes de comunicación: Mapeo digital (ONA) y cómo gestionar los rumores en entornos virtuales.
- La Plataforma Digital de Trabajo (DWP): El centro neurálgico moderno. Personalización con IA, chatbots, gestión del conocimiento, análisis predictivo.

#### Módulo 5: Estrategia y Liderazgo — Planificar, Medir y Liderar la Comunicación

- Claves para una comunicación eficaz: Empatía, escucha activa, simplicidad, repetición, cara a cara (aun en lo virtual).
- El plan de comunicación interna: Fases (compromiso, diagnóstico, diseño, implantación) con indicadores digitales (KPIs de engagement, uso de plataforma, sentimiento).
- El rol del líder como comunicador: Cómo la IA potencia (no reemplaza) el liderazgo humano. Transparencia, autenticidad, visibilidad.
- Comunicar es invertir: Cómo medir el ROI de la comunicación interna en términos de clima, productividad y retención.
- Comunicación interna y externa como sistemas interdependientes: El empleado como embajador digital (Employee Advocacy).

#### Módulo 6: Fronteras y futuro — Conectando lo interno con lo externo, y el impacto de la IA

- Inteligencia artificial (IA) y el futuro de la comunicación interna:
  - Aplicaciones prácticas (automatización, personalización, análisis predictivo).
  - Riesgos éticos (sesgo algorítmico, privacidad, deshumanización).
  - Habilidades del futuro: Alfabetización en IA + potenciación de soft skills humanas.
- Conclusión: Comunicar con inteligencia (humana y artificial) es la inversión más rentable.

## Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas.

## DEL FOLLETO AL CHATBOT: EVOLUCIÓN Y FUTURO DEL MARKETING DIRECTO

### Objetivos

- Comprender la evolución histórica y conceptual del marketing directo, desde los medios tradicionales hasta las estrategias digitales y automatizadas actuales.
- 
- Identificar las características y diferencias entre marketing masivo, directo y digital, y reconocer la importancia de la propuesta de valor y la segmentación avanzada.
- 
- Conocer los principales canales de marketing directo y digital, y cómo la automatización y la integración con CRM potencian la eficiencia de las campañas.
- 
- Analizar el uso de bases de datos, CRM inteligentes y big data para la personalización dinámica del marketing, respetando la privacidad y la normativa vigente.
- 
- Desarrollar estrategias orientadas a la fidelización y la experiencia del cliente, con énfasis en la medición de resultados y la optimización continua mediante indicadores clave.
- 
- Planificar y diseñar un plan de marketing directo/digital efectivo, definiendo objetivos claros, seleccionando canales adecuados y gestionando recursos estratégicamente.
- 
- Reflexionar sobre la ética y la confianza en el uso de datos, y prepararse para las tendencias futuras como el marketing conversacional potenciado por inteligencia artificial.

### Temario

#### Módulo 0: Introducción

- Evolución del marketing directo: del correo postal al marketing digital.
- El cambio de paradigma: del cliente masivo al cliente hipersegmentado.
- Marketing directo hoy = marketing relacional + digital + automatizado.

#### Módulo 1: Fundamentos del marketing directo

- Definición y características.
- Diferencias entre marketing masivo, marketing directo y marketing digital.
- La propuesta de valor como base.
- Segmentación de mercados: ayer y hoy (de listas de clientes → a audiencias dinámicas en redes).
- Ejemplo clásico vs. ejemplo actual.

## Módulo 2: Canales de marketing directo y digital

- Canales tradicionales: correo postal, cupones, telemarketing.
- Canales actuales: email marketing, SMS y WhatsApp, redes sociales, landing pages, remarketing.
- Automatización de campañas: cómo se integran CRM y herramientas digitales (ej. HubSpot, Mailchimp, ActiveCampaign).

## Módulo 3: Bases de datos y CRM inteligente

- De la base de datos tradicional al CRM en la nube.
- Big data y analítica de clientes.
- Actualidad: segmentación dinámica, personalización con IA.
- Privacidad y protección de datos: GDPR y leyes locales.

