

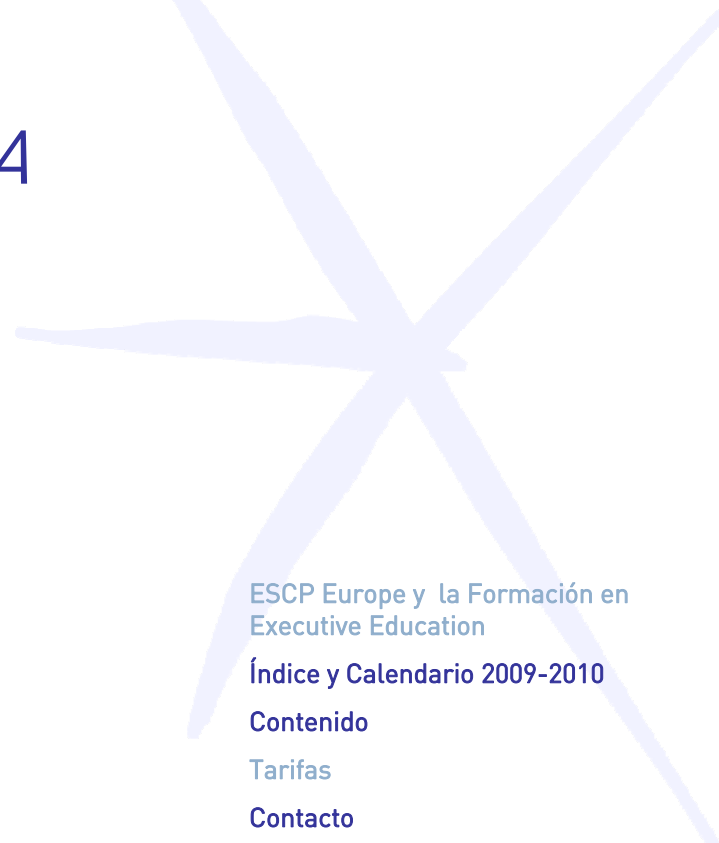
ESCP
EUROPE



Executive Education

PROGRAMAS ABIERTOS

TARIFA PLANA
2009 – 2010



ESCP Europe y la Formación en
Executive Education

Índice y Calendario 2009-2010

Contenido

Tarifas

Contacto





La misión de **ESCP EUROPE** (anteriormente ESCP-EAP) consiste en desarrollar líderes empresariales con habilidades interculturales, flexibilidad y conocimientos que les permitan trabajar en cualquier lugar del mundo.

ESCP EUROPE es propiedad y está gestionada por la Cámara de Comercio e Industria de París. Nace en 1999 de la unión de ESCP, una de las primeras escuelas de negocios que se creó en el mundo, en 1819 y de EAP, única escuela de negocios multi-campus en el momento de su creación, en 1973. Actualmente, ha pasado a denominarse ESCP EUROPE más acorde con su actividad y misión.

ESCP EUROPE es la única escuela de negocios de post-grado con campus propios en 5 países europeos. Disponemos de alianzas con 36 « partner universities » y escuelas de negocios de 21 países en todo el mundo.

Por qué somos líderes:

ESCP EUROPE se encuentra entre las mejores escuelas de negocios del mundo según los **rankings del Financial Times** (Diciembre 2008):

- 2ª escuela de negocios en España
- 6ª escuela de negocios en Europa
- MBA: 2ª escuela de negocios en España (Top 20 mundial)

Triple Acreditación Internacional:

ESCP EUROPE ha obtenido varias de las más importantes acreditaciones internacionales que distintos organismos otorgan a las escuelas de negocios más prestigiosas en todo el mundo.

En España sólo las escuelas de negocios líderes tienen esta triple acreditación, también llamada triple corona.

Triple acreditación: **EQUIS, AACSB y AMBA**

Aportar Valor en Executive Education

Más de 3.000 directivos al año adquieren nuevas habilidades y formas de gestionar tras participar en nuestros programas de **Executive Education** en toda Europa.

