



Universidad Europea
Miguel de Cervantes

Programa Superior Start Talent: Desarrollo Personal del Talento en la Era Digital

Prácticas garantizadas en empresa

Programa Certificado por Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)

www.calidadyformacionempresarial.es



Programa
START TALENT
Talento Digital



PROGRAMA START TALENT - TALENTO DIGITAL Y DESARROLLO PROFESIONAL



Este Programa es una iniciativa de AULAFORMACION, con el respaldo y la acreditación del Plan de Formación de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC), y el compromiso de las empresas participantes para la existencia de unas **Prácticas no Laborales de Excelencia** para jóvenes talentos.

La finalidad formativa del programa es dar, a los Titulados universitarios y de FP participantes, un impulso en el aprendizaje de la auto-gestión de su propio talento, facilitándoles una experiencia práctica de realizaciones profesionales en competencias asociadas a un entorno real de trabajo que complete su formación específica, y una formación teórica que desarrolle sus competencias y habilidades profesionales y digitales.

Cuádruple objetivo general en la **adquisición y desarrollo de Competencias**:

- para el desarrollo profesional,
- para la efectividad en el trabajo
- para la innovación
- y para la adecuación a entornos de trabajo colaborativos y digitales

Programa
START TALENT
Talento Digital

PRÁCTICAS GARANTIZADAS EN EMPRESAS

Este Programa Superior Universitario de especialización facilita a la persona matriculada a la realización de prácticas no laborales en una empresa, como complemento del Plan de formación académico propuesto.

Dichas prácticas serán realizadas mediante la firma de Convenio de Cooperación Educativa entre la UEMC, AULAFORMACION como centro colaborador adscrito a la Universidad, la Empresa de acogida y el alumno, al amparo del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas externas de los estudiantes universitarios.

REALIZACION DE PRÁCTICAS OBLIGATORIAS-GARANTIZADAS

La participación en el Programa garantiza al alumno admitido y matriculado la realización de al menos 200 horas de prácticas en una empresa. La realización de éstas prácticas garantizadas quedará recogido en el correspondiente Título académico, a la finalización del Programa.

La realización de estas prácticas remuneradas también garantiza al menos el retorno completo de la inversión realizada (importe económico pagado de la matrícula).

Durante la realización de estas prácticas obligatorias, el alumno deberá realizar un trabajo fin de programa complementario de aplicación práctica de lo aprendido en el modulo I del Plan de Formación.

REALIZACION DE PRÁCTICAS VOLUNTARIAS

El alumno podrá ampliar las prácticas en la misma empresa (siempre que se ofrezcan por parte de la empresa receptora) o en cualquier otra distinta. Estas prácticas no están garantizadas. La realización es **opcional y voluntaria** para el alumno siendo éste el encargado de la búsqueda de la empresa receptora de la práctica.

La duración de las prácticas (obligatorias y voluntarias) no deberá de exceder de **9 meses de duración**.

El proceso de tramitación, gestión, seguimiento y evaluación del convenio de prácticas es completamente **gratuito**.

Este Curso Universitario que ofrece una **formación en competencias** profesionales y digitales, conforme a los requisitos establecidos en el RD 592/2014, habilita a la realización de prácticas que estén vinculadas a las **competencias básicas, genéricas y/o específicas** que se ofertan en este programa académico, y por tanto habilita las **prácticas en cualquier área de la empresa**.

Los riesgos inherentes de la responsabilidad civil de la práctica están cubiertos por póliza de seguro suscrito por la Escuela.

REQUISITOS DE ACCESO

Para participar en este Programa se requiere **Titulación Universitaria o de Formación Profesional de grado Superior** y superar un proceso de admisión previa.

Los Candidatos al programa deberán de formalizar su **solicitud de Preinscripción**, bien a través del formulario online de la web del Programa o mediante envío de la documentación requerida por correo electrónico:

Documentación requerida:

- Formulario -solicitud de preinscripción
- Pago de Preinscripción (350 €)
- Carta de motivación de participación en el programa
- Curriculum Vitae
- Cartas de recomendación -opcional-

Nota: a los candidatos no admitidos, se les devolverá íntegramente el importe pagado en la preinscripción.

CONVOCATORIAS

Los Candidatos a participar en el Programa podrán optar entre estas dos modalidades:

Matrícula abierta todo el año

Acceso al programa en cualquier momento

Convocatorias preestablecidas

Acceso al programa, en fechas de convocatorias determinadas, y que se anunciarán en la web del programa

PRECIO

[Precio oficial: 1.175 euros.]

Precio becado: 875 euros (*)

Incluye todos los servicios contenidos en el Programa, el acceso al Aula del Campus Virtual y posterior entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización del curso (y su envío por correo postal).

(*)"precio becado" o precio con beca (reducción de precio) es el precio finalmente aplicado y es una medida de la UEMC y AULAFORMACION para favorecer la empleabilidad y la inserción laboral de sus alumnos.

Nota: en el precio de matrícula está ya incluido la preinscripción (350 euros)

FASES DEL PROGRAMA



PREINSCRIPCION

Envío de Formulario y pago de Preinscripción. Adjuntar:

- Carta de motivación y Curriculum Vitae (se admite video curriculum, curriculum digital,)
- Cartas de recomendación

PRE-SELECCION

- Auto-evaluaciones de competencias
- Entrevista personal
- Análisis de validación de datos aportados

ADMISION: MATRICULA

Si el resultado del proceso de pre-selección es la admisión al programa, el candidato deberá formalizar y finalizar la matricula, en los términos convenidos.

Nota: a los candidatos no admitidos, se les devolverá íntegramente el importe pagado en la preinscripción.

FORMACION ONLINE - PLAN DE FORMACIÓN ACADÉMICO

El alumno realizará el plan de formación académico propuesto en el programa. La formación se podrá realizar antes, después y/o simultáneamente a la realización de las prácticas, siempre dentro del periodo máximo de 9 meses.

SELECCION POR EMPRESAS

El Departamento de colocación de la Escuela propondrá a posibles empresas receptoras las candidaturas a la realización de prácticas.

REALIZACION DE PRÁCTICAS

En el momento que la empresa receptora seleccione al alumno para la realización de prácticas, éste se incorporará en los términos y condiciones propuestos por la empresa en el contexto del Programa Start Talent.

Datos generales del Plan de formación académico: DESARROLLO PERSONAL DEL TALENTO EN LA ERA DIGITAL

¡INVIERTE EN TU FUTURO PROFESIONAL!

Imprescindible para la formación y cualificación de futuros profesionales y responsables mandos intermedios y directivos (en cualquier área o departamento) en nuestras empresas y organizaciones.

Imprescindible para la formación y cualificación de futuros profesionales y responsables de la comunicación interna o externa, que formen parte de equipos de trabajo distribuidos, responsables de proyectos, o cualquier persona que quiera trabajar en entornos de trabajo digitales, en nuestras empresas y organizaciones.



En este caso, los certificados y diplomas obtenidos cuentan con la firma y el sello de la Secretaría General de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, lo que les otorga validez a efectos de su participación o presentación en oposiciones, concursos oposición, concursos de méritos y otros procesos de selección. Todo ello, en base al Real Decreto 276/2007 de 23 de Febrero (BOE de 2 de marzo de 2007), que reconoce los cursos de las universidades a todos los efectos y los ajusta en todo a los requisitos exigidos por las comisiones de baremación.

DIPLOMAS Y CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

A la finalización de este curso universitario de especialización el alumno, una vez superadas con aptitud las pruebas, recibirá un Título emitido por AULAFORMACION y Diploma acreditativo expedido por la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) con reconocimiento de créditos universitarios ECTS.

DESCRIPCIÓN

Las empresas en sus procesos de adquisición de Talento, recurren más a la evaluación de competencias y logros de las personas, y menos a la valoración de sus titulaciones y conocimientos adquiridos durante su carrera profesional.

Por otro lado los entornos de trabajo están evolucionados en sus formas de trabajo y de gestionar talento, a entornos más sociales, más distribuidos, en red y más digitales.

Lo Digital domina la Economía y la Sociedad, y la transformación digital de las empresas es imparable, necesitando personas y talento con capacidades, aptitudes y conocimientos, preparados para este reto y para el cambio. Con capacidad de adaptación y con competencias personales profesionales y digitales adaptados a la Nueva Economía, a las nuevas Organizaciones 3.0, a los nuevas formas de gestionar el talento y a las nuevas fórmulas de gestionar el trabajo y las relaciones laborales.

Por ello las nuevas Organizaciones requieren Talento. Las personas deben ser capaces de desarrollar competencias profesionales adaptadas a los nuevos tiempos y circunstancia de la nueva Era Digital.

Por ello este **Programa Superior Universitario de especialización** está dirigido a la preparación de ese Talento. Y capacita a las personas que lo cursen en la comprensión de los nuevos paradigmas de la Economía Digital en relación con el trabajo y en las competencia y habilidades necesarias para trabajar en nuevos entornos de trabajo colaborativos, en red, digitales, independientemente del área específica de conocimiento dónde se desarrollen las realizaciones profesionales en el desempeño de su trabajo.

Este Curso habilita profesionalmente a las personas que lo cursen a adaptarse al trabajo en entornos organizativos con Cultura 2.0. y con estados de fluidez avanzados -Organizaciones 3.0-.