## Módulo 4: Estrategias de marketing relacional

- Del impacto inmediato al vínculo sostenido.
- Fidelización: programas de puntos, clubs, membresías digitales.
- Experiencia del cliente (CX) como diferencial.
- Estrategias en contextos adversos: mantener la relación en tiempos de crisis económica.
- Medición de resultados e indicadores
  - De la tasa de respuesta al ROI digital.
  - Indicadores actuales: CTR, CPA, CAC, LTV, engagement.
  - Herramientas de medición: Google Analytics, dashboards de redes sociales, CRMs.
  - Cómo interpretar resultados y hacer mejoras continuas.

## Módulo 5: Diseño del plan de marketing directo/digital

- Etapas del plan: diagnóstico, objetivos, estrategias, tácticas, presupuesto, cronograma.
- Definir objetivos SMART.
- Elección de canales y combinación tradicional + digital.
- 

## Módulo 6: Ética, confianza y tendencias futuras

- Transparencia en el uso de datos.
- Consentimiento informado y comunicación responsable.
- El riesgo de la saturación: cómo evitar caer en el spam digital.
- IA, automatización y personalización predictiva. El futuro: del marketing directo al marketing conversacional.

## Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas.

# INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

## Objetivos

- Proporcionar una introducción a la Inteligencia Artificial, con un enfoque en la IA Generativa, ética, aplicaciones prácticas.
- Que los estudiantes adquieran conocimientos básicos para iniciarse en el campo de la IA y así estar preparados para el uso de la misma en su entorno de trabajo.

## Temario

### Clase 1: El mundo de la Inteligencia Artificial: cómo las máquinas aprenden y crean

- La Introducción a la Inteligencia Artificial (IA).
- Tipos de IA
- Inteligencia Artificial Generativa. Funciones.
- Algunos Ejemplos de IA en la vida diaria.

### Clase 2: Cómo hablar con la Inteligencia Artificial: el arte del Prompt

- ¿Qué es un Prompt?
- ¿Cómo funciona un prompting?
- Tipos de Prompts.
- Estructura de un buen Prompt.
- Estrategias para mejorar tus Prompts.

### Clase 3: La Ética en la era de la IA Generativa

- Una introducción a la Ética en la IA.
- ¿Qué es la privacidad y los sesgos en la IA?
- El uso responsable de la IA.
- Impacto social de la IA Generativa.

### Clase 4: La Evolución de la Búsqueda Inteligente en Línea

- Búsqueda Tradicional vs. Búsqueda con IA.
- Herramientas de Búsqueda con IA Generativa.
- Futuro de la Búsqueda en Línea con IA Generativa.
- Desafíos de la Búsqueda con IA Generativa.

### Clase 5: Aplicaciones de la IA

- Introducción a la IA en Diferentes Campos.
- IA en la Educación.
- IA en la Medicina.
- IA en el Entretenimiento.

### **Clase 6: Descubre ChatGPT**

- Introducción a ChatGPT.
- Cómo interactuar con ChatGPT.
- Cómo transformar el trabajo con ChatGPT.
- Casos de Uso Específicos.
- Precauciones y Limitaciones.

### **Clase 7: Descubre Gemini**

- Introducción a Gemini.
- ¿Cómo funciona Gemini?
- Funcionalidades claves de Gemini.
- Casos de uso reales en el trabajo.
- Cómo integrar Gemini en tu flujo de trabajo.

### **Clase 8: Descubre DeepSeek**

- Introducción a DeepSeek.
- ¿Cómo funciona DeepSeek?
- Casos de Uso Reales de DeepSeek.

### **Clase 9: Descubre Microsoft 365 Copilot**

- Introducción a Microsoft 365 Copilot.
- Funcionalidades Clave por Aplicación.
- Casos de Uso Reales en el Trabajo
- Cómo el Chat de Microsoft Copilot Transforma el Trabajo.

### **Modalidad**

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 30 horas.

# INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE MATERIALES DIDÁCTICOS

## Objetivos:

- Reflexionar sobre la importancia de la elección del material didáctico adecuado para acompañar cada proceso de enseñanza aprendizaje.
- Buscar recursos en la web.
- Reconocer tipos de licencias de uso de recursos publicados en la web.
- Apropiarse de las herramientas disponibles en la web para el diseño de materiales didácticos.
- Reconocer el abanico de herramientas disponibles para enriquecer las propuestas de enseñanza..

## Temario:

### Clase 1: Diseño de materiales didácticos

- ¿Qué son los materiales didácticos?
- Objetos de aprendizaje.
- Recomendaciones generales.
- Hablemos de diseño.

### Clase 2: Manos a la obra

- Hablemos de desarrollo.
- Presentaciones audiovisuales.
- Creación y edición de imágenes.
- Infografías.
- Organizadores gráficos.
- Podcast y paisajes sonoros.
- Uso de plantillas del editor.
- El video en el aula.

### Un paso más adelante

- Animación de historias.
- Actividades interactivas y juegos.
- Realidad virtual y aumentada.
- Otros recursos.

### Clase 3: Búsqueda de recursos en la web

- ¿Todo lo publicado en internet es libre?

### Clase 4: Taller de práctica

#### Segunda parte

- ¿Cómo se hace?
- Crear presentaciones.
- Seguimos con un podcast.
- Infografía.
- Cómo incorporar el contenido en la plataforma.

## Cierre

- Para finalizar el recorrido.

## Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 30 horas.

# LIDERAZGO ÁGIL: ESTRATEGIAS PARA MOTIVAR EQUIPOS, GESTIONAR CRISIS Y LOGRAR RESULTADOS SOSTENIBLES

## Objetivos

- Reflexionar sobre tu propio estilo de liderazgo.
- Adquirir herramientas prácticas para guiar equipos en pymes y entornos fabriles.
- Aprender a manejar conversaciones difíciles, delegar y motivar.
- Desarrollar resiliencia, visión estratégica y habilidades humanas.
- Salir con un plan de acción personal aplicable a tu realidad.

## Temario

### Módulo 1: Fundamentos del liderazgo moderno

- De Jefe a Líder: Diferencias clave. La autoridad vs. la influencia.
- Marco Legal Esencial (Síntesis Crítica).
- Contratos: Lo que realmente necesitas saber.
- Guía para despidos y manejo de conflictos legales
- Focus: Cómo la buena gestión legal libera tiempo para el liderazgo y previene problemas.
- Inteligencia emocional aplicada: Autoconocimiento, autorregulación, empatía y gestión de relaciones en el entorno fabril/pyme.
- Liderazgo situacional y adaptativo: Cómo ajustar tu estilo a cada persona y situación.

### Módulo 2: Construcción y Dirección de Equipos de Alto Rendimiento

- Dinámicas de grupo en entornos productivos: Comprendiendo la motivación, la cohesión y los conflictos.
- Comunicación efectiva y asertiva: Del feedback difícil a las conversaciones que impulsan el desempeño. Comunicación en entornos ruidosos (fábricas).
- Delegación y empowerment real: Cómo confiar, dar autonomía y retener talento.
- Gestión del desempeño: Fijar metas claras (OKRs/KPIs simples para pymes), dar feedback continuo y desarrollar a tu gente.
- Herramientas colaborativas: Uso de tecnología accesible (WhatsApp Business, Trello, Asana) para mejorar la coordinación.

### Módulo 3: Liderazgo en entornos VUCA (volátiles, inciertos, complejos, ambiguos)

- Agilidad y resiliencia: Cómo tomar decisiones rápidas y efectivas bajo presión.
- Gestión del cambio: Cómo guiar a tu equipo a través de nuevas tecnologías, procesos o reestructuraciones.

- Liderazgo remoto/híbrido para pymes: Cómo mantener engagement, comunicación y productividad en esquemas flexibles.
- Innovación y mejora continua: Fomentando la creatividad y la resolución de problemas en el piso de producción y la oficina.
- Focus en el cliente: Alineando a todo el equipo con el valor que se entrega.

