



FUNDESEM

BUSINESS SCHOOL



Fundesem

Especialización en Habilidades de Comunicación Avanzada

Fundesem Business School
Deportista Hermanos Torres, 4
Apdo. Correos 7094
03016 Alicante (España)
Telf. +34 965 266 800
Fax +34 965 165 411
info@fundesem.es
www.fundesem.es

Especialización en Habilidades de Comunicación Avanzada

Programa

Materia	Formador	Duración
Comunicación para el Liderazgo	Juan Carlos Cubeiro	5
Negociación avanzada	Varios	25
Negociación con clientes	Alejandro Hernandez Seijo	10
Negociación con proveedores	Eduardo Rosser	10
Negociación de RRHH	Francisco Candela	5
Marketing personal y networking	Andrés Pérez Ortega	10
Hablar en público ante medios de comunicación	Alejandro Parodi	10
Gestión de las emociones al hablar en público	Carmen Torralvo	10 + 1 sesión individual
La voz como herramienta comunicativa.	Carmen Acosta	5
Comunicación interpersonal e influencia	Jesús Ángel Sánchez	10

Programa desarrollado

COMUNICACIÓN PARA EL LIDERAZGO

Duración: 5 horas

El Liderazgo es el Talento para influir sobre los demás desde la autoridad moral, es la capacidad (y el compromiso) de conseguir que los miembros de un equipo den lo mejor de sí mismos. Liderar significa, en la práctica, marcar la pauta, hacer equipo y motivar (infundir energía). Para todo ello, la comunicación es esencial.

El taller incluirá numerosos ejercicios prácticos, casos y autodiagnóstico de los participantes.

Programa

- Liderazgo inspirador: Cómo conseguir que el equipo comparta la visión de futuro y asuma al reto emocionalmente, generando confianza dentro del propio equipo y compromiso de sus integrantes con el proyecto.
- Liderazgo ilusionante: la ilusión como promesa de valor cuyo cumplimiento genera felicidad, un componente clave para la atracción , fidelización y desarrollo del talento dentro del equipo.
- Liderazgo integrador: la generación de sinergias (que es lo que define a un equipo) en la actividad cotidiana, desde la cooperación.



FORMADOR: **JUAN CARLOS CUBEIRO**

Presidente de Eurotalent. Referente español en Management, está considerado uno de los mayores expertos españoles en Talento, Liderazgo y Coaching

Desde 1987 ha trabajado como consultor en Arthur Andersen, Coopers & Lybrand, Areté y HayGroup, donde fue Director Europeo de Gestión y Desarrollo del Talento. En estos años ha dirigido proyectos de consultoría estratégica para más de 300 compañías.

Ha formado parte de la Dirección Mundial de Recursos Humanos de Honeywell en Minneapolis (1987) y de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (1981-1986) en Santander. Profesor, entre otras instituciones, de la Universidad de Deusto, San Pablo-CEU, ESADE y la Escuela de Negocios Caixanova.

Autor de 25 libros, entre ellos la trilogía de “La sensación de fluidez”, libro de gestión preferido por los directivos de nuestro país, y la pentalogía del deporte, iniciada con: “Liderazgo, empresa y deporte”, Premio ensayo de la Fundación Everis.

NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Duración: 10 horas

El objetivo es la comprensión que toda negociación tienen una estructura y que hay un número de comportamientos eficaces y concretos que mejoran los resultados. Los participantes se introducen de forma activa en simulaciones para que aprendan por su propia experiencia, y viendo a los otros participantes en los ejercicios propuestos.

Programa

- La Preparación en Cinco pasos
- ¿Quién propone primero?
- La Estrategia, ¿Cómo avanza una negociación?
- ¿Cómo hacer concesiones? ¿Cómo preparar la Lista de Deseos? ¿Cómo responder a las propuestas del otro?
- ¿Cómo se hace el intercambio?
- La palabra que más utiliza el negociador de éxito.
- ¿Cómo Proteger mi Precio?
- Las Señales.
- ¡Negociar no es hacer descuentos!
- ¿Para quién trabajaría usted como un pésimo negociador?
- EL Acuerdo y el Cierre. ¿Cómo controlar la agresión y la confrontación?
- Las tácticas de negociación más eficaces.
- El Intercambio, la Pausa.
- Test de Negociación.



