

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING, COACHING Y PNL

Duración: 70 H.

Modalidad: Teleformación

OBJETIVOS

Este curso de especialización proporciona al alumnado una visión estratégica para el análisis de los mercados conducente a la creación de un plan de marketing, permitiéndole, además, adquirir los conocimientos necesarios para el ejercicio profesional del coaching con PNL.

El curso capacitará al alumnado en las siguientes competencias:

- Introducirse en los conceptos y elementos básicos del marketing, describir las variables del Marketing, conocer la perspectiva estratégica y la perspectiva operativa del Marketing y profundizar en el plan de marketing.
- Fundamentos del márketing estratégico, facilitando herramientas y estrategias de posicionamiento, así como el salto al comercio internacional.
- Conocimiento del proceso de coaching, tipos, competencias del coach, herramientas e instrumentos, así como acreditación del coach.
- Orientación acerca de los tipos de mentoring, y las diferencias fundamentales entre coaching y mentoring, haciendo hincapié en las ventajas de ambas disciplinas frente a otro tipo de entrenamientos.
- Aportaciones de la PNL a la comunicación, teniendo en cuenta sus componentes, las claves para una buena comunicación PNL y los sistemas de representación sensorial.
- Habilidad de poder vencer las resistencias en la conversación, salvando las presuposiciones en nuestro lenguaje y cambiando la percepción frente a diferentes temas.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: INICIACIÓN AL MARKETING

1. EL MARKETING

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Evolución del marketing.
- 1.3. Definiciones.
- 1.4. Etapas en el desarrollo del marketing.
- 1.5. Aplicaciones del marketing.
- 1.6. Determinantes del marketing.

2. PRODUCTO Y PRECIO

- 2.1. Marketing mix.
- 2.2. Producto.
- 2.3. Precio.

3. COMUNICACIÓN / PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 3.1. Comunicación.
- 3.2. Promoción.
- 3.3. Distribución.
- 3.4. El equipo de ventas.

4. PERSPECTIVAS DEL MARKETING

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Dirección de marketing.
- 4.3. Marketing estratégico.
- 4.4. Marketing operativo.

5. PLAN DE MARKETING

- 5.1. Conceptos básicos.
- 5.2. Naturaleza y contenido.
- 5.3. Presentación.
- 5.4. Implantación.
- 5.5. Evaluación y control.

MÓDULO 2: MARKETING ESTRATÉGICO

1. FUNDAMENTOS DEL MARKETING ESTRATÉGICO

- 1.1. Principales conceptos del marketing estratégico
- 1.2. Orientaciones de las empresas hacia el mercado
- 1.3. La secuencia del marketing estratégico
- 1.4. Planificación estratégica corporativa

2. DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA Y ESTRATEGIAS DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

- 2.1 La diferenciación
- 2.2. El ciclo de la vida
- 2.3. Creación y evolución del mercado

3. POSICIONAMIENTO

- 3.1. El posicionamiento
- 3.2. Estrategia de posicionamiento
- 3.3. Aplicaciones del posicionamiento

4. MARKETING INTERNACIONAL

- 4.1. Introducción
- 4.2. El salto internacional
- 4.3. Comercio internacional
- 4.4. Penetración en el mercado
- 4.5. El proceso de internacionalización

MÓDULO 3: COACHING Y MENTORING

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Origen del coaching
- 1.2. Coaching ejecutivo
- 1.3. Definición de los conceptos de Coaching y Mentoring
 - 1.3.1. Coaching
 - 1.3.2. Mentoring
- 1.4. Diferencias entre coaching y mentoring y con otros conceptos relacionados
 - 1.4.1. Diferencias entre coaching y mentoring
 - 1.4.2. Coach o entrenador
 - 1.4.3. Coach o terapeuta
 - 1.4.4. Coach o consultor
 - 1.4.5. Otros conceptos relacionados
- 1.5. Ventajas del Coaching y el Mentoring frente a otro tipo de entrenamiento

2. EL PROCESO DE COACHING

- 2.1. Por qué iniciar un proceso de coaching
- 2.2. El proceso de coaching. Sesiones básicas
 - 2.2.1. Contrato entre dos partes
 - 2.2.2. Elección de los directivos
 - 2.2.3. Primeras entrevistas y cuestionarios
 - 2.2.4. Diagnóstico, evaluación de competencias
 - 2.2.5. Contraste y fijación de objetivos
 - 2.2.6. Seguimiento del proceso

3. TIPOS DE COACHING

- 3.1. Clasificaciones
 - 3.1.1. Según su ámbito de aplicación
 - 3.1.2. Según la modalidad de las sesiones
 - 3.1.3. Según la metodología aplicada
- 3.2. El e-coaching
 - 3.2.1. Características
 - 3.2.2. Ventajas
 - 3.2.3. Proceso de coaching online