#### Módulo 4: Bienestar, inclusión y desarrollo sostenible

- Prevención del burnout: Liderazgo que cuida la salud mental del equipo. Estrés en entornos de producción.
- Diversidad e inclusión en la práctica: Cómo construir equipos diversos y crear un ambiente donde todos se sientan valorados y puedan contribuir.
- Liderazgo ético y sostenible: Tomar decisiones que sean buenas para el negocio, las personas y la comunidad.
- El líder como coach: Técnicas básicas de coaching para desarrollar el potencial de tu equipo.

#### Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas de cursado.

# NEGOCIACIÓN 360°: ESTRATEGIAS PRESENCIALES Y DIGITALES PARA EMPRESAS

## Objetivos

- Comprender los conceptos fundamentales de la negociación y su importancia en pequeñas y medianas empresas e industrias.
- 
- Identificar las diferencias entre intereses y posiciones, y conocer los componentes básicos que estructuran cualquier proceso de negociación.
- 
- Aprender métodos y estilos de negociación para adaptarlos de forma efectiva a distintas situaciones y contextos.
- 
- Desarrollar habilidades clave del negociador, incluyendo técnicas para reconocer y manejar trampas o tácticas en negociaciones presenciales.
- 
- Explorar las particularidades de la negociación en entornos digitales e híbridos, y utilizar herramientas tecnológicas y de inteligencia artificial para optimizar la preparación y gestión de negociaciones.
- 
- Evaluar riesgos y oportunidades que presenta la negociación online para implementar estrategias seguras y efectivas.

## Temario

### Módulo 1: Introducción a la negociación

- ¿Qué es la negociación y por qué es esencial en pymes e industrias?
- Diferencias entre interés y posición.
- Componentes básicos de toda negociación.

### Módulo 2: Métodos y estilos de negociación

- El método para negociar paso a paso.
- Estilos de negociación y cómo adaptarlos a distintas situaciones.

### Módulo 3: Habilidades y ética del negociador

- Habilidades clave de un buen negociador.
- Trampas y trucos en la negociación cara a cara: cómo detectarlos y manejarlos.

### Módulo 4: Negociar en la era digital y con Inteligencia Artificial

- Negociación en entornos virtuales e híbridos.
- Herramientas digitales y de IA para preparar y gestionar negociaciones.
- Riesgos y oportunidades de la negociación online.

## Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.

- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas de cursado.

## PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN

### Objetivos

- Conocer los conceptos básicos de construcción de la oración y de la redacción.
- Adquirir reglas claras y sencillas para escribir un mail, una carta, un memo, un paper y un informe con seguridad y precisión.
- Aprender a detectar y subsanar los errores más comunes que se cometen al tratar de informar algo por escrito.
- Aprender a auto corregir lo elaborado, con técnicas ortográficas y de redacción simple y accesible.

### Temario

#### Módulo 1: Fundamentos de la planificación estratégica

- Comprender la planificación estratégica como proceso dinámico y continuo de toma de decisiones.
- Diferenciar la gestión estratégica de la operativa.
- Introducir el Cuadro de Mando Integral (CMI) como lenguaje unificador.

#### Módulo 2: Análisis del entorno: Diagnóstico estratégico integral

- Herramientas para el análisis del entorno interno y externo.
- Identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA).
- Análisis PESTEL y fuerzas competitivas.

#### Módulo 3: Formulación estratégica: De la visión a los objetivos medibles

- Definición de misión, visión y valores.
- Creación de objetivos estratégicos SMART alineados con la visión.
- Transformación del diagnóstico en dirección estratégica ejecutable.

#### Módulo 4: Implementación, medición y aprendizaje estratégico integrado

- Relación sinérgica entre hacer, medir y aprender.
- Diseño de sistemas de medición con indicadores clave (KPIs).
- Ciclo continuo de aprendizaje y reimplementación.

#### Módulo 5: Plan de negocios: Integración y Comunicación Estratégica

- Construcción y presentación de un plan de negocios coherente y adaptativo.
- Integración de propuesta de valor, métricas clave y comunicación con stakeholders.