FORMADOR: **ALEJANDOR HERNANDEZ-SEIJO**

Licenciado en Derecho por la Universidad de Alicante y Mediador de Seguros Titulado por la Dirección General de Seguros. Profesor Asociado del INSTITUTO de EMPRESA en Madrid y Profesor Asociado de FUNDESEM en Alicante. Miembro del Comité Asesor del Master de Diseño Industrial de la UNIVERSIDAD de NEBRIJA de Madrid.

Copropietario y fundador de la empresa de distribución de calzado HERNANDEZ SEIJO. Propietario y fundador de TRAINING PROVIDERS, empresa de servicios de formación.

Ha trabajado como directivo en TEXACO petrolífera, en Madrid y en la consultora suiza de formación KRAUTHAMMER International en Madrid. Actualmente es el Director Comercial & Distribución de España y Portugal de la empresa danesa BANG & OLUFSEN, en Madrid.

NEGOCIACION CON PROVEEDORES

Duración: 10 horas

¿Cuando compramos conseguimos las mejores condiciones? ¿Se guardan nuestros proveedores concesiones que a otros clientes sí que proponen? Es habitual que después de una negociación con un proveedor, aún habiendo conseguido una oferta interesante, nos quedemos con la sensación de... ¿Podría haber rascado algo más? Parece indudable que una de las exigencias de cualquier empresa hoy es la de optimizar la gestión de compras. Nuestros proveedores se están formando constantemente para tratar de ... vendernos más y mejor. Mejor para sus intereses, claro. En la relación entre vendedor y cliente ambos suelen manejar una banda de negociación con concesiones que no siempre son necesarias sacar a la luz. En este seminario trataremos de desarrollar herramientas para poder ayudar a nuestros proveedores a demostrarnos si pueden ser más flexibles y operativos con nuestras demandas.

Programa

- Simplificando lo complejo: Teoría de la “sombra” en la negociación.
- El factor necesidad como desencadenante de ¿pésimos? Acuerdos.
- Formular preguntas y establecer contextos para averiguar la situación real ajena.
- ¿Negociar más duro o con más inteligencia? Encontrando la dependencia dual.
- Focaliza, la llave de la persuasión: responsabilidad, elección y gestión del poder.
- Ellos también tienen sus protocolos: los pilares... deseo de ganar y miedo a perder.



FORMADOR: **EDUARDO ROSSER**

Licenciado en Sociología por la Universidad de Alicante. Técnico en Gestión de Recursos Humanos por Óptima, Gestión de Formación.

Ha sido consultor de RRHH para Inspa Basal (Consultora especializada en Asesoramiento de empresas y selección de personal).

Actualmente es Director Técnico de Imán Consultores (Consultora de Formación)

NEGOCIACIÓN DE RRHH

Duración: 5 horas

El objetivo es proveer herramientas concretas para que los participantes puedan manejar negociaciones con empleados, y negociaciones colectivas.

Programa

- La Negociación como expresión permanente:
 - Afectación a todas las facetas de la vida.
 - Interdependencia.
- Gestión del Conflicto.
- El proceso de Negociación
 - Aspectos estratégicos.
 - Ideas preconcebidas y errores.
 - Preparación.
 - Discusiones/ Diálogo
 - El cierre.
 - Resultado.
 - Formalidad de los acuerdos.



FORMADOR: **Francisco Candela**

Licenciado en Ciencias del Trabajo.