Diseñamos programas para el desarrollo multidisciplinar, con el apoyo de nuestro claustro internacional de profesores y un equipo de profesionales expertos en consultoría y amplia experiencia en grandes corporaciones, con el objetivo de garantizar una fase de diagnóstico, una metodología absolutamente práctica y fundamentada en simulaciones y casos sólidamente contruidos de acuerdo a la realidad de las empresas que confían en nosotros.

Consideramos a los directivos y futuros directivos de su organización como un recurso estratégico y como una de las principales fuentes de ventaja competitiva y por eso, nuestros clientes confían en nosotros para el desarrollo de su capacidad estratégica, su orientación a la innovación, sus habilidades directivas y su comprensión de la organización.

Somos especialistas en la confección de programas internacionales para directivos y profesionales y disponemos de una gran experiencia en la gestión multicultural de los proyectos, apoyándonos en nuestra red de cinco campus en Europa: Madrid, Londres, París, Berlín y Turín además de campus asociados en Bangkok, Monterrey, Beirut y Ahmedabad.

Open Programmes 2009 – 2010

El portafolio de Programas Abiertos para el año 2008-2009 se desarrolla alrededor de áreas muy específicas y de alto impacto.

CALENDARIO

OPEN PROGRAMMES 2009-2010

HORARIOS

Jornada Completa:
de 9.00 a 14.00 h
y de 15.00 a 18.00 h

Horario de tarde:
de 16.30 a 20.30 h.

Viernes y Sábados:

Viernes :
(16.30 a 20.30 h.)
Sábado
(10.00 a 14.00 h.)

GMP 2010:

Jueves tarde: 19 – 22 h.

Viernes tarde: 16 – 22 h.

Sábado mañana: 9 – 14 h.

**** Se pueden impartir en español o en inglés**

	2009		2010
ENGLISH FOR INTERNATIONAL BUSINESS			
English for Effective Presentations (16 h.)	JULIO (tardes) del 6 al 9		
English for International Meetings (16 h.)	JULIO (tardes) del 13 al 16	JULIO (tardes) del 20 al 23	
English for Negotiations (16 h.)	JULIO (tardes) del 13 al 16		
Written English for Business (16 h.)		JULIO (tardes) del 20 al 23	
ÁREA ÚLTIMAS TENDENCIAS			
Estrategias de marketing innovadoras ante los nuevos paradigmas del mercado (16 h.)	JULIO (tardes) del 13 al 16	SEPTIEMBRE (tardes) del 21 al 24	
**Gestión de Cuentas Internacionales (8 h.)	18 SEPTIEMBRE (jornada completa)		15 ENERO (jornada completa)
Cómo generar negocio (16 h.)	OCTUBRE 16-17 y 23-24 (viernes tarde y sábado mañana)	DICIEMBRE 11-12 y 18-19 (viernes tarde y sábado mañana)	
ÁREAS FUNCIONALES			
Gestión de Proyectos (16 h.)	JULIO (tardes) del 6 al 9	OCTUBRE – 23-24 y 30 - 31 (viernes tarde y sábado mañana)	
Plan de Marketing (16 h.)	21 y 22 SEPTIEMBRE (jornada completa)	NOVIEMBRE 6-7 y 13-14 (viernes tarde y sábado mañana)	
Contabilidad, presupuestos y costes para No Financieros (16 h.)	SEPTIEMBRE (tardes) del 14 al 17		FEBRERO 19-20 y 26-27 (viernes tarde y sábado mañana)
ÁREA DE HABILIDADES DIRECTIVAS			
**Comunicación y Habilidades interpersonales (16 h.)	SEPTIEMBRE 11-12 y 18 – 19 (viernes tarde y sábado mañana)		
**Liderazgo y Coaching de equipos (16 h.)		NOVIEMBRE 20-21 y 28-29 (viernes tarde y sábado mañana)	
**Gestión de equipos internacionales (16 h.)		DICIEMBRE 11 – 12 y 18-19 (viernes tarde y sábado mañana)	
**Negociación efectiva (16 h.)			ENERO 22-23 y 29-30 (viernes tarde y sábado mañana)
**Hablar en público y Técnicas de presentación (16 h.)			MARZO 5 -6 y 12 – 13 (viernes tarde y sábado mañana)
Gestión de conflictos (16 h.)			FEBRERO 5-6 y 12-13 (viernes tarde y sábado mañana)
Selección de personal externa e interna (16 h.)	SEPTIEMBRE (tardes) del 14 al 17		ABRIL 9-10 y 16-17 (viernes tarde y sábado mañana)
GENERAL MANAGEMENT PROGRAMME 2010 GMP (180 h.) - programa modular	ENERO – DICIEMBRE 2010		