4. COMPETENCIAS DEL COACH

- 4.1. El coach y la empatía
- 4.2. Competencias básicas del Coach
 - 4.2.1. Establecer confianza e intimidad con el cliente
 - 4.2.2. Presencia del coaching
 - 4.2.3. Escucha activa
 - 4.2.4. Preguntas poderosas
 - 4.2.5. Comunicación directa
 - 4.2.6. Crear conciencia
 - 4.2.7. Diseñar las acciones
 - 4.2.8. Planificar y definir los objetivos
 - 4.2.9. Gestionar el progreso y la responsabilidad
- 4.3. Evaluación de competencias

5. HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS

5.1. Herramientas

- 5.1.1. Introducción
- 5.1.2. Evaluar necesidades
- 5.1.3. Conocer al coachee
- 5.1.4. Aumentar la autoconciencia
- 5.1.5. Aumentar el abanico de opciones
- 5.1.6. Desarrollar y potenciar habilidades y técnicas
- 5.1.7. Desafiar las creencias y actitudes limitantes

5.2. Las preguntas

5.3. Pruebas de conocimiento o de capacidad

5.4. Test psicométricos

5.5. Feedback 360º

5.6. Inteligencia emocional

6. ACREDITACIÓN DEL COACH

6.1. Introducción

6.2. Cómo se acredita un Coach

6.3. Competencias básicas para obtener la acreditación de la ICF

6.4. Ética profesional y código deontológico

6.5. Otros ejemplos de acreditaciones, nacionales e internacionales

6.5.1. Organizaciones españolas

6.5.2. Organizaciones latinoamericanas

7. ORIENTACIÓN PROFESIONAL O MENTORING

7.1. Definición de mentoring

7.2. Tipos de mentoring

7.3. El proceso de mentoring

7.4. El mentee

7.5. El mentor

MÓDULO 4: COMUNICACIÓN EFICAZ CON PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA (PNL)

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Definición y Elementos de la Comunicación

1.2. Comunicación Verbal y No verbal

1.3. Las grandes aportaciones de la PNL a la Comunicación

1.4. ¿Es Manipulación?

2. HISTORIA BREVE DE LA PNL

3. COMPONENTES DE LA PNL

3.1. Programación

3.2. Neuro

3.3. Lingüística

4. LAS CLAVES DE LA BUENA COMUNICACIÓN EN PNL

- 4.1. Introducción
- 4.2. Las 10 reglas de la buena comunicación

5. PREMISA BÁSICA DE LA PNL: EL MAPA NO ES EL TERRITORIO

- 5.1. Introducción
- 5.2. ¿Cuándo sabemos si nuestro mapa es útil o no?
- 5.3. ¿Por qué tenemos distintos mapas del territorio?
- 5.4. Los filtros internos
- 5.5. La comunicación, intercambio de mapas
- 5.6. ¿Por qué surgen los conflictos entre las personas?

6. IGUALANDO LOS MAPAS: CREANDO RAPPORT, EMPATÍA O “FEELING” PARA DESPUÉS DIRIGIR O LIDERAR

- 6.1. Creando Rapport con nuestro lenguaje no verbal
- 6.2. ¿Cómo acompañamos nuestros movimientos a los de la otra persona?
- 6.3. Secuencia del Rapport de forma directa
- 6.4. Rapport: Qué acompañar
- 6.5. Dirigir, Liderar

7. SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN SENSORIAL

- 7.1. Personas visuales, auditivas y cinestésicas
- 7.2. Las claves de acceso
- 7.3. Predicados de los tres sistemas de representación

8. CLAVE DE ACCESO: MOVIMIENTOS OCULARES

9. VENCER LAS RESISTENCIAS EN LA CONVERSACIÓN

- 9.1. Conversación y Flexibilidad
- 9.2. Los borradores universales
- 9.3. Marco del como si: ampliando opciones para la persona
- 9.4. Marco de recapitulación
- 9.5. El desafío de la relación
- 9.6. Palabras de proceso
- 9.7. Estrategias de afirmación y asertividad

10. EL METAMODELO

- 10.1. Definición
- 10.2. Preguntas para encontrar información

11. LAS PRESUPOSICIONES

- 11.1. Las presuposiciones en nuestro lenguaje
- 11.2. La importancia de las presuposiciones
- 11.3. Cómo usar las presuposiciones y tipos de presuposiciones

12. EL REENCUADRE

12.1. El significado del reencuadre

12.2. Formas de cambiar la percepción respecto a algo. Tipos de Reencuadre

13. LOS METAPROGRAMAS

13.1. Definición

13.2. Tipos de metaprogramas