Entre los años 1982 y 1991 desarrolla una intensa actividad sindical desempeñando diversos cargos de responsabilidad destacando la Secretaria General del Sindicato de Administración Local de CC.OO a nivel Estatal. En estos años toma parte activa en diversas negociaciones tanto con los Gobiernos Locales, Autonómicos, como con el Gobierno Central

Ha sido Jefe de Personal e Inspección de Servicios de SUMA.

MARKETING PERSONAL Y NETWORKING: ES PERSONAL, NO SOLO NEGOCIOS

Diseñar tu estrategia de Marketing Personal y crear y gestionar tus Redes de contactos reales y virtuales

Duración: 10 horas

“Ubungu Ngumuntu Ngabantu: Una persona es sólo una persona a través de otras personas.”

Expresión zulú

¿Estás dándote a conocer profesionalmente de un modo eficaz? ¿Sabes cómo establecer contacto con las personas adecuadas? ¿Te gustaría saber como gestionar tus relaciones personales para posicionarte como especialista en tu profesión? Para mucha gente, el Marketing Personal y la gestión de las redes profesionales simplemente se reducen a reunirse o a llamar a alguien de forma puntual para conversar o tratar un tema concreto. Pero los profesionales debemos empezar a acostumbrarnos a vender nuestro trabajo. Independientemente del tipo de situación laboral en la que nos encontremos, debemos pensar como empresas de una sola persona que tienen algo valioso que ofrecer. Como profesionales, tenemos los medios para diseñar una estrategia de Marketing Personal y darnos a conocer de un modo impensable hace unos años. Pero entre todas las herramientas, una de ellas destaca especialmente, el Networking. El diseño, inversión, desarrollo y mantenimiento de una red de contactos es la herramienta más fiable y relevante para un profesional.

Programa

Marketing Personal

- Lo que es y lo que no. Branding Personal, Marketing Personal y otras hierbas.
- Porqué ahora. De empleados a proveedores de servicios.
- Yo no sé “venderme”. Mitos y errores sobre el Marketing Personal.
- Tú decides. Tienes más opciones profesionales de las que imaginas.
- Planificación: el GPS profesional y el plan estratégico. Diseñar tu plan de Marketing Personal.
- Producto.
- Posicionamiento: crea tu Marca Personal.
- Promoción: diseñar tu plan de Marketing y Comunicación Personal.

Networking y Redes Sociales

- Tejer la red vs. Echar la red. Lo que es y lo que no es Networking.
- Esto no va conmigo. Barreras y limitaciones en las relaciones sociales.
- Abre los ojos. Identificar y aprovechar las situaciones de Networking.
- Estructura y mapa de red. Tipos y “tipejos” en la Red
- Preparación: diseñar tu estrategia de Red.
- Inversión: crear tu mapa de red e identificar lo que te hace relevante.
- Ejecución.
- Mantenimiento.
- Redes Sociales en Internet.



FORMADOR: **ANDRÉS PÉREZ ORTEGA**

Químico por la Universidad Autónoma de Madrid y Master en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE).

Durante 15 ha ocupado diferentes puestos como responsable de Compras, Logística y Negociación internacional y Gestión de Equipos para compañías como REPSOL, Quaker Oats, Carrefour, Lucent Technologies o el Grupo ONCE. Como resultado de esta experiencia, ha desarrollado el concepto de Marca Personal y de Posicionamiento Profesional en nuestro país. Actualmente es el pionero y principal experto en Branding Personal en España y Latinoamérica.

Es el creador de la web de referencia en español sobre Estrategias de Posicionamiento Personal y Profesional (www.marcapropia.net).

HABLAR EN PÚBLICO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Duración: 10 horas

Hablar en público siempre supone un esfuerzo comunicativo arduo para que el que lo hace (a veces también para el que escucha), pero cuando nos centramos en los mass-media, nos encontramos con unas circunstancias que varían notablemente el proceso de la comunicación. En este proceso el medio es el mensaje. Conocer el funcionamiento de los medios, nos permitirá hacer llegar nuestro mensaje de una manera más directa, clara y eficaz. Conocer, por ejemplo, que los periodistas son profesionales que, normalmente, deben cubrir varias noticias al día en un tiempo limitado, nos permitirá saber que debemos ser concisos, claros y directos en nuestras exposiciones.