El programa “**English for International Business**”, que se realiza en el mes de Julio de 2009 en nuestro campus de Madrid, está dirigido a todos aquellos profesionales que deseen potenciar su conocimiento del idioma inglés en contextos empresariales y darles el empuje desde un nivel “intermedio-reservado” a “intermedio lanzado”.

El programa está compuesto por un total de 4 módulos a elegir, de 16 horas cada uno y distribuidos en 3 semanas, para que el profesional realice una inmersión total en el idioma, abordando las principales áreas clave del “Business English”.

Metodología:

Presentación de conceptos seguidos de “role plays” con la participación al 100% por parte del alumno.
“Feedback” continuo después de cada “role-play”
Identificación y tratamiento individualizado de los problemas de gramática y de pronunciación de cada alumno.
Al final del módulo, daremos consejos e ideas para estimular el futuro desarrollo del alumno.

Nivel de inglés requerido:

Intermedio – alto / Alto

Perfil del formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE**.

Consultor y profesor nativo con gran experiencia en formación a profesionales

English for Effective Presentations (16 h.)

Como compensar la falta de fluidez con una buena preparación y estructura

El lenguaje no verbal

Cómo usar la voz

Lenguaje para desarrollar una presentación

Frases y técnicas para señalar

Cómo afrontar preguntas difíciles

Lenguaje y técnicas para enfatizar conceptos claves

Vocabulario y términos específicos para presentaciones.

English for International Meetings (16 h.)

Claves para organizar reuniones eficaces

Presentar argumentos

Dar y pedir opiniones

Expresar acuerdo y desacuerdo

Como interrumpir y tratar interrupciones

Lenguaje para resolver malos entendidos causados por el idioma

Técnicas de ayuda a la hora de entender a nativos

English for Negotiations (16 h.)

Como llevar a cabo una buena negociación

Técnicas de negociación

El uso de los condicionales en inglés

Lenguaje y técnicas para sondear, proponer, tratar y cerrar

Expresiones idiomáticas de uso habitual en las negociaciones en inglés.

Written English for Business (16 h.)

Gramática según las necesidades del grupo

Inglés para redactar informes y trabajos escritos

Redacción de correos electrónicos en diferentes estilos

(formal, informal y neutral)

Lenguaje específico de uso en correos electrónicos para pedir información, responder a peticiones, adjuntar datos etc.

El uso correcto de abreviaturas en inglés.

Estrategias de marketing innovadoras ante los nuevos paradigmas del mercado (16 h.)

Fechas: Julio y Septiembre 2009

Objetivos:

Identificar como afectan a las estrategias de marketing tanto los cambios estructurales del contexto, y de la demanda, como las necesidades coyunturales del entorno de crisis.

Contenidos generales:

- Nuevos paradigmas del marketing ante la era digital.
- Casos prácticos.

- Los nuevos valores y hábitos del consumidor ante las marcas y los medios.
- Casos prácticos.

- Estrategias de marca y modelos de comunicación.
- Casos prácticos.

- Estrategias de marketing ante la crisis.
- Casos prácticos.

Metodologías de gestión y anticipación al cambio:

Casos prácticos.

Perfil del formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE** en programas de Executive Education para empresas.
Es Director de Planificación Estratégica del grupo TBWA en España y director de TBWA Consulting.
Gestiona más de 45 marcas distribuidas entre TBWA Madrid, TBWA Barcelona, Tequila, TBWA Interactive y TBWA Consulting.
Previamente ocupó el cargo de Director de Planificación Estratégica en Young and Rubicam.
Tiene más de 13 años de experiencia en puestos de responsabilidad relacionados con la planificación estratégica de marcas y de comunicación en diferentes agencias de publicidad.