A través de este curso el alumno adquirirá la **competencia general** de capacidades y habilidades profesionales para la efectividad en el trabajo individual y en grupo en Organizaciones 2.0., y en el uso de herramientas 2.0. para trabajar en la edición, divulgación y difusión de contenidos digitales y en ambientes colaborativos y de proyectos.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

Los objetivos perseguidos a lo largo del Curso son:

- Analizar los cambios culturales y organizativos y del trabajo que propone la Economía Digital y que afecta a personas, al talento y a Organizaciones.
- Descubrir, determinar y evaluar los aspectos a tener en cuenta para la incorporación de personas en nuevos modelos y entornos de trabajo en Ecosistemas empresariales digitales y organizaciones 3.0, y para el Desarrollo Profesional y del Talento.
- Determinar las competencias profesionales, incluidas las competencias digitales, habilidades y conocimientos que debe adquirir el Rol de un trabajador en la Era Digital ("empleado digital") y que definen el Talento Digital.
- Adquirir las competencias digitales en los ámbitos o dimensiones cultural, estratégica, técnica e instrumental del "profesional o empleado digital" que le permita la creación de un entorno personal y profesional de aprendizaje para el desempeño de su trabajo.
- Reflexionar sobre las competencias personales que tienen especial relevancia para mantenerse en los niveles de calidad y productividad requeridos por el mercado y las organizaciones.
- Identificar las propias fortalezas y debilidades relacionadas con esas competencias.
- Analizar y comprender las variables que influyen en el comportamiento humano de los individuos de una organización para poder incidir en él y ser más eficaces como trabajadores y directivos.
- Conocer las propias emociones y la propia motivación para aprender a autogestionarla.
- Profundizar en la importancia, creación y desarrollo de la Marca Personal (Personal Branding) como estrategia individual de Desarrollo Profesional.
- Adquirir las competencias para el uso de herramientas 2.0. que potenciarán su rendimiento personal en la creación y gestión de su propia marca personal en Internet, en la organización y gestión de la información en entornos digitales, y en entornos colaborativos o de trabajo en grupo.
- Transmitir una visión general y de conjunto sobre los diferentes elementos, enfoques, técnicas y principios que conforman la disciplina de la "Administración o Gestión de la Calidad Total o TQM" estructurada en tres pilares: Cultura, Estrategia y Técnicas, para Organizaciones enfocadas en la búsqueda de la Excelencia Empresarial
- Comprender la importancia de la cultura de la calidad y la mejora continua en Gestión de las organizaciones. y de la Responsabilidad Empresarial.
- Adquirir conocimientos y competencias en la gestión de los aspectos ambientales en una empresa en un enfoque de responsabilidad social
- Adquirir conocimientos y competencias en la prevención de riesgos laborales en el contexto de la seguridad y salud laboral de los trabajadores

DESTINATARIOS

Este Programa es apto para cualquier persona de cualquier profesión o nivel de conocimientos, y está diseñado específicamente para la mejora de sus competencias personales en el trabajo, como herramienta de mejora y desarrollo profesional. Se recomienda muy especialmente para:

Futuros Mandos con responsabilidades como directivos, mandos intermedios (personal directivo), responsables de proyectos y responsables de equipos de trabajo.

Profesionales que trabajan o quieren trabajar en Organizaciones 2.0 y en la nueva Economía Digital

Futuros Profesionales de las áreas de Recursos Humanos, Marketing, Comunicación, Atención al cliente, Post-venta.

Cualquier persona interesada en la dirección y gestión de personas, de equipos de personas y de organizaciones o que se prepara para ello.

Cualquier persona interesada en su Desarrollo personal y Profesional, especialmente freelance, emprendedores.

PROGRAMA

Duración 650 horas (26 ECTS)

Programa a desarrollar en el plazo máximo de 9 meses.

MODULO I. TALENTO Y COMPETENCIAS DIGITALES

Tema 1. Gestión del Talento Digital en las empresas

Tema 2. Curación de contenidos: Entornos Personales y profesionales de aprendizaje

Tema 3. Herramientas 2.0. para la gestión del conocimiento y la mejora de la productividad en el entorno digital

MODULO II. COMPETENCIAS Y HABILIDADES PARA LA EFECTIVIDAD EN EL TRABAJO

Tema 1. Inteligencia emocional

Tema 2. Comunicación interpersonal y en grupos de trabajo

Tema 3. Motivación

Tema 4. Creatividad

Tema 5. Resolución de conflictos y trabajo en equipo

Tema 6. Gestion y control de las preocupaciones

MODULO III. MARCA PERSONAL Y DESARROLLO PROFESIONAL

Tema 1. Marca Personal - Personal Branding

Tema 2. Aplicación de la Marca Personal al Desarrollo Profesional y a la Búsqueda de Empleo

MODULO IV. TRABAJAR EN ENTORNOS DE EXCELENCIA EMPRESARIAL

Tema 1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Tema 2. Gestión de la Calidad Total (TQM)

Tema 3. Medioambiente: la gestión medioambiental en las empresas

Tema 4. Prevención de Riesgos laborales

MODULO VI. PRACTICAS EN EMPRESAS

1. Realización de 200 horas de prácticas en empresa

2. Trabajo fin de Curso. Aplicación práctica del módulo I en el contexto de las prácticas en la empresa.

(*) El programa incluye ejercicios y tareas evaluables por parte de los tutores-profesores, así como cuestionarios de evaluación tipo test

PROGRAMA DETALLADO

MODULO I. TALENTO Y COMPETENCIAS DIGITALES

Tema 1. Gestión del Talento Digital en las empresas

Unidad 1. Comprensión global de la Economía Digital y su impacto en las competencias organizacionales y personales

1. La Economía Digital
 - 1.1. Situación actual
 - 1.2. La Evolución de la Economía de la Información a la Era Digital y las Tecnologías emergentes
 - 1.3. El nuevo Paradigma de la Economía digital: Características.
2. La Transformación Digital de las empresas
 - 2.1. ¿Qué es la transformación digital?
 - 2.2. La decisión empresarial de la digitalización y efectos
 - 2.3. La importancia de la transformación digital en las empresas: ventajas competitivas
 - 2.4. Ejemplos de transformación digital: casos empresariales
3. El Talento en las empresas de la Era Digital
 - 3.1. Nuevo Paradigma del trabajo: qué ha cambiado.
 - 3.1.1. Nuevas competencias en el trabajo
 - 3.1.2. Integración del proyecto personal en el proyecto empresarial
 - 3.1.3 Nueva forma de entender la relación entre profesional o empleado y la dirección de la empresa: la Gamificación
 - 3.2. La gestión del talento de diferentes generaciones
 - 3.2.1. La Generación de los "Baby boomers": características
 - 3.2.2. La Generación X: características
 - 3.2.3. La Generación de los "Millennials": características
 - 3.2.4. Adaptación en las empresas: estrategias claves
 - 3.3. Las nuevas competencias profesionales digitales
4. Impacto de la transformación digital en el diseño organizacional de las empresas
 - 4.1. Estrategias y modelos de Transformación Digital
 - 4.2. Las nuevas Competencias Organizacionales

Unidad 2. Innovación y nuevos modelos de negocio digital

1. Innovación en Modelos de negocio
 - 1.1. Innovación y cambio en los modelos de negocio
 - 1.2. Diseño y construcción de Modelos de negocios
 - 1.3. Herramientas de diseño de la innovación: metodología Canvas
 - 1.4. Tipos de Modelo de negocio
2. Los nuevos negocios de la Economía Digital
 - 2.1. Nuevos Modelos de negocio: Patrones
 - 2.1.1. Desagregación de modelos de negocio
 - 2.1.2. La Larga Cola
 - 2.1.3. Plataformas multilaterales
 - 2.1.4. Gratis como modelo de negocio
 - 2.1.5. Modelos de colaboración abierta
 - 2.2. La Economía colaborativa
 - 2.2.1. ¿Qué es la economía colaborativa?
 - 2.2.2. Tipos de Economía Colaborativa
 - 2.2.3. ¿Qué ha propiciado la economía colaborativa?

- 2.2.4. ¿Cómo es la gente que comparte?
- 2.2.5. Ventajas e inconvenientes
- 2.2.6. Ejemplos de economía colaborativa
- 2.3. Modelos de negocio en Internet
 - 2.3.1. Pautas a seguir en Internet
 - 2.3.2. Estructuras de los Modelos de Negocio Digitales
 - 2.3.3. Tipos de Modelos de Negocio en Internet
 - 2.3.4. Otros incipientes modelos de negocio Digital
- 2.4. La gestión de la cadena de valor en ecosistemas digitales

Unidad 3. Gestión del trabajo y del talento en empresas digitales

- 1. Gestión del Talento en la Era Digital
- 2. Nuevas Formas de Gestión del Trabajo en la Era Digital
 - 2.1. Gestión de Equipos 2.0
 - 2.2. Comunicación no verbal 2.0.
 - 2.3. El Work Place Advantage (WPA)
 - 2.4. Ecosistemas Digitales
 - 2.5. Equipos virtuales distribuidos
- 3. Nuevas Formas de Gestión del talento en la Era Digital
 - 3.1. ¿Cómo gestionar el talento?
 - 3.2. La Gamificación
 - 3.3. Big Data
 - 3.4. El Liderazgo
 - 3.5. El Aprendizaje colaborativo
- 4. Nuevos Roles y nuevas competencias en las empresas
 - 4.1. Las nuevas competencias
 - 4.2. Perfiles o nuevas ocupaciones en la Era Digital
 - 4.3. La Figura del Director del talento Digital
- 5. Las Organizaciones 3.0.
 - 5.1. Qué es una Organización 3.0.
 - 5.1.1. Características de una Organización 3.0
 - 5.1.2. Evolución de las Organizaciones
 - 5.1.3. Creación de una Organización 3.0.
 - 5.1.4. Dimensiones de una Organización 3.0
 - 5.2. Teorías de comportamiento organizacional que sustentan la Organización 3.0.
 - 5.2.1. Desarrollo del conocimiento cognitivo y constructivismo social
 - 5.2.2. El conectivismo
 - 5.2.3. La inteligencia colectiva
 - 5.3. Equipos de trabajo 3.0 y Empleados 3.0
 - 5.3.1. Empleados 3.0
 - 5.3.2. Equipos de trabajo deslocalizados o distribuidos
 - 5.3.3. Equipos de trabajo efectivos y de alto rendimiento
 - 5.3.4. Habilidades clave y filosofía