En este curso trataremos en aproximarnos a cada medio de comunicación: radio, prensa y televisión. Lo haremos de forma práctica atendiendo a las necesidades de los asistentes.

Programa

- Como hablar bien en público: comunicar, persuadir y convencer.
- El discurso. Estructura, preparación.
- Imagen y lenguaje. Los nervios.
- Los MMCC y su relación con la empresa.
- Los gabinetes de comunicación de empresas. Los comunicados de prensa
- La rueda de prensa. Preparación y eficacia.
- La entrevista en radio y TV.
- La gestión de crisis.



FORMADOR: **ALEJANDRO PARODI**

Licenciado en Sociología. Especialidad Publicidad y Marketing. Universidad de Alicante.

Primer ciclo Escuela Superior de Arte Dramático.

En la actualidad, desempeña la dirección de deportes de Radio Alicante Cadena Ser

Ha sido Director del dpto. Prensa y comunicación del Hércules C. F.

GESTIÓN DE LAS EMOCIONES AL HABLAR EN PÚBLICO

COMO SUPERAR EL MIEDO A HABLAR EN PUBLICO en 6 pasos

Duración: 10 horas + 1 hora de coaching individual

Conocer técnicas de comunicación que facilitan la comunicación en público y ganar confianza en las presentaciones. Profundizar en la combinación de técnicas de comunicación verbal y no verbal. Aprender a identificar a la audiencia y a adaptar el mensaje para que sea creíble y persuasivo. Analizar la importancia del guión y de los mensajes claves que queremos transmitir. Aprender a gestionar con eficacia las preguntas difíciles que pueden surgir en una Presentación. Conocer y entrenar en técnicas de gestión de emociones, para utilizarlas antes y durante la presentación, con el objetivo de sentirnos más tranquilos cuando hablamos en público.

Se utilizará un metodología muy práctica con grabación en vídeo de las Presentaciones realizadas en el aula. Y con una sesión de coaching individual, con cada uno de los participantes, durante una hora, para revisar su grabación en vídeo, con el objetivo de reforzar aciertos y detectar elementos de mejoras, y establecer pautas de mejora personalizadas.

Programa

- Paso 1: ¿A quién nos dirigimos y qué les queremos decir? : La audiencia y los mensajes
- Paso 2: ¿Vamos a utilizar algún apoyo?
- Paso 3: ¿Cómo me preparo emocionalmente para hablar en público?
- Paso 4: ¡Llegó el momento de Hablar en Público!
- Paso 5: ¿Cómo responder a preguntas difíciles?
- Paso 6: Coaching Personalizado



FORMADOR: **CAMEN TORRALVO**

Licenciada en Psicología Y Master en Dirección de Personal y Relaciones Laborales en I.E. Madrid.

Tiene más de 20 años de experiencia docente en In Cursos a medida en la CAM, BANCAJA, DEUTSCHE BANK, LEVANTINA DE GRANITOS, GRUPO INDITEX. Ha sido Directora del Departamento de RR.HH. de FUNDESEM y del área de Selección y Consultoría de la misma entidad.

En la actualidad es Directora de FD Consultores, Consultoría de Recursos Humanos y Dirección, además de profesora en el área de Recursos Humanos y Habilidades Directivas Fundesem y Coach.

LA VOZ COMO HERRAMIENTA COMUNICATIVA.

La voz como herramienta comunicativa.

Duración: 5 horas

La voz representa más de la tercera parte (38%) de nuestra capacidad comunicativa. Buena parte de la credibilidad y del efecto que causamos dependen de la construcción sonora del discurso, es decir de cómo utilizamos el tono, las inflexiones, el timbre, las pausas, etc. O lo que es lo mismo, de cómo utilizamos nuestra voz.