Gestión de cuentas internacionales / International Key Account Management (8 h.)

Fechas: 18 Septiembre 2009 y 15 Enero 2010

El mercado de la exportación cada vez mas es clave para el desarrollo de las empresas, siendo en algunos casos clave en la estrategia y la propia supervivencia de las mismas. La complejidad de exportar, las diferencias de cultura empresarial y de consumo, la elección de los "Partners" de distribución apropiados, etc. hace que la gestión de Grandes Cuentas a nivel internacional sea un elemento básico en el éxito en la estrategia de internacionalización de las empresas. El enfoque de este curso es profundizar en los elementos clave en la gestión de Grandes Cuentas Internacionales, primero desde una perspectiva teórica para luego profundizar en casos prácticos, tanto de éxito como de fracaso. Finalmente el curso simulará una negociación internacional para aplicar lo comentado en el curso.

El objetivo de curso es plantear las claves de la gestión de Grandes Cuentas Internacionales.

Lo que se persigue es que cada los integrantes del curso tomen conciencia de los siguientes aspectos fundamentales de la negociación internacional:

- ¿Qué es el Key Account Management y por qué es importante para el éxito en cuentas Internacionales?
- ¿Qué necesidades tienen cada una de las partes? ¿Por qué internacionalizar una cuenta tanto desde la compra como desde la venta?
- ¿Que vendemos? ¿Por qué les va interesar comprarnos?.
- ¿Cuales son las claves de análisis de una Gran Cuenta Internacional?

Metodología:

Simulación práctica de una negociación de Gran Cuenta Internacional.

Parte 1: Presentación del curso y modulo teórico sobre Gestión de Cuentas Internacionales

Parte 2: Discusión en clase de varios casos internacionales:
Historias malas, tristes, feas y buenas relacionadas con el Key Account Management

Parte 3: Caso práctico de negociación internacional donde se "negociará" un acuerdo entre las partes para la venta de productos y servicios a nivel Internacional.

El grupo se dividirá en dos:

Un grupo será una empresa "vendedora" extranjera

Otro grupo será una gran empresa compradora líder en su país

El Profesor estará dirigiendo las discusiones en grupos y asesorará a los grupos en sus reuniones de preparación para la negociación.

Perfil del formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE** en programas para empresas en el área de Executive Education, MBA y programas Masters.

Profesional con una experiencia acumulada de mas de 20 años en puestos directivos de Marketing, Dirección Comercial y Dirección General tanto en grupos multinacionales de primer nivel como General Foods, Unilever y los Grupos franceses Bongrain y Labeyrie, como en compañías punteras españolas como Puleva Food (del grupo Ebro Puleva) y Lácteas García Baquero. Este bagaje en Marketing y Dirección Comercial, siempre a niveles de Comité de Dirección con responsabilidad sobre la cuenta de resultados de los productos / clientes bajo su responsabilidad, ha sido enriquecida por su paso de dos años como Director General para la filial española de grupo francés Labeyrie (Vensy España), También ha trabajado como Consultor Independiente para empresas internacionales como Holgran (filial de British Bakeries) y el grupo francés Doux. Graduado en Ciencias Políticas en San Francisco State University con un Masters en Política Internacional por la prestigiosa Georgetown University en Washington DC, habiendo completado el Programa de Dirección General (PDG) del I.E.S.E Business School.

Objetivos:

- Adquirir **herramientas concretas de generación de negocio**
- **Saber cómo aplicarlas al día a día en un entorno nuevo y altamente competitivo**
- Poner al día los **conceptos fundamentales** de la relación productiva de negocios
- Posicionarse con ventaja para la **satisfacción de necesidades** tal como las define el cliente

Contenidos generales:

- Claves del aprendizaje para la generación de negocio
- La influencia en los negocios
- Manejar la relación con el cliente y ganar a la competencia
- Detección y valoración de oportunidades de negocio
- Como gestionar bien valor y precio

Metodología:

Inicialmente, una breve **base teórica común** de autores de renombre mundial en el asunto: Kotter, Mintzberg, Porter...