Tema 2. Curación de contenidos: Entornos Personales y profesionales de aprendizaje

Unidad 1. La Figura profesional del Curador de Contenidos

- 1. El contexto de la curación de contenidos: justificación y necesidad
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. La evolución de la web

- 1.2.1. De la web 1.0. a la web 2.0
- 1.2.2. Las web 2.0. y las redes sociales o social media
- 1.2.3. La web móvil
- 1.3. Realidades que influyen en la gestión de contenidos digitales
 - 1.3.1. La propia naturaleza acumulativa del conocimiento
 - 1.3.2. La naturaleza de las organizaciones como sistemas abiertos
 - 1.3.3. La naturaleza de la gestión del conocimiento como proceso
 - 1.3.4. El cambio cultural en los modelos de organización
 - 1.3.5. La producción del contenido
 - 1.3.6. La semantización de los contenidos y de las búsquedas en Internet
 - 1.3.7. Los contenidos en las Redes sociales
 - 1.3.8. Un nuevo consumidor. El prosumidor
 - 1.3.9. La evolución de las estrategias en el Marketing Digital.
- 1.4. Marketing y Ecosistema Digital
 - 1.4.1. Diferencias entre el marketing tradicional 1.0. y el Marketing 2.0
 - 1.4.2. Ecosistema digital para modelos de negocio 2.0.

2. Entornos Personales de aprendizaje e Identidad digital

- 2.1. Concepto de Entorno personal de Aprendizaje como ecosistema digital
- 2.2. Cómo diseñar y construir tu PLE o ecosistema digital
 - 2.2.1. Pasos básicos
 - 2.2.2. Lifestreaming
 - 2.2.3. Soluciones integradoras de PLE : ¿existen?
- 2.3. Identidad digital
 - 2.3.1. Qué es la identidad digital
 - 2.3.2. Qué tiene que ver la Identidad digital con la construcción del PLE

3. La figura profesional del Content Curator: competencias profesionales digitales

- 3.1. Content Curator
 - 3.1.1. Qué es un CC
 - 3.1.2. Valor y beneficios que aporta
 - 3.1.3. Habilidades y características del buen CC
- 3.2. Competencias profesionales del Content Curator
 - 3.2.1. Dimensión cultural
 - 3.2.2. Dimensión estratégica
 - 3.2.3. Dimensión técnica
 - 3.2.4. Dimensión instrumental

Unidad 2. Competencias Digitales para la gestión de contenidos

1. Competencias culturales y estratégicas

- 1.1. La identidad Digital
 - 1.1.1. Introducción
 - 1.1.2. Cómo construir la identidad digital
 - 1.1.3. Cómo mantener la identidad digital
- 1.2. El marketing de contenidos en las estrategias de marketing de atracción
 - 1.2.1. El Marketing de atracción
 - 1.2.2. Modelo de marketing basado en las 4 C's
 - 1.2.3. ¿Qué es el contenido?
 - 1.2.4. Un enfoque estratégico en la distribución de contenidos
 - 1.2.5. De la comunicación basada en el mensaje a la comunicación basada en el contenido: el contenido en contexto
- 1.3. Ciclo de trabajo del CC y el ciclo de mejora continua

2. Competencias técnicas: Etapas y acciones del proceso de la curaduría de contenidos.

- 2.1. Búsqueda de contenidos: Filtrado de información y fuentes

- 2.2.1. Tareas en la búsqueda de contenidos
- 2.2.2. Identificar necesidades: ¿qué publicar?
- 2.2.3. Identificación de las fuentes de la información: ¿De dónde obtenemos el contenido?
- 2.2.4. Análisis y evaluación de la información: ¿cómo?
- 2.2. Gestionar información
- 2.3. Producción proactiva / interpretación crítica de contenidos
 - 2.3.1. Tareas
 - 2.3.2. Sense Making: cómo dar sentido a los contenidos
- 2.4. Publicación
- 2.5. Analítica y medición
- 3. Técnica del Storytelling
 - 3.1. Qué es el Storytelling
 - 3.2. Cómo hacer Storytelling
 - 3.3. Ejemplos de relatos digitales de Storytelling
- 4. La propiedad intelectual de los contenidos: responsabilidad con la información

Unidad 3. Herramientas para la curación de contenidos

- 1. Instrumentos a utilizar en el ciclo de trabajo
 - 1.1. Clasificación de herramientas
 - 1.2. Selección de herramientas
- 2. Herramientas de búsqueda, identificación y selección de información
 - 2.1. identificar y seleccionar información relevante
 - 2.2. Agregadores y lectores RSS
 - 2.3. Sitios de noticias sociales
 - 2.4. Páginas de navegación de escritorio
 - 2.5. Buscadores y alertas en tiempo real
- 3. Herramientas de gestión y administración
 - 3.1. Marcadores sociales
 - 3.2. Herramientas de almacenamiento y gestión de enlace en la nube
- 4. Herramientas de producción crítica de contenidos o de curación de contenidos
 - 4.1. Herramientas de curación de contenidos para publicarla en formatos de sumario digital
 - 4.2. Herramientas para entornos móviles en formatos de magazine
 - 4.3. Otras herramientas
- 5. Uso de Twitter como herramienta de curación de contenidos
 - 5.1. Uso de Twitter y otras aplicaciones de entorno Twitter como herramientas de curación de contenidos
 - 5.2. Twitter
 - 5.3. Aplicaciones de entorno twitter
- 6. Uso de otras Redes sociales como curación de contenidos:
 - 6.1. Uso de Pinterest como plataforma de curación de contenidos
 - 6.2. Uso de Google + como plataforma de curación de contenidos
- 7- Otras herramientas
- 8. Tarea /ejercicio: construye tu propio PLE
 - 8.1. Ejemplos de PLE
 - 8.2. Tarea /ejercicio

Tema 3. Herramientas 2.0. para la gestión del conocimiento y la mejora de la productividad en el entorno digital

Unidad 1. Introducción a la Web 2.0 y a la Empresa 2.0

- 1.1 La evolución de Internet
 - 1.1.1 Que es la Web 2.0
 - 1.1.2 Herramientas de la Web 2.0. (Clasificación)
- 1.2 Definición de empresa 2.0
- 1.3 Entornos de aplicación: Perspectiva interna y perspectiva externa
- 1.4 Diseño de una empresa 2.0.
- 1.5. Gestión del conocimiento y mejora de la productividad: ¿Por qué utilizar herramientas 2.0?
- 1.6. La creación de entornos personales de aprendizaje (PLE)

Unidad 2. Herramientas para la Comunicación

- 2.1. Introducción: El entorno de utilización de herramientas de comunicación 2.0.
- 2.2. Skype
- 2.3. Messenger
- 2.4. Gmail
- 2.5. Los foros
- 2.6. Los blog.
 - 2.6.1. Introducción a los Weblogs
 - 2.6.2. WordPress
 - 2.6.3. Blogger
 - 2.6.3.1. Los weblogs, tipología y mezcla empresarial
 - 2.6.3.2. Bussness blogging y logs corporativos
 - 2.6.3.3. Tipología de weblogs corporativos
 - 2.6.4. Buscadores de blogs: Technorati
- 2.7. Twitter
- 2.8. Google Talk
- 2.9. Whatsapp
- 2.10 Otras herramientas de comunicación en Redes Sociales

Unidad 3. Herramientas colaborativas

- 3.1. Introducción: entornos de utilización de herramientas colaborativas
- 3.2 Google docs.
 - 3.2.2. Introducción
 - 3.2.3. Documentos de texto
 - 3.2.4. Hojas de cálculo
 - 3.2.5. Presentaciones
- 3.3 Thinkfree
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. My Office
 - 3.3.3. Workspace
- 3.4 Zoho
 - 3.4.1. Documentos
 - 3.4.2. Zoho Notebook
 - 3.4.3. Zoho Meeting
- 3.5 Wikis
 - 3.5.1. Introudcción
 - 3.5.2. Wikispaces
 - 3.5.3. Mediawikis
- 3.6 Otras herramientas
 - 3.6.1. Simply Invoices (facturas)

- 3.6.2. FlowGram (presentaciones power point)
- 3.6.3. Dropbox (Almacenamiento de ficheros)
- 3.6.4. Evernote (notas)

Unidad 4. **Gestión y seguimiento de la información**

- 4.1 Introducción: herramientas de curación de contenidos
- 4.2 Herramientas para buscar información
 - 4.2.1. Los directorios de búsqueda
 - 4.2.2. Los motores de búsqueda
 - 4.2.3. Buscar en google
- 4.3 Canales RSS
 - 4.3.1. Lector de canales RSS
 - 4.3.2. Agregadores sociales
- 4.4. Google alerts y Google readers
- 4.5. Marcadores y enlaces: Delicious
- 4.6. Agregadores de noticias:
 - 4.6.1. Meneame
 - 4.6.2. Digg
 - 4.6.3. Technorati

Unidad 5. **Medios Sociales**

- 5.1. Principales redes sociales
 - 5.1.1. Facebook
 - 5.1.2. Google +
- 5.2. Principales redes profesionales
 - 5.2.1. Xing
 - 5.2.2. LinkedIn
- 5.3. Comunidades virtuales en la empresa
 - 5.3.1. Ning
 - 5.3.2. Elgg (comunidad virtual educativa)

Unidad 6. **Gestión, colaboración y difusión de proyectos**

- 6.1. Introducción: entornos web 2.0. para la gestión de proyectos
- 6.2. Basecamp
- 6.3. Backpack
- 6.4. Shareflow
- 6.5. Teambox

Unidad 7. **Herramientas que nos proporciona Google**

- 7.1. Introducción: herramientas y servicios que nos proporciona Google
- 7.2. Google sites (sitio web personal)
- 7.3. Google +
- 7.4. Google Docs (Apartado 3.1)
- 7.5. Google calendar
- 7.6. Google Alerts
- 7.7. Google gmail (Apartado 2.1.)
- 7.8. Google Talk (Apartado 2.7.)