Nuestra voz puede desarrollarse, al igual que el resto de nuestros recursos. El objetivo de este taller es conocer el potencial comunicativo de la voz y algunas de las técnicas que la hacen más efectiva.

Programa

- Qué y cómo transmite nuestra voz.
- Claves para proyectar una imagen vocal positiva.
- Pautas para el uso del teléfono.
- Los recursos vocales al servicio del mensaje.
- Interacción cuerpo/voz en contextos comunicativos.



FORMADOR: **CAMEN ACOSTA**

Licenciada en Psicología y Master en Logopedia.

Desde 1992 ocupa la Cátedra de Ortofonía y Dicción en la Escuela Superior de Arte Dramático de Murcia, dedicándose a la educación de la voz y la expresión oral de los actores. Realiza talleres sobre técnica vocal y comunicación no verbal dirigidos a diversos colectivos (periodistas, locutores, docentes, políticos...).

Es asesora de voz y expresión oral en montajes escénicos y asesora personal de comunicación no verbal.

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL E INFLUENCIA

Duración: 10 horas

La comunicación interpersonal es un hábito tan natural y arraigado en nosotros, tan ligado a nuestro carácter, que a menudo asumimos que es inmodificable para cada cual.

Olvidamos que tiene estructura, elementos y reglas sobre los que se puede intervenir para mejorarla y, con ella, nuestra capacidad de entendimiento y de generación de confianza y relación.

Dicha mejora está al alcance de cualquiera. Basta con conocer las claves, prestarle un poco de atención y práctica.

Programa

- Estructura y axiomas de la comunicación interpersonal
- Reglas de oro para una comunicación eficaz
- Rapport integral. La metáfora del baile en comunicación
- Habilidades Avanzadas de Escucha. Escucha de primer, segundo y tercer nivel
- El lenguaje del cuerpo: Cómo generar confianza
- Hablar al cerebro global para influir positivamente: lenguaje de hemisferio izquierdo y hemisferio derecho



FORMADOR: **Jesús Ángel Sánchez**

Licenciado en Medicina y Cirugía (U. Complutense, Madrid) y Máster en Dirección de Centros y Servicios Sanitarios (ICADE)). Practitioner PNL y Master en PNL por el Instituto Español de PNL. Master en PNL e Hipnosis The Proudfoot School of Hypnosis and Psychotherapy. UK.

Trainer en PNL Synapsis / Institut Gestalt de Barcelona. Profesor en diversos programas Máster y Especialista Universitario de la Escuela Nacional de Sanidad, Universidad Pompeu Fabra y Universidad de A Coruña. Profesor invitado en programas similares en ICADE y el Centro Universitario de Salud Pública de Madrid.

Director de Forum Trainers.

Fechas y Horarios

Lunes de 16:30 a 21:30 h en las siguientes fechas:

- 7,14,21,28 Marzo.
- 4,11,18 Abril.
- 9,16,23,30 Mayo.
- 6, 13, 20 y 27 Junio.

Precio: 1.600 €.

Bonificable por la Fundación Tripartita. Más información en:

<http://www.fundesem.es/pop-up/formacioncontinua.asp>

Título

Título MAREH: Especialización en Habilidades de Comunicación Avanzada

Como titulado de los programas MASTER de Fundesem, ahora puedes obtener otra TITULACIÓN DEL MAREH o del título Master que poseas en la: ESPECIALIDAD EN Habilidades de Comunicación Avanzada, realizando esta especialización de 76 horas de duración, que tan sólo te ocupará los lunes por la tarde del 28 de febrero al 13 de junio.

Título Especialización en Habilidades de Comunicación Avanzada

Si no eres titulado MASTER de Fundesem, también podrás acceder a esta especialización con la que obtendrás el **TÍTULO DE ESPECIALISTA EN HABILIDADES DE COMUNICACIÓN AVANZADA**.

Información y matrícula

Carmela Ortuño: cortuno@fundesem.es/ 965266800