Los **ejercicios** dan pie a la **práctica** de tal forma que el participante:

Integre el método en su forma de actuar

Se acostumbre a recurrir a él ante situaciones similares

Compartirá la experiencia con otros miembros del **grupo** y contrastará sus **soluciones**.

Buscará un beneficioso **cambio de impresiones**.

Incluyen: Actividades en Grupo, actividades individuales y role plays, discusión de mini-casos, revisión de acontecimientos

Análisis individuales y discusiones en plenario

Perfil del formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE** en programas de Executive Education para empresas.

Se centra en la mejora de la gestión a través de la mejora de las personas.

Director de Proyectos Generación de Negocio formando directivos y profesionales de empresas de los sectores Banca, Seguros, Consumo, Tecnológico, Comunicación, Transporte, Farmacéutico, Industrial, Distribución y Servicios.

Directivo en empresas internacionales Hewlett – Packard, Banco Santander, NCR, Burroughs Unisys, Royal Life, NOA Citicorp y domésticas como INI, RENFE, Grandes Empresas de Distribución y de la CEOE. Es Abogado.

Doctor cum laude en Derecho, Master en T. Psicoanalítica, PDG IESE, Dirección de Empresas EOI y Master en Dirección Financiera.

Dirección Estratégica del Babson College (Estados Unidos).

Objetivos:

- Comprender el modelo de gestión de proyectos, así como la forma en la que los procesos de gestión de proyectos interactúan.
- Practicar con los procesos necesarios en materia de integración, gestión del tiempo, del coste, de la calidad, de la organización, de la comunicación, de los riesgos, así como de la administración y soporte tecnológico de los proyectos.
- Practicar con casos sobre la implantación de proyectos.

Contenidos generales:

La gestión de proyectos consiste en la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas para programar actividades que satisfagan los requerimientos de los proyectos. Se utilizan para ello las fases de lanzamiento, planificación, ejecución, control y seguimiento.

Metodología:

Metodología basada en el método socrático apoyado por presentaciones para favorecer la interacción profesor-alumnos, así como resolución de casos sobre los temas tratados. Los estudiantes (individualmente y en grupos) serán animados a elaborar sobre los contenidos y materias estudiadas.

Evaluación directa por parte del profesor tomando en consideración factores que incluyen la presencia, puntualidad y participación en las discusiones en clase. Resolución de ejercicios y casos, así como de cuestionarios.

Perfil del formador:

Profesor asociado a **ESCP EUROPE**, imparte programas a empresas en el área de Executive Education, MBA y Masters.

Actualmente, ocupa el cargo de Director Corporativo de Gestión de Riesgos de Telefónica. S.A. De formación Ingeniero Industrial (especialidad en Organización). posee un Master Oficial en Comercio y Relaciones Económicas Internacionales por IEDE Business School, un Programa Master de Dirección de Empresas por Harvard Business School y por IESE Business School y un Master en e-Business por IESE-Telefónica.

En el Grupo Telefónica ha sido:

Director de Proyectos de Auditoría, Director de Auditoría de Procesos y Sistemas de Información, Director de Desarrollo de E-Business, Director de Planificación y Gestión de Clientes y Director de Implantación y Monitorización de Procesos. También ha sido Manager Business Operations, Process & Quality en AT&T-Unisource Communications Services basada en Holanda.

Objetivos:

Este seminario busca reforzar, por medio de la analítica y el uso de diversas herramientas y métodos de Marketing, saber planificar y organizar un plan de marketing, documento estratégico fundamental para alcanzar los objetivos de planes de negocio de cualquier tipo de empresa.