Unidad 8. **Herramientas para entornos móviles**

- 8.1. Introducción: El uso de aplicaciones en entornos móviles
- 8.2. Aplicaciones para Andorid
- 8.3. Aplicaciones para IOS (Iphone y Ipad)
- 8.4. Redes sociales de geolocalización

MODULO II. COMPETENCIAS Y HABILIDADES PARA LA EFECTIVIDAD EN EL TRABAJO

Tema 1. Inteligencia emocional

1. Introducción
2. Inteligencia
3. Las emociones
4. Aspectos fisiológicos de las emociones
5. Inteligencia emocional: las emociones
6. Características de la mente emocional
7. La inteligencia emocional en la empresa
 - 7.1. La inteligencia emocional en la empresa
 - 7.2. La aplicación práctica: casos empresariales
8. La inteligencia emocional según la Teoría de Daniel Goleman
9. Cómo mejorar la inteligencia emocional
 - 9.1. Mejorar la inteligencia emocional
 - 9.2. Afrontar las críticas
 - 9.3. Expresión de molestias y disgustos
 - 9.4. Expresión facial
 - 9.5. Expresión de agrado y afecto
 - 9.6. Hacer y recibir cumplidos
 - 9.7. Comportamiento de la mirada
 - 9.8. Las sonrisas
10. Los sentimientos en la comunicación
Taller de trabajo: La ventana de Johari. Auto-cuestionario: ¿Cómo te comunicas?
11. Las etapas del desarrollo emocional
 - 11.1. La teoría del desarrollo cognitivo (en los niños)
 - 11.2. La teoría del desarrollo moral

Tema 2. Comunicación interpersonal y en grupos de trabajo

1. La Comunicación Interpersonal
 - 1.1. La introducción. La Comunicación
 - 1.2. La comunicación interpersonal: nociones generales
 - 1.3. Obstáculos de la recepción
 - 1.3.1. Descoordinación de posiciones psicológicas
Tarea. Taller de Trabajo. Ecograma. ¿Quiere usted conocer cuáles pueden ser sus principales problemas en la comunicación? ¿Cuál es su conducta o posición predominante según el Análisis Transaccional?
Cuestionario de Autoevaluación. Interpretación de Resultados
 - 1.3.2. Tendencia a enjuiciar
 - 1.3.3. Defensividad. Categorías de comunicación defensiva y de apoyo
 - 1.3.4. Implicaciones personales
 - 1.3.5. Suposiciones
 - 1.4. Emisión-Recepción: Retroinformación o feed-back
Tarea. Taller de Trabajo ¿Cómo te comunicas?. La ventana de Johari
Cuestionario de autoevaluación. Interpretación de Resultados
 - 1.5. Conclusiones
 - 1.6. Tareas. Taller Final: Formas típicas de interacción con las personas
Cuestionario de autoevaluación FIRO. Interpretación de Resultados
2. Relaciones interpersonales en grupos de trabajo

- 2.1. A qué hay que prestar atención en los Grupos
 - 2.1.1. Participación
 - 2.1.2. Influencia
 - 2.1.3. Estilos de influencia
 - 2.1.4. Proceso de la toma de decisiones
 - 2.1.5. Funciones de tarea
 - 2.1.6. Funciones de mantenimiento
 - 2.1.7. Atmósfera del grupo
 - 2.1.8. Miembros
 - 2.1.9. Sentimientos
 - 2.1.10. Normas
- 2.2. Comportamientos verbales
 - 2.2.1 Comportamiento o actitudes verbales de los miembros del grupo
 - 2.2.2. El Grupo y los disidentes
- 2.3. Tarea. Taller de trabajo. La Importancia de los equipos de gestión: ocho roles de comportamientos. Roles en los equipos de trabajo: ¿Quiere usted conocer cómo es su comportamiento en un equipo de trabajo?
Anexo. Lectura "Nadie es perfecto"
Cuestionario de autoevaluación. Interpretación de Resultados
- 2.4. Esquema conceptual para describir el comportamiento del grupo de trabajo
 - 2.4.1. Los elementos que componen el comportamiento del grupo
 - 2.4.2. Factores del entorno que determinan el comportamiento requerido y el comportamiento dado
 - 2.4.3. Comportamiento emergente
- 2.5. Tarea. Taller Final: Diferencias de opinión /criterio con el grupo
Ejercicio /tarea: "la situación"

Tema 3. Motivación

- 1. La Importancia de la motivación
 - 1.1. El comportamiento humano
 - 1.2. El proceso de la motivación
- 2. Modelos motivacionales
 - 2.1. Basados en la satisfacción de necesidades
 - 2.2. Basados en la generación de expectativas
- 3. Técnicas de Motivación
 - 3.1. Personalización de las técnicas
 - 3.2. El enriquecimiento de los puestos de trabajo
 - 3.3. Las recompensas económicas
 - 3.4. Las recompensas informales
 - 3.5. Las recompensas formales
 - 3.6. Taller de trabajo: motivaciones en el trabajo
- 4. El poder de la Automotivación
 - 4.1. Influencia de nuestras expectativas y las de los demás sobre nosotros mismos
 - 4.2. Desarrollo de cualidades que nos permitan sentir automotivación
 - 4.3. Obstáculos

Tema 4. Creatividad

- I. La creatividad en la empresa
 - 1. Introducción
 - 1.1. Una gran idea.
 - 1.2. Objetivo de la creatividad.
- II. La creatividad como actitud
 - 1. La actitud positiva
 - 1.1. Introducción
 - 2. Desafíos y metas

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Metodología de trabajo.
3. Fuentes de ideas
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. La observación y la perseverancia.
 - 3.3. Fijar límites de tiempo y cuotas de creatividad.
 - 3.4. Cambios en nuestras construmbres.
 - 3.5. La lectura.
 - 3.6. Tomar notas.
 - 3.7. La caja de herramientas.
 - 3.8. Nuestro héroe.
 - 3.9. Desarrollar la mente.

III. Técnicas de creatividad

1. Brainstorming o "Tormenta de ideas"
 - 1.1. Procedimiento
 - 1.2. Ejercicio de simulación.
2. Brainwriting
 - 2.1. Procedimiento.
 - 2.2. Ejercicio de simulación.
3. SCAMPERI
 - 3.1. Definición
 - 3.2. Procedimiento
 - 3.3. Ejercicio de simulación.
4. Listado de atributos
 - 4.1. Definición
 - 4.2. Procedimiento.
 - 4.3. Ejercicio de simulación.
5. Análisis morfológico
 - 5.1. Definición.
 - 5.2. Procedimiento.
 - 5.3. Ejercicio de simulación.
6. Fraccionamiento
 - 6.1. Procedimiento
 - 6.2. Ejercicio de simulación.
7. Estímulo al azar
 - 7.1. Definición.
 - 7.2. Procedimiento.
 - 7.3. Ejercicio de simulación.
8. Las analogías
 - 8.1. Definición
 - 8.2. Procedimiento
 - 8.3. Ejercicio de simulación.
9. Los collages creativos
 - 9.1. Definición
 - 9.2. Procedimiento
 - 9.3. Ejercicio de simulación.
10. La fantasía
 - 10.1. Definición
 - 10.2. Procedimiento.
 - 10.3. Ejercicio de simulación.