Uso del plan como herramienta operativa y de alineación organizacional.

### Cierre del curso

- Evaluación final para consolidar aprendizajes.

### Recursos adicionales y recomendaciones para mantener vivo el plan estratégico.

#### Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas de cursado.

## REDACCIÓN CORPORATIVA EN TIEMPOS DE IA

### Objetivos

- Desarrollar habilidades de comunicación escrita profesional, enfocándose en la claridad, precisión y corrección gramatical para el ámbito corporativo.
- Identificar y aplicar técnicas de estilo, tono y estructura para redactar textos efectivos y adaptados a diversos públicos y formatos empresariales.
- Conocer el impacto de la inteligencia artificial en la redacción corporativa, aprendiendo a usar sus herramientas de manera ética y responsable sin perder la voz profesional propia.
- Practicar la redacción y edición de diferentes tipos de textos corporativos con apoyo de herramientas digitales, asegurando calidad, coherencia y adecuación comunicativa.

### Temario

#### Módulo 1: Fundamentos de la comunicación escrita profesional

- La oración: sujeto, verbo, predicado y complementos.
- Concordancia y estructura gramatical.
- Los signos de puntuación y su valor comunicativo.
- Acentuación y ortografía.
- “No se escribe como se habla”: diferencias entre lenguaje oral y escrito.
- Errores frecuentes (mal uso de gerundios, verbos, artículos y preposiciones).

#### Módulo 2: Estilo, tono y técnica en la redacción corporativa

- Claridad, economía del lenguaje y precisión.
- Evitar lugares comunes, redundancias y abuso de adjetivos.
- “Ir de lo conocido a lo nuevo”: estructura lógica de los textos.
- Uso correcto de comas y conectores.
- La regla de las “W”: qué, quién, cuándo, dónde, por qué, para qué.
- Uso de subtítulos, negritas y formato para facilitar la lectura.

#### Módulo 3: Inteligencia Artificial en la redacción corporativa

- Qué es la IA generativa y cómo influye en la comunicación empresarial.
- Usos productivos: corrección, reescritura, análisis de tono, ideación.
- Principales herramientas: ChatGPT, Grammarly, DeepL Write, Jasper, [Copy.ai](#).
- Criterios éticos de uso responsable: autoría, privacidad, transparencia.
- Riesgos comunes: plagio, sesgos, pérdida de estilo, desinformación.
- Cómo integrar la IA sin perder la voz profesional propia..

#### Módulo 4: Prácticas integradoras

- Redacción de textos corporativos: correos, informes, comunicados, cartas formales.
- Revisión y edición asistida por IA.
- Criterios de calidad textual: claridad, coherencia, adecuación y corrección.
- Rúbrica de evaluación: escritura humana + IA responsable.

### Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas de cursado.

# VENTAS INTELIGENTES: ESTRATEGIAS COMERCIALES EN LA ERA DIGITAL

## Objetivos

- Comprender los fundamentos y el proceso completo de las ventas, integrando habilidades esenciales como comunicación, empatía y escucha activa.
- 
- Analizar la psicología del cliente para identificar motivaciones racionales y emocionales que influyen en la toma de decisiones de compra.
- 
- Aplicar estrategias de relación, fidelización y negociación adaptadas a entornos digitales, combinando técnicas tradicionales y herramientas de inteligencia artificial.
- 
- Conocer y manejar plataformas digitales, automatización y análisis de datos para optimizar la gestión comercial y personalizar la experiencia del cliente.
- 
- Reflexionar sobre la ética, la confianza y el rol insustituible del vendedor humano en un contexto de transformación digital y uso responsable de la IA.

## Temario

### Módulo 0: Fundamentos de las ventas

- Definición de venta y rol del vendedor.
- Proceso clásico de ventas: prospección, contacto, presentación, objeciones, cierre, postventa.
- Habilidades esenciales: comunicación, escucha activa, empatía.
- Técnicas clásicas (AIDA, SPIN Selling).
- Ejemplos y diálogos aplicados.

### Módulo 1: Psicología del cliente y motivaciones de compra

- Diferencia entre necesidad y deseo.
- Motivaciones racionales y emocionales.
- Gatillos psicológicos de la venta (escasez, urgencia, prueba social, etc.).
- Perfiles de clientes (analítico, expresivo, pragmático, impulsivo).
- Identificación de motivaciones ocultas.
- Impacto del entorno y escenarios económicos adversos en las decisiones de compra.
- Ejemplos, diálogos simulados y testimonios.

### Módulo 2: Estrategias de relación y fidelización tradicional

- La venta relacional frente a la venta transaccional.
- Herramientas clásicas de fidelización: seguimiento, beneficios, comunicación personalizada.

- Manejo de quejas y reclamos como oportunidad de fidelización.
- El poder del boca en boca.
- Estrategias de fidelización en contextos económicos adversos.
- Ejemplos, diálogos simulados y testimonios.

### Módulo 3: El nuevo paradigma de ventas con IA

- La transformación digital en el mundo de las ventas.
- Híbrido entre lo presencial y lo digital.
- IA como herramienta de apoyo, no de reemplazo.
- Clientes informados y con altas expectativas.
- Ejemplos de transición de lo tradicional a lo digital.
- Destacados y diálogos simulados.

### Módulo 4: Herramientas digitales y analítica de datos

- Plataformas de CRM y su integración con IA.
- Automatización del marketing y segmentación inteligente.
- Uso de chatbots y asistentes virtuales.
- Prospección y lead scoring con IA.
- Ejemplos de aplicación práctica.

### Módulo 5: Personalización y experiencia del cliente

- El cliente como centro: experiencias memorables.
- Personalización masiva gracias a la IA.
- Casos de uso: e-commerce, retail, servicios.
- Equilibrio entre personalización y privacidad.
- Ejemplo narrado con diálogos simulados.

### Módulo 6: Negociación en tiempos de Internet y de IA

- Métodos y estilos de negociación en entornos digitales.
- Cómo cambió el poder de información del cliente.
- Herramientas de apoyo para análisis y propuestas.
- Riesgos de la sobreautomatización en negociación.
- Preguntas y ejercicios de reflexión.

### Módulo 7: Ética, confianza y futuro de las ventas

- El papel insustituible del vendedor humano.
- Transparencia y límites en el uso de IA.
- Construcción de confianza digital.
- Nuevas competencias para los vendedores del futuro.
- Reflexión final y cierre del curso.

### Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 20 horas de cursado.

## SEGURIDAD EN OFICINAS

### Objetivos

- Incorporar conocimientos básicos y fundamentales de prevención de accidentes en el trabajo.
- Detectar riesgos.
- Saber qué se debe hacer y qué no para minimizar los riesgos.
- Comprender que la seguridad en el ambiente de trabajo es una tarea diaria de todos.

### Temario

**Prevención de accidentes.**

**Identificación de riesgos.**

**Tips de seguridad.**

**Levantamiento manual de cargas.**

**Ergonomía.**

### Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido.
- Equivale a 1 hora de cursado.

## CIBERSEGURIDAD EN OFICINAS

### Objetivos

Este curso está orientado a "**usuarios finales de internet**" con los objetivos de:

- Generar conciencia a los usuarios de Internet sobre los riesgos y amenazas a los que se encuentran expuestos en la red.
- Tomar precauciones para implementar medidas de seguridad.
- Generar buenas prácticas en sus áreas de trabajo.
- Discernir de mejor modo cómo usar correctamente la tecnología a su alcance.

### Temario

**Tema 1. Introducción a la ciberseguridad. Conceptos generales**

**Tema 2. Ciberseguridad en la Oficina**

**Tema 3. Ciberhigiene**

**Tema 4. Contraseñas Seguras**

**Tema 5. Phishing**

**Tema 6. Ingeniería Social**

**Tema 7. Ransomware**

**Actividades y evaluación final**

### Modalidad

- Totalmente online sobre plataforma LMS.
- Autoasistido.
- Equivale a 10 horas de cursado.