Programa Formativo

ACCIÓN DE FORMACIÓN:

CURSO HERRAMIENTAS PARA EL DESEMPEÑO GERENCIAL DE COMERCIOS Y PYMES

DURACIÓN:

24.00 horas [12.00 hora(s) teórica(s) y 12.00 hora(s) práctica(s)]

OBJETIVO GENERAL:

PROPÓSITO:

DIRIGIDO A:

UNIDADES PROGRAMÁTICAS

UNIDAD 1: Introducción a la Gerencia del Servicio

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar los elementos de satisfacción integral de la clientela, basados en la gerencia de servicios.	"1,1)El servicio al cliente como prioridad de la organización. 1,2) La cadena de valor. Cultura organizacional vs. cultura individual. 1,3) Interrelación Empleado-Cliente-Supervisor."	1.00 horas teóricas y 0.00 horas prácticas (1.00 horas totales)

UNIDAD 2: La Motivación

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar los mecanismos de motivación que actúan en las personas para alcanzar el logro de sus metas propias y organizacionales.		1.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (3.00 horas totales)

UNIDAD 3: Herramientas Supervisorias

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Desarrollar destrezas para la utilización de herramientas básicas de supervisión, describiendo sus características, aplicación operativa y como elemento de atención e integración de los colaboradores en el negocio de servicios bancarios.	"3,1) La Planificación: en qué consiste. Para qué sirve. Ventajas. Importancia. Supuestos. Características. Finalidad. 3,2) La organización: definición. Razones para organizarse. La integración del equipo de trabajo. 3,3) La dirección y su importancia: Cómo dirigir. 3,4) El control y cómo ejercerlo."	4.00 horas teóricas y 4.00 horas prácticas (8.00 horas totales)

UNIDAD 4: La comunicación

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Desarrollar destrezas que faciliten el mejoramiento de la calidad gerencial, valiéndose del manejo adecuado de la comunicación.		2.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (4.00 horas totales)

Programa Formativo (cont.)

UNIDAD 5: La planificación como herramienta para la venta.

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Valorar la planificación de la venta como herramienta para su logro.	"5,1) Objetivo de la venta 5,2) Cómo redactar sencillamente un objetivo. 5,3) Cómo llevar a la práctica lo diseñado en el papel: el marketing y lo que debe tener en cuenta. 5,3,1) Las preguntas poderosas. 5,3,2) Las preocupaciones y posibles objeciones del cliente. Cómo enfrentar los peros y preocupaciones de mi cliente. 5,3,3) ¿En qué se diferencia mi empresa de las demás? 5,3,4) ¿Qué ventajas ofrezco a mi cliente?. 5,4) El cierre de la venta."	2.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (4.00 horas totales)

UNIDAD 6: Liderazgo

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Valorar el liderazgo como función dentro de la organización.	"6,1) Concepto. 6,2) Tipos de liderazgo 6,3) Fórmula para conseguir clientes totalmente satisfechos a través del liderazgo. 6,4) El trabajo del líder. 6,5) Cuándo hacer cambios. 6,6) Qué pasa cuando un colaborador no encaja en su puesto. 6,7) Cómo ser el mejor líder 6,8) El modelo de Lee Cockerell 6,9) Cuánto tiempo debe dedicar el líder a sus colaboradores. 6,10) Las situaciones difíciles. 6,11) Los procesos."	2.00 horas teóricas y 2.00 horas prácticas (4.00 horas totales)