Tema 5. Resolución de conflictos y trabajo en equipo

1. Resolución de conflictos
 - 1.1 Introducción y objetivo
 - 1.2 Noción de conflicto

- 1.2.1 ¿Qué es un conflicto?
- 1.2.2 Conflicto constructivo y destructivo
- 1.2.3 Diferencia entre problema y conflicto
- 1.2.4 Naturaleza del conflicto
- 1.3 Comprensión de los conflictos: origen
- 1.4 Causas de los conflictos
- 1.5 Consecuencias de los conflictos
- 1.6 Niveles de los conflictos
- 1.7 Tipos o expresiones de los conflictos
- 1.8 Fases o etapas de los conflictos
- 1.9 Elementos de los conflictos
- 1.10 Resolución de los conflictos
 - 1.10.1 Introducción
 - 1.10.2 Consejos para resolver conflictos
 - 1.10.3 Actitudes o estilos de afrontamiento del conflicto
 - 1.10.4 Formas de afrontar los conflictos
 - 1.10.5 Claves que tienen que estar presentes para solucionar conflictos
 - 1.10.6 Proceso de resolución de conflicto: ¿cómo se resuelve?
 - 1.10.7 ¿Por qué a veces fracasamos en la resolución de conflictos?
 - 1.10.8 Procedimientos y estrategias de modificaciones de conducta

2. Trabajo en equipo

- 2.1 Los equipos y las nuevas necesidades organizativas
 - 2.1.1 Introducción
 - 2.1.2 Las ventajas y desventajas del trabajo en equipo
- 2.2 Mitos y realidades de los equipos de trabajo
- 2.3 Estructura de los equipos: ¿grupo o equipo?
 - 2.3.1 Introducción
 - 2.3.2 Consejos para resolver conflictos
 - 2.3.3 Actitudes o estilos de afrontamiento del conflicto
 - 2.3.4 Formas de afrontar los conflictos

Tema 6. Gestión y control de las preocupaciones

1. Concepto de estrés
2. Factores facilitadores de estrés
 - 2.1. ¿Cuándo una situación es estresante?
 - 2.2. Factores estresantes y adaptación
 - 2.2.1. Sucesos vitales
 - 2.2.2. Sucesos cotidianos
3. La respuesta de estrés
4. El estrés como fenómeno relacional entre persona y entorno de atención individual
 - 4.0. Introducción
 - 4.1. Procesos cognitivos de valoración
 - 4.2. Procesos de afrontamiento
 - 4.3. El estrés laboral
 - 4.4. Factores moduladores (amortiguadores) del estrés
 5. Atención individual preventiva al estrés: relajación
 6. Otra técnica: la respiración

MODULO III. MARCA PERSONAL Y DESARROLLO PROFESIONAL

Tema 1. Marca Personal - Personal Branding

Unidad 1. Contexto de la Marca Personal: ¿Por qué es necesario crear una Marca Personal?

1. La marca personal
 - 1.0. Introducción
 2. La influencia de la web 2.0. en la Marca Personal
 - 2.1. La influencia de la Web 2.0. en la Marca Personal
 - 2.2. La evolución de la web: La Web 2.0.
 - 2.2.1. La web 1.0: El inicio
 - 2.2.2. La web 2.0: un cambio de actitud
 - 2.2.3. Las web 2.0 y las redes sociales o social media
 - 2.2.4. La web 3.0
 - 2.2.5. Tipos de Redes sociales
 - 2.3. El impacto de La Web 2.0. en la sociedad
 - 2.3.1. Cambios generados en la sociedad en su conjunto
 - 2.3.1.1 Participan personas y empresas
 - 2.3.1.2. Aumento de la participación de la sociedad en su conjunto
 - 2.3.1.3. Fundamento de las redes sociales: teoría de los 6 grados de separación
 - 2.3.2. Cambios generados en las relaciones entre los usuarios en las social media
 - 2.3.2.1. Cambio en el medio de comunicación
 - 2.3.2.2. Cambio en las formas de comunicación
 - 2.3.2.3. Que no ha cambiado
 - 2.3.2.4. Mejora de la conectividad de las personas
 - 2.3.2.5. Incremento de la información y de la influencia
 - 2.3.2.6. Segmentación de las relaciones
 - 2.3.3. Cambios generados en las relaciones con las empresas en las social media
 - 2.3.3.1. Cambio en el medio de relación
 - 2.3.3.2. Cambio en la velocidad de las comunicaciones y relaciones
 - 2.3.3.3. Cambio en el poder de las relaciones
 - 2.3.3.4. Cambios en el marketing de las empresas
 - 2.4. La búsqueda de empleo en la Web 2.0
 3. La Marca personal y otros factores
 - 3.1. El concepto de individualidad y de reputación, en un contexto de necesidad de aflorar la existencia de talento dentro de las organizaciones.

Unidad 2. Personal Branding

1. Qué es la Marca Personal
 - 1.0. Introducción: reflexión previa
 - 1.1. Branding aplicado a la marca personal
 - 1.1.1. El Branding
 - 1.1.2. Marca Personal versus Marca Clásica
 - 1.2. Qué es una Marca Personal
 - 1.3. Crear una Marca Personal
 2. La gestión del Personal Branding
 - 2.1. Modelo de gestión de personal Branding
 - 2.2. Fases o etapas de personal Branding

Tarea-Dinámica 1. Historia/ metáfora: la caña de bambú

Tarea-Dinámica 2. Historia/metáfora: el elefante encadenado

Unidad 3. El Marketing Personal

1. Introducción al Marketing
 - 1.0. Introducción
 - 1.1. ¿Qué es el marketing?
 - 1.1.1. Entender el mercado y las necesidades
 - 1.1.2. Diseño de una estrategia de marketing
 - 1.1.3. Preparación de un Plan de Marketing
 - 1.1.4. Creación de las relaciones con el Cliente
 - 1.1.5. Captar el valor de los clientes
 - 1.2. Algunos conceptos de la estrategia de marketing que no se deben olvidar
 - 1.3. Comportamiento de compra de los consumidores
 - 1.4. Estrategias de producto, servicio y marca: algunos conceptos
 - 1.4.1. Decisiones a tomar sobre mix de productos
 - 1.4.2. Decisiones a tomar sobre la estrategia de marca: crear marcas poderosas
 - 1.5. Comunicación comercial: publicidad, promoción de ventas y relaciones publicas
 - 1.6 El Marketing Digital: estrategias y técnicas
 - 1.6.1. Concepto del marketing 2.0. o marketing digital
 - 1.6.2. Naturaleza del marketing 2.0.
 - 1.6.3. Estrategias y técnicas del marketing 2.0.
 2. El marketing Personal
 3. Plan de marketing personal
 - 3.1. La Planificación
 - 3.2. El Plan de acción comercial versus plan de acción personal

Tarea-ejercicio: Técnicas de marketing aplicadas al Marketing personal
Tarea-Dinámica. Historia/ metáfora: el tesoro enterrado

Tema 2. Aplicación de la Marca Personal al Desarrollo Profesional y a la búsqueda de empleo

Unidad 4. Competencias digitales personales para el desarrollo en la gestión del talento digital

- 1.El nuevo paradigma en la gestión del trabajo y la gestión del talento en la Era Digital
- 2.Las nuevas competencias organizativas en la era de la gestión del talento digital
- 3 Las nuevas competencias digitales para el desarrollo profesional: conocimiento digital, gestión de la información, comunicación digital, trabajo en red, aprendizaje continuo, visión estratégica, liderazgo en red y orientación al cliente

Unidad 5. El autoconocimiento: Conócete a tí mismo

1. El producto: ¿Quién soy yo? y ¿Quién quiero ser?
 - 1.1. Reflexiones iniciales
 - 1.1.1. ¿Quién eres? y ¿quién quieres ser?
 - 1.1.2. Herramientas de auto-análisis: La Rueda de la Vida y la Brújula del futuro
 - 1.2. Mi personalidad y competencias
 - 1.2.1. Mis Rasgos de la personalidad
 - 1.2.2. Mis Competencias
 - 1.3. Mis Conocimientos
 - 1.4 Orientación a Logros

- 1.5 Pregunta a los demás lo que piensan de tí: evaluación 360°
- 1.6. Nuestra propuesta de valor

- 2. La inteligencia emocional como herramienta para la mejora de nuestras competencias
 - 2.1. La Marca emocional y la inteligencia emocional
 - 2.2. La inteligencia emocional y el liderazgo

- 3. Herramientas de análisis o auto-diagnóstico del desarrollo profesional
 - 3.1. Análisis DAFO
 - 3.2. La Evaluación 360°
 - 3.3 Test de autoevaluación de Habilidades directivas.
 - 3.3.1. Cuestionario LASI de estilos de liderazgo
 - 3.3.2. Cuestionario de auto-diagnóstico sobre detección de Roles en el trabajo en equipo
 - 3.3.3. Cuestionario de auto-diagnóstico sobre comunicación: La ventana de Johari

- Tarea- dinámica 1. Historia/ metáfora: ¿ Quién eres?
- Tarea-ejercicio 2: Aplicación personal de la rueda de la vida
- Tarea-ejercicio 3: Aplicación personal de la brújula del futuro
- Tarea-ejercicio 4: Aplicación personal del Perfil de competencias
- Tarea-ejercicio 5: Aplicación personal del Perfil de conocimientos
- Tarea-ejercicio 6: Aplicación personal de Autodiagnóstico Personal
- Tarea-ejercicio 7: Aplicación personal del análisis DAFO
- Tarea-ejercicio 8: Auto-diagnóstico test de LASI
- Tarea-ejercicio 9: Auto-diagnóstico test de desempeño de Roles en trabajo en equipo
- Tarea-ejercicio 10: Auto-diagnóstico de la Ventana de Johari
- Tarea- dinámica 11. Historia/ metáfora: Los Dos lobos

Unidad 6. Análisis externo: el mercado laboral y la intermediación laboral

- 1. Factores externos del contexto socio-laboral
 - 1.1. Introducción: análisis de la oferta y de la demanda de empleo
 - 1.2. Características del mercado laboral: exigencias y requisitos
 - 1.3. Tendencias del mercado laboral

2. Fuentes de información sobre el mercado laboral

3. Mecanismos o instrumentos de la intermediación laboral

- Tarea-Dinámica 1. Historia/ metáfora: el valor de las cosas
- Tarea-ejercicio 2. Lectura: "La intermediación laboral (estudio de los mecanismos de difusión e intermediación laboral)".

Unidad 7. Diagnóstico: Posicionamiento. Mi perfil profesional

- 1. El diagnóstico personal
 - 1.1. Introducción: el balance profesional
 - 1.2. El posicionamiento de nuestra marca personal

2. Análisis del perfil profesional

- 2.1. Características personales
- 2.2. Formación
- 2.3. Experiencia profesional
- 2.4. Habilidades y actitudes

3. Itinerarios formativos y profesionales

- Tarea-Dinámica 1. Historia/metáfora: el jardinero
- Tarea-Dinámica 2. Historia/ metáfora: el leñador

Unidad 8. El Plan de acción

1. El plan de acción
2. El despliegue de objetivos y la planificación
 - 2.1 Diseño de los objetivos generales o de primer nivel
 - 2.2 Planificación estratégica de segundo nivel: planificación de acciones
 - 2.3 Valoración y selección de acciones

Tarea-Dinámica 1. Historia/metáfora: El vuelo del halcón

Tarea-ejercicio 2-3-4: Diferentes tareas en el empleo de las herramientas: "Diagrama de afinidad" "Diagrama de Ishikawa o de relación causa efecto" y "Matrices de relaciones" en el despliegue de objetivos y la planificación de acciones".

Unidad 9. La creación de Marca Personal 2.0. La identidad digital y reputación 2.0

1. Identidad digital, PLE y Marca Personal
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. La Identidad Digital
 - 1.2.1. Qué es la Identidad Digital
 - 1.2.2. Qué tiene que ver la Identidad digital con la construcción del PLE
 - 1.3. Concepto de Entorno Personal de Aprendizaje como ecosistema digital

2. Construcción de mi PLE en torno a mi marca
 - 2.1 Pasos Básicos
 - 2.2. Lifestreaming
 - 2.3. Ejemplos de PLE

3. Reputación y Marca Personal
 - 3.1. Creación de la Marca Personal Digital
 - 3.2. La reputación online

Tarea-ejercicio 1. Construye tu PLE

Tarea-dinámica 2. Historia: cuento para entender la reputación

Unidad 10. La visibilidad y comunicación de la marca. Networking

1. La visibilidad de marca
2. La comunicación
 - 2.1. La construcción del mensaje. El elevator pitch
 - 2.2. El Storytelling: la creación de nuestra historia
 - 2.2.1. Qué es el Storytelling
 - 2.2.2. Cómo hacer Storytelling
 - 2.3. La elección de los canales de comunicación de la marca
 - 2.4. La Venta personal
3. Las Relaciones Públicas
 - 3.1. El papel de la relaciones públicas
 - 3.2. Planteamientos pasivos y proactivos
 - 3.3. La nota de prensa personal
 - 3.4. El dossier de prensa personal como herramienta de productividad
 - 3.5. El arte del correo electrónico
 - 3.6. Las nuevas reglas del compromiso
 - 3.7. Mantener buenas relaciones con los bloggers
4. El Networking
 - 4.1. Networking y la teoría de redes

- 4.1.1. Fundamento de las redes sociales: teoría de los 6 grados de separación
- 4.1.2. Regla de los tres Grados de influencia
- 4.2. Networking online
- 4.3. Networking presencial
- 4.4. Plan de Networking

Tarea-Dinámica 1. Historia/metáfora: "Construyendo una catedral"

Tarea-ejercicio 2. Aplicación de un plan de networking personal a tu marca personal.

Unidad 11. [El proceso de selección de personal. Reclutamiento 2.0.](#)

- 1. El proceso de selección de personal
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. Reclutamiento de personal
 - 1.3. Filtrado de CV y preselección
 - 1.4. Pruebas de selección
 - 1.4.1. La entrevista personal
 - 1.4.2. Otras pruebas
- 2. El reclutamiento 2.0.
 - 2.1. Qué es el reclutamiento 2.0.
 - 2.2. Características de las empresas que utilizan estrategias de reclutamiento 2.0.:

Tarea-dinámica 1. Lectura: "El impacto en la búsqueda y selección de personal con talento"

Unidad 12. [Estrategias de búsqueda de empleo](#)

- 1. La elección en las estrategias de búsqueda de empleo
 - 1.1. La búsqueda de empleo
 - 1.2. La elección de las
- 2. Técnicas para propiciar el inicio de un proceso de selección
 - 2.1. La importancia de la diferenciación
 - 2.2. Técnicas
- 3. Elaboración de Curriculum Vitae
 - 3.1. Contenido de un CV
 - 3.2. Diseño de un CV
 - 3.3. Envío del CV
- 4. Preparación de la entrevista de selección
 - 4.1. La planificación
 - 4.2. Las fases de la entrevista
 - 4.3. La última entrevista
- 5. Preparación de las pruebas de selección
 - 5.1. Tipos de pruebas de selección
 - 5.2. Pruebas psicotécnicas
 - 5.2.1. Pruebas de aptitud
 - 5.2.2. Test de personalidad
- 6. Búsqueda de empleo 2.0

Tarea dinámica. Metáfora para motivar la búsqueda de empleo

Unidad 13. [Herramientas 2.0 para crear marca y buscar empleo](#)

Unidad 12. Herramientas 2.0. para crear marca y buscar empleo

1. Hacer blogging
 - 1.1. Blog: Contar su historia a millones de seguidores
 - 1.2. Cómo crear un Blog
 - 1.3. Publicar en su Blog
 - 1.4. Cómo promocionar su blog
 - 1.5. Promocione su marca con los Podcast (audio y video)
2. Creación de perfiles en Redes Sociales
 - 2.1. Empiece con un avatar
 - 2.2. Describa un perfil
 - 2.3. Selección de redes sociales
3. Uso de Redes sociales generalistas
 - 3.1. Recomendaciones generales
 - 3.2. Cómo usar Facebook
 - 3.3. Cómo usar Twitter
 - 3.4. Como nos puede ayudar Twitter a la búsqueda de empleo
4. Uso de Redes sociales profesionales
 - 4.1. Recomendaciones generales
 - 4.2. Uso de LinkedIn
 - 4.2.1 Los perfiles personales
 - 4.2.2. Grupos
 - 4.2.3. Cómo buscar empleo en LinkedIn
 - 4.2.4. Portal de empleo: cómo buscar Ofertas de trabajo en LinkedIn
 - 4.2.5. Seleccionar candidatos para una oferta de empleo en linkedin
5. Los Portales de empleo 2.0.
 - 5.1. Portales de empleo 2.0.
 - 5.2. Otras herramientas 2.0. de búsqueda de empleo
6. Otras herramientas web 2.0 que nos pueden ayudar a buscar empleo
 - 6.1. Herramientas de gestión de CV Virtuales
 - 6.2. Herramientas web 2.0. de autoevaluación

Tarea dinámica 1. Lectura: "¿Cómo están afectando las redes sociales al mercado laboral en España?".

Tarea dinámica 2. Lectura: "Recruiting 2.0. Jobsandtalenet"

Unidad 14. La gestión de la Reputación Online

1. Gestión de la reputación online
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. Vigilancia de la marca
 - 1.3. El efecto Google en la reputación online
 - 1.4. Control de daños en internet
 - 1.4.1. Importancia del SEO (Optimización en motores de búsqueda) en la reputación online.
2. Medición de la reputación online
 - 2.1. Introducción: Medición de la Influencia en las Redes Social
 - 2.1.1. Retorno de la inversión en redes sociales
 - 2.1.2. Medición de Resultados y métricas
 - 2.1.3. Herramientas de medición y seguimiento del Social Media
 - 2.2. Características de las herramientas a utilizar

- 2.3. Herramientas de seguimiento de reputación online
- 2.4. Identificación de contenidos positivos, negativos y neutrales
- 2.5. Metodología de valoración y presentación de resultados

- 3. Gestión de crisis
 - 3.1. Valoración de las informaciones negativas
 - 3.2. Actuaciones a llevar a cabo
 - 3.3. Elaboración de informes

Tarea-ejercicio. Interpretación de gráficos explicativos del Modelo de gestión de la reputación online

Unidad 15. [Ejemplos de casos prácticos: marca personal y estrategias](#)

Unidad 16. [Taller práctico. Plan de acción: construye y planifica tu propia Marca Personal y desarrolla tu propio Personal Marketing Plan](#)

MODULO IV. TRABAJAR EN ENTORNOS DE EXCELENCIA EMPRESARIAL

Tema 1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Unidad 1. [Introducción. Desarrollo sostenible y Responsabilidad social corporativa \(RSC\)](#)

Tema 2. [Responsabilidad Social empresarial \(RSE\) en el contexto general de la empresa](#)

- 2.0. Introducción
 - 2.1. Ventajas de la responsabilidad social empresarial
 - 2.2. Importancia y expectativas de futuro: el valor en la rse
 - 2.3. Carácter estratégico
 - 2.4. Motivaciones en la empresa
 - 2.5. Enfoques y fines

Tema 3. [Los Modelos de Gestión Responsable](#)

- 3.0. La empresa sostenible o socialmente responsable: diseño conceptual del modelo
 - 3.1. Los diferentes modelos, estándares, normas o guías
 - 3.2. El sistema de gestión de la RSC: implantación y gestión
 - 3.2.1. Compromiso de la alta dirección y declaración de la RSC
 - 3.2.2. Planificación estratégica
 - 3.2.3. Diseño conceptual del modelo o sistema
 - 3.2.4. Despliegue e implementación operativa de la estrategia y del sistema de gestión
 - 3.2.5. Control, seguimiento y revisión
 - 3.2.6. Verificación y revisión
 - 3.3. SGE 21: 2008. sistema de la gestión ética y socialmente responsable
 - 3.4 . ISO 26000
 - 3.5. Ejemplos de experiencias empresariales