- Conocer la estructura general del Plan de Marketing
- Saber el sentido y la necesidad de todas las decisiones incluidas en un Plan de Marketing
- Aplicar y desarrollar las diversas herramientas de trabajo para la elaboración del mismo.
- Practicar la toma de decisiones en las diversas etapas.
- Elaborar de forma detallada un Plan Comercial y de Marketing.++

Contenidos generales:

- Claves del Marketing de Empresa
- Relaciones entre Planes Estratégicos y Tácticos
- Estructura del Índice del Plan de Marketing
 - 1.- Resumen Ejecutivo
 - 2.- Análisis de la Situación
 - 3.- Investigación Mercados
 - 4.- Diagnóstico de la Situación
 - 5.- Objetivos de Marketing
 - 6.- Estrategias de Marketing
 - 7.- Programas y Planes de Marketing
 - 8.- Estructura, Organización y Recursos
 - 9.- Presupuesto

Metodología:

Por medio de ejercicios específicos y el análisis crítico de algunos planes de Marketing. También utilizaremos el trabajo en grupo y la presentación, y posterior discusión en clase, de las propuestas hechas por los diferentes grupos de trabajo. Las herramientas prácticas serán: Casos Prácticos, Micro Casos y Flash Cases.

Perfil del Formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE** en programas de Executive Education para empresas y programas Masters. Actualmente, es Director de Training XXI. Consultor de Dirección Comercial y Marketing, para BP, Colgate, Coca-Cola, Central Lechera Asturiana, Golden Soft y L'Oréal. Su experiencia profesional se completa además en diferentes cargos directivos en el área de marketing y comercial en grandes empresas multinacionales como Philips y Compaq. Es Licenciado en Físicas (Universidad Zaragoza), DEA en "Política Económica" (Universidad Complutense) y Doctorando en Política Económica (Universidad Complutense, Facultad Económicas)

Objetivos :

- Dar a conocer las nociones básicas de contabilidad de gestión y de costes
- Explicar cómo utilizar la contabilidad de gestión para conocer la situación de la empresa
- Explicar cómo utilizar la contabilidad de costes como ayuda en la toma de decisiones
- Ilustrar sobre la elaboración de presupuestos y el control presupuestario

Contenidos generales:

- **Contabilidad financiera:** Elementos patrimoniales. Balance. Cuenta de pérdidas y ganancias. Amortizaciones. Cash-flow. Ratios financieros
- **Contabilidad de costes:** Tipos de costes. Sistemas de reparto de los costes indirectos. Costes relevantes para la toma de decisiones
- **Presupuestos:** Elaboración de presupuestos. Control de presupuestos. Estudio de las desviaciones por cantidad y por precio

Metodología:

En las clases se alternarán las sesiones de explicaciones con los ejercicios individuales y en grupo buscando que los asistentes adquieran el mayor conocimiento práctico posible de las materias tratadas.

Perfil del formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE** en programas de Executive Education para empresas y programas Masters. Ha ocupado diferentes puestos directivos como Director de Carbonell, Lancôme, Chanel, Santa Bárbara y Bazán. Actualmente es el Gerente de Arce Office Holding y consejero de Micromag. Además es profesor colaborador de diferentes escuelas de negocios con veinte años de experiencia en la enseñanza. Autor de varias publicaciones junta el conocimiento práctico de la empresa con un largo historial de enseñanza y consultoría.

Comunicación y habilidades interpersonales / Communication and Interpersonal Skills (16 h.)

Fecha: Septiembre 2009

Objetivos:

- Conocer el impacto del propio estilo social y el estilo de comunicación en los demás.
- Entender la importancia de la empatía en lograr establecer relaciones de confianza con diferentes grupos de interés
- Comprender cuáles son los comportamientos efectivos de comunicación expresivos y receptivos
- Explorar y practicar una gama de comportamientos para gestionar y resolver de manera efectiva los conflictos.
- Estructurar sus mensajes para lograr el impacto deseado.
- Comprender la importancia del lenguaje no verbal.
- Establecer estrategias de influencia y ponerlas a prueba.
- Elaborar un plan de desarrollo personal en materia de habilidades interpersonales y de comunicación.

Contenidos:

- Auto-evaluación de Estilo Social (Wilson)
- Qué son los Estilos Sociales.
- Realización del cuadro situacional y análisis de nuestros “inhibidores”.
- Los comportamientos de comunicación expresivos y receptivos.
- Comunicar para influir: la creación de confianza.
- La comunicación efectiva en la resolución de conflictos.
- La Asertividad y la Empatía.
- Estructura y la expresión verbal.
- La importancia del lenguaje no-verbