

1. Capacitación y asesoría para implementar en la empresa Procesos de Mejoramiento Continuo.

Objetivo del Programa:

Introducir y aprender la tecnología de la Calidad Total, implementando el Proceso de Mejoramiento Continuo, con la finalidad de fomentar la cultura de la innovación tendiente a incrementar la competitividad de la empresa.

VER MAS (PDF)

2. Capacitación para Emprendedores:

Para emprender un negocio o para mejorar tu negocio actual.

Objetivo General

“Que los participantes al curso conozcan lo que se requiere saber y hacer para iniciar o fortalecer un negocio en México, para reducir al máximo los riesgos de fracaso”

Objetivos específicos

- Entender **las características de una empresa exitosa** y lo que se requiere para lograrlo.
- Conocer las características que constituyen de manera ideal el **perfil de un empresario.**
- Dominar las bases conceptuales de la **mercadotecnia** como condición para lograr el éxito empresarial.
- Aprender a crear el **modelo de negocio.**
- Conocer el contenido y la razón de ser de un **Plan de Negocios.**
- Conocer al detalle los **aspectos legales** que hay que tener en cuenta para emprender un negocio.

3. Curso básico de mercadotecnia y técnicas de ventas.

Objetivo

Conocer y dominar los fundamentos, estrategias y tácticas de la mercadotecnia y mejorar las tácticas de venta de los vendedores.

- 3.1 Fundamentos de la mercadotecnia
- 3.2 Conceptos básicos de la mercadotecnia.
- 3.3 Administración de de la mercadotecnia
- 3.4 Estrategias y tácticas de mercadotecnia.
- 3.5 El proceso de las ventas y cómo vender más y mejor
- 3.6 El trabajo del vendedor

4. La Esencia de la Mercadotecnia y el Éxito Empresarial

Objetivo

Al final del curso los participantes podrán tomar mejores decisiones en cualquier proceso de comercialización en los que estén involucrados, desde la conceptualización del producto a vender, hasta cierres de venta exitosos, pasando por las etapas y tareas a desarrollar para lograrlo.

I. La Relevancia y la Esencia de la Mercadotecnia

- Las funciones básicas de una empresa
- La Misión de una Empresa
- Los modelos de negocio y la mercadotecnia.

II. Mercadotecnia en Acción

- El Proceso de la Mercadotecnia
- La administración de la mercadotecnia
- Mercadotecnia estratégica
- Las tácticas de la mercadotecnia

5. Smarketing

Objetivo

Lograr la integración óptima (Alineación) entre el equipo de ventas y el de mercadotecnia en función de las metas comunes dentro del modelo de negocio con la finalidad de mejorar los ingresos.

5.1 Lo esencial de la Mercadotecnia.

5.2 El proceso de la mercadotecnia

5.3 La mercadotecnia y las ventas

5.4 Crear relaciones productivas entre ventas y MKT

5.5 Guía para lograr Smarketing (Alineación)

5.6 Embudo de ventas, guía de integración.

6. Finanzas para empresarios.

6.1 Introducción a las finanzas empresariales:

conceptos básicos, objetivos y funciones de las finanzas en una empresa.

6.2 Estados financieros: análisis e interpretación de estados financieros.

6.3 Presupuesto empresarial: elaboración y seguimiento del presupuesto empresarial como herramienta de planificación y control financiero.

6.4 Financiamiento empresarial: opciones de financiamiento, análisis de costos y beneficios, fuentes de financiamiento.

6.5 Evaluación de proyectos de inversión.

6.6 Análisis de riesgos financieros: identificación y evaluación de riesgos financieros, estrategias de mitigación de riesgos.

6.7 Fiscalidad empresarial: conceptos básicos de fiscalidad empresarial, obligaciones fiscales, planificación fiscal.

7. Recursos Humanos “Nuestro Principal Activo es la Gente”

7.1 Reclutamiento y selección de personal: Cómo identificar y atraer talentos que se adapten a la cultura y necesidades de la empresa.

7.2 Capacitación y desarrollo: Cómo diseñar y ejecutar programas de capacitación y desarrollo de los empleados para mejorar su desempeño y retener el talento.

7.3 Evaluación del desempeño: Cómo establecer objetivos claros y medibles para los empleados, y cómo evaluar su desempeño de manera justa y objetiva.

7.4 Administración de compensaciones y beneficios: Cómo diseñar y administrar planes de compensación y beneficios que motiven a los empleados a dar lo mejor de sí.

7.5 Manejo de conflictos y relaciones laborales: Cómo prevenir y manejar conflictos entre empleados, y cómo fomentar relaciones laborales saludables y productivas.

7.6 Gestión del talento: Cómo identificar y desarrollar líderes dentro de la empresa y cómo crear un plan de sucesión para los puestos clave.

8. Gestión Eficaz del Conocimiento

8.1 Introducción a la gestión del conocimiento

- Importancia de la gestión del conocimiento en las empresas
- Evolución de la gestión del conocimiento en el tiempo
- Importancia de la gestión del conocimiento en las empresas

8.2 Estrategias para la gestión del conocimiento

- Identificación y clasificación del conocimiento
- Captura del conocimiento
- Almacenamiento y organización del conocimiento
- Distribución del conocimiento
- Aplicación del conocimiento
- Medición y evaluación del conocimiento

8.3 Herramientas digitales para la gestión del conocimiento

- Sistemas de gestión del conocimiento
- Bases de datos
- Plataformas de colaboración
- Redes sociales empresariales
- Inteligencia artificial y machine learning

8.4 Cultura de la gestión del conocimiento

- Fomento y promoción de la cultura de la gestión del conocimiento en la empresa.
- Liderazgo en la gestión del conocimiento
- Participación y colaboración de los empleados en la gestión del conocimiento.
- Incentivos y recompensas para el fomento de la gestión del conocimiento

8.5 Casos de estudio y ejemplos prácticos

- Ejemplos de éxito en la gestión del conocimiento en empresas reconocidas
- Análisis de casos de fracaso en la gestión del conocimiento
- Ejercicios prácticos para la aplicación de la gestión del conocimiento en situaciones reales

9. Gestión de la Producción y Mejora de Procesos

9.1 La optimización de inventarios.

9.2 La mejora de procesos.

9.3 Planificar.

9.4 Programación de los recursos de la fábrica (mano de obra y número de máquinas).

9.5 Detección de cuellos de botella y desequilibrios.

9.6 Proveeduría de materiales.

9.7 Controlar el desarrollo de la producción.

9.8 Tareas y responsabilidades del jefe de producción y los mandos intermedios.

10. Gestión de proyectos

Objetivo

Crear la capacidad de organización, planificación, coordinación, gestión y dirección de un equipo dedicado.

10.1 Qué es la gestión de proyectos

10.2 Cuáles son las fases de la gestión de proyectos y qué objetivos tienen.

10.3 Las principales metodologías de gestión de proyectos

10.4 Cómo crear un plan de gestión de proyecto