Tema 4. [Implantación de políticas, actuaciones y buenas prácticas de responsabilidad social empresarial dentro de la empresa](#)

- 4.0. Introducción
 - 4.1. Areas de actuación
 - 4.2. Valores y principios clave de la gestión responsable
 - 4.2.1. Alta dirección y relación con los accionistas
 - 4.2.2. Empleados y trabajadores

- 4.2.3. Proveedores y contratistas
- 4.2.4. Clientes y consumidores
- 4.2.5. Competencia y mercado
- 4.2.6. Relación con las administraciones
- 4.2.7. Entorno social cercano (vecindario)
- 4.2.8. Medioambiente
- 4.2.9. Entorno social amplio y ONG's
- 4.2.10. Medios de comunicación social
- 4.3. Recursos e instrumentos operacionales y de mantenimiento
- 4.4. Políticas de la RSE y líneas de acción
 - 4.4.1. Responsabilidad interna o consustancial
 - 4.4.2. Responsabilidad externa contractual
 - 4.4.3. Responsabilidad externa contextual

Tema 2. Gestión de la Calidad Total (TQM)

Unidad 1. Gestión de la Calidad Total TQM

1. Introducción a la gestión de la calidad
2. ¿Qué es TQM?
 - 2.1. ¿Qué aporta al cambio el TQM?
 - 2.2. Visión tradicional vs. Visión nueva empresa
 - 2.3. Elementos de los 3 factores básicos del TQM
 - 2.3.1. Ejercicio interactivo
 - 2.4. Fases en el establecimiento del TQM
 - 2.5. Reflexiones de recapitulación: La necesidad del cambio
3. Estrategia
 - 3.1. Filosofía corporativa
 - 3.2. Policy Management
 - 3.3. Congruencia de objetivos
 - 3.4. Problemas en el Plan Empresarial
 - 3.5. Mejora continua (Kaizen)
 - 3.6. Ciclo P.D.C.A
 - 3.7. Benchmarking (Comparación con líderes)
 - 3.8. Reflexiones de recapitulación: Pensamiento estratégico
4. Cultura y principios
 - 4.1. Orientación al cliente
 - 4.2. Significado del proceso
 - 4.3. Trabajo en equipo
 - 4.4. Reflexiones de recapitulación: Elemento cultural
5. Técnicas
 - 5.1. 7 herramientas gerenciales (7 M's)
 - 5.2. Despliegue en la función calidad
 - 5.3. 7 herramientas básicas
 - 5.4. Control estadístico del proceso
 - 5.5. Diseño de experimentos (DOE)
 - 5.6. Función perdida
 - 5.7. Ingeniería Concurrente
6. Implantación TQM en la empresa
 - 6.1. Integrando las nuevas realidades
 - 6.2. Ejercicio interactivo

Tema 3. Medioambiente: la gestión medioambiental en las empresas

Unidad 1. Normativa y gestión medioambiental: diagnóstico práctico de cumplimiento de la normativa en la empresa.

- 1.1. Concepto de gestión medioambiental
 - 1.1.1. ¿qué es la gestión medioambiental?
 - 1.1.2. Conclusiones
- 1.2. ¿qué es la normativa que nos afecta y cómo cumplirla?
 - 1.2.1. Introducción
 - 1.2.2. ¿qué es un residuo y qué debo hacer con él?
 - 1.2.3. ¿cómo podemos saber si los residuos que genera mi empresa son peligrosos o no?
 - 1.2.4. Los residuos asimilables a urbanos que se generan en una actividad ¿se pueden depositar sin más en el contenedor municipal?
 - 1.2.5. ¿qué son los planes de minimización de residuos peligrosos? ¿están obligados a presentarlos todas las empresas?
 - 1.2.6. ¿cuáles son las condiciones en las que debo almacenar los residuos que se generen en la empresa?
 - 1.2.7. ¿una vez generado el residuo, a quién debo entregarlo?
 - 1.2.8. ¿puede la empresa, en algún caso, trasladar los residuos libremente?
 - 1.2.9. ¿quién tiene la responsabilidad sobre el residuo una vez que ha sido retirado de la empresa?
 - 1.2.10. ¿cuáles son las obligaciones que la normativa de residuos peligrosos establece para los poseedores de los mismos?
 - 1.2.11. ¿en qué consisten los sistemas de depósito, devolución y retorno (ddr) de envases y en qué medida afecta a las empresas?
 - 1.2.12. ¿cuáles son y cómo funcionan los sistemas integrados de gestión de residuos de envases y envases usados?
 - 1.2.13. ¿cómo funciona el punto verde?
 - 1.2.14. ¿qué empresas necesitan solicitar u obtener un permiso de vertido?
 - 1.2.15. ¿cómo podemos saber si una empresa está sometida a la normativa sobre contaminación atmosférica?
- 1.3. Diagnóstico práctico de cumplimiento de la normativa en la empresa
 - 1.3.1. Introducción
 - 1.3.2. Licencias y autorizaciones administrativas
 - 1.3.3. Residuos peligrosos y registro de productores
 - 1.3.4. Residuos asimilables a urbanos
 - 1.3.5. Residuos industriales inertes
 - 1.3.6. Aceites usados
 - 1.3.7. Envases y embalajes
 - 1.3.8. Emisiones atmosféricas
 - 1.3.9. Vertidos
 - 1.3.10. Ruido ambiental
 - 1.3.11. Almacenamiento de productos químicos y/o combustibles
 - 1.3.12. Pasos que debe seguir su empresa

Unidad 2. Gestión eficaz de residuos y recursos: Medidas y herramientas de gestión y buenas prácticas

- 2.1. conocer el mapa de consumos y residuos de la empresa
 - 2.1.1. mapa de consumos y residuos de la empresa
 - 2.1.2. elaboración de la representación gráfica o "mapa de residuos y consumos"
 - 2.1.3. medición o cuantificación de los residuos y consumos
 - 2.1.4. cómo elaborar el plan de minimización
- 2.2. medidas y herramientas de gestión

- 2.3. recomendaciones y buenas prácticas para reducir consumos y residuos
- 2.3.1. gestión general de residuos
- 2.3.2. pedidos y recepción de materiales y productos
- 2.3.3. almacenamiento y manipulación de materiales y productos
- 2.3.4. gestión de procesos
- 2.3.5. suministro y distribución de productos

Unidad 3. Normativa de gestión medioambiental

- 3.1. Conocimiento general de las distintas normas de gestión medioambiental
- 3.1.1. ¿qué es un sistema de gestión medioambiental (sgma)?
- 3.1.2. ¿qué es la norma ISO 14001?
- 3.1.3. ¿cómo se certifica ISO 14001?
- 3.1.4. ¿qué es el reglamento emas?
- 3.1.4. ¿cómo se verifica la implantación del sistema emas?
- 3.2. Pautas generales para la implantación de la norma ISO 14001
- 3.2.1. ¿cuáles son los objetivos de un sgma según ISO 14001?
- 3.2.2. Política, objetivos, metas y programa medioambiental
- 3.2.3. Identificación y evaluación de aspectos medioambientales
- 3.2.4. Requisitos legales y otros requisitos
- 3.2.5. Estructura y responsabilidades
- 3.2.6. Formación y sensibilización
- 3.2.7. Comunicación
- 3.2.8. Documentación del sistema y su control
- 3.2.9. Control operacional
- 3.2.10. Planes de emergencia
- 3.2.11. Seguimiento y medición
- 3.2.12. No conformidad, acción correctiva y preventiva
- 3.2.13. Registros
- 3.2.14. Auditorías medioambientales
- 3.2.15. Revisión del sistema por la dirección

Tema 4. Prevención de Riesgos laborales en la empresa

Unidad 1: Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo.

- 1: El trabajo y la Salud: los riesgos profesionales. Factores de riesgo
- 1.1. Introducción.
- 1.2. El trabajo y la salud.
- 2: Daños derivados de trabajo. Los Accidentes de Trabajo y las Enfermedades profesionales. Otras patologías derivadas del trabajo.
- 2.1. Los riesgos laborales
- 2.2. Consecuencias de los riesgos
- 3: Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales. Derechos y deberes básicos en esta materia.
- 3.1. Introducción
- 3.2. Derechos y deberes básicos
- 3.3. Las directivas comunitarias
- 3.4. La legislación básica aplicable.
- 3.5. Resumen

Unidad 2: Riesgos generales y su prevención.

- 1: Riesgos ligados a las condiciones de Seguridad
- 1.1. Introducción

- 1.2. El lugar y la superficie de trabajo
- 1.3. Las herramientas
- 1.4. Las máquinas
- 1.5. La electricidad
- 1.6. Los incendios
- 1.7. Almacenamiento, manipulación y transporte
- 1.8. La señalización
- 1.9. Trabajos de mantenimiento
- 1.10. Resumen
- 2: Riesgos ligados al medio-ambiente de trabajo.
 - 2.1. Introducción
 - 2.2. La exposición laboral a agentes químicos
 - 2.3. La exposición laboral a agentes físicos
 - 2.4. La exposición laboral a agentes biológicos
 - 2.5. La evaluación del riesgo
 - 2.6. El control del riesgo
 - 2.7. Resumen
- 3: La carga de trabajo, la fatiga y la insatisfacción laboral.
 - 3.1. Introducción
 - 3.2. La carga de trabajo
 - 3.3. La carga física
 - 3.4. La carga mental
 - 3.5. La fatiga
 - 3.6. La insatisfacción laboral
 - 3.7. Resumen
- 4: Sistemas elementales de control de riesgos. Protección colectiva e individual
 - 4.1. Introducción
 - 4.2. La protección de la seguridad y salud de los trabajadores en el trabajo
 - 4.3. La protección colectiva
 - 4.4. La protección individual
 - 4.5. Clasificación de los equipos de protección individual. Formas de protección
 - 4.6. Resumen
- 5: Nociones básicas de actuación en emergencias y evaluación
 - 5.1. Introducción
 - 5.2. Situación de emergencia
 - 5.3. Tipos de accidentes graves
 - 5.4. Clasificación de las situaciones de emergencia
 - 5.5. Organización de emergencias
 - 5.6. Actuaciones en un plan de emergencias inferior
 - 5.7. Información de apoyo para la actuación de emergencia
 - 5.8. Simulacros
 - 5.9. Resumen.
- 6: Primeros auxilios
 - 6.1. Introducción
 - 6.2. Los primeros auxilios
 - 6.3. La carga física
 - 6.4. Activación del sistema de emergencia
 - 6.5. Los eslabones en la cadena de socorro
 - 6.6. Socorrismo laboral
 - 6.7. Resumen
- 7: El control de la salud de los trabajadores.
 - 7.1. Introducción
 - 7.2. La vigilancia de la salud
 - 7.3. La vigilancia de la salud de los trabajadores en el marco de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
 - 7.4. Objetivos de la vigilancia de la salud

- 7.5. Las técnicas de la vigilancia de la salud
- 7.6. Integración de los programas de vigilancia de la salud en el programa de prevención de riesgos laborales
- 7.7. Resumen

Unidad 3: **Elementos básicos de gestión de la prevención de riesgos.**

- 1: Organización del trabajo preventivo: "rutinas" básicas.
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. La gestión de la prevención de los riesgos laborales
 - 1.3. El sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales
 - 1.4. Modalidades de recursos humanos y materiales para el desarrollo de actividades preventivas
 - 1.5. Resumen
- 2: Organismo públicos relacionados con la Seguridad y Salud en el Trabajo
 - 2.1. Introducción
 - 2.2. Instituciones y organismos internacionales
 - 2.3. Organismos nacionales
 - 2.4. Organismos de carácter autonómico
 - 2.5. Resumen

MODULO VI. PRACTICAS EN EMPRESAS

1. Realización de 200 horas de prácticas en empresa

2. Trabajo fin de Curso. Aplicación práctica del módulo I en el contexto de las prácticas en la empresa.

PROFESORADO

En este Curso Universitario de especialización ponemos a disposición tutores cualificados, con titulaciones universitarias de grado superior con una amplia formación acreditada en el mundo de la gestión digital de los recursos humanos, el marketing y la gestión empresarial y con una sólida y amplia experiencia en :

- la gestión, organización y excelencia empresarial
- la dinamización de equipos y participantes
- la gestión de personas
- la dinamización de equipos de trabajo
- la consultoría y formación
- procesos de comunicación y gestión de contenidos 2.0
- la gestión de redes sociales y herramientas 2.0
- la aplicación de técnicas y herramientas utilizadas en el área de conocimiento.

METODOLOGÍA

Este curso se imparte en la modalidad a distancia bajo **metodología de aprendizaje E-Learning**.

El Modelo de formación a distancia está basado en una combinación de una acción tutorial constante por parte del equipo docente y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

La **acción tutorial** se desarrollará completamente a través del Aula Virtual de la Plataforma de aulaformacion.

El aula virtual también será el depositario de cuantas entregas se realicen de los contenidos teórico-prácticos del curso y de otra documentación complementaria (legislación, artículos,...) y de otros recursos informativos y de asesoramiento. Por ello, es necesario conectarse al Aula Virtual y realizar el seguimiento para el buen aprovechamiento del curso.

La formación a distancia se basa en un modelo de formación que no requiere la presencia física del alumno en una clase o centro de formación tradicional, lo que permite compatibilizar el aprendizaje con otras actividades, lo que le caracteriza por una gran flexibilidad en el desarrollo del curso. El alumno es quien establece sus horarios, el ritmo y el lugar de realización del curso, aunque dentro del Plan de Trabajo establecido. Por otro lado, se trata de un tipo de aprendizaje con un alto componente de autonomía que requiere la autoexigencia por parte del alumno y una buena planificación.

El autoaprendizaje es necesario a través del estudio y el trabajo individual.

MATERIAL DIDÁCTICO

Para ayudar al alumno, además de la acción tutorial, se pone a su disposición un material didáctico con una alta calidad formativa. Este material didáctico, se pone a disposición del alumno a través del aula virtual donde además del contenido teórico práctico en formato multimedia e interactivo se encontrará con otro material complementario, foros de discusión, talleres y tareas, módulos resumen y de ejercicios en formato multimedia e interactivo, y los test de evaluación.

La **matrícula incluye**: acceso al Aula Virtual de la Plataforma y entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización (y su envío por correo postal).

EVALUACIÓN

Para la obtención del Certificado del curso será necesario superar las tareas propuestas satisfactoriamente y los test de las unidades didácticas respondiendo correctamente a un mínimo del 70% de las preguntas formuladas en cada test. Posibilidad de recuperación de las evaluaciones suspensas.

Cursos relacionados

Otros Cursos que pueden ser de tu interés en el área de la gestión empresarial:

- Experto en Sistemas de Gestión de la Seguridad alimentaria
- Experto en Gestión de la Calidad y Excelencia empresarial
- Experto en Gestión de Sistemas integrados: Calidad, Medioambiente y Prevención
- Experto en Gestión medioambiental
- Técnico Superior en Metodologías de la Calidad Total TQM
- Técnico Superior en Gestión económico administrativa
- Experto en Community Manager y Social Media
- Técnico superior en Gestión Económico administrativa
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001
- Técnico en Sistemas de Gestión Medioambiental ISO 14001
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Salud y Seguridad Laboral
- Técnicas para mandos intermedios: mejora de procesos y solución de problemas
- Técnico en metodologías de la Calidad para mandos intermedios
- Técnico en metodologías avanzadas de la Calidad para ingenieros
- Técnico en Gestión de la Seguridad de la información y de la Protección de datos
- Técnico en Empresa Digital: adaptación de la pyme al Entorno 2.0 y a nuevos Modelos de Negocio Digital
- Técnico en Community Manager
- Técnico en Gestión de Contenidos y Comunicación Digital
- Técnico en Gestión comercial de ventas
- Técnico en Dirección y gestión de Recursos humanos
- Técnico en Formación 2.0
- Técnico en E-Recruitment: Reclutamiento y selección de Talento Digital
- Competencias y habilidades personales para la efectividad en el trabajo
- Técnico en Negociación comercial e internacional
- Técnico en Gestión contable y análisis económico
- Técnico en Facturación y Gestión de Riesgos
- Técnico en Ofimática



Luis Tapia Aneas. Director de Aulaformacion

«La mente que se ensancha con una nueva idea, nunca vuelve a su dimensión original.» (Alvin Moscow)

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial es una iniciativa promovida por AULAFORMACION como Centro colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC), y empresa especializada en la impartición de formación a distancia a través de metodologías e-learning. Compuesta de un grupo de profesionales en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la formación en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Calidad, la Gestión, y de la Innovación empresarial.

AULAFORMACION (Aula Formación Conocimiento e Innovación S.L.) es la empresa del Grupo PM Consultores especializada en la gestión de la formación y en la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sector del aprendizaje y de la educación.

Grupo PM Consultores www.pmconsultores.com es una firma especializada en la gestión de proyectos de valor añadido en las áreas de la Gestión y Organización empresarial.

AULAFORMACION tiene por misión ser su aliado en la Formación. Disponemos de conocimiento e innovación, que queremos transmitir a nuestros clientes, a través del aprendizaje y de la Formación Empresarial para generar competitividad, mejorar habilidades personales u desarrollar capacidades profesionales.

En AULAFORMACION ofrecemos a cada persona una solución especializada de formación a distancia para su futuro. Contribuimos a que todas las personas ejerzan su derecho a tener la posibilidad de formarse a lo largo de la vida, dentro y fuera del sistema educativo, con el fin de adquirir, actualizar, completar y ampliar sus capacidades, conocimientos, habilidades, aptitudes y competencias para su desarrollo personal y profesional.

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial en la impartición de sus programas y cursos universitarios de especialización persigue la **formación en competencias** y la transformación y la **adaptación al cambio** de los diferentes perfiles profesionales, mediante la incorporación de nuevas tendencias de gestión y organización empresarial, y nuevas metodologías y herramientas.

Todos nuestros cursos están diseñados e impartidos por profesionales que trabajan en el sector de la Calidad, la Organización empresarial, la Consultoría y

la Formación Empresarial y se imparten en la modalidad a distancia bajo metodología de aprendizaje E-Learning, basada en una combinación de una acción tutorial constante y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

En todo momento, el alumno en el seguimiento de la formación impartida contará con soporte y ayuda de personal cualificado, tanto en los aspectos académicos y formativos (tutorización), como de coordinación y gestión administrativa, como en el uso y aprovechamiento de los recursos y del material que se sigue e imparte en la plataforma e-Learning.

Por último la Escuela de Calidad y Formación empresarial como medida para potenciar la inserción e integración de sus alumnos al Mercado laboral complementa en sus programas formativos con la realización de **Prácticas en empresas**, con carácter voluntario. Aulaformación y la UEMC otorgan a todos aquellos que se matriculen en estos cursos con prácticas una beca de reducción de precio (precio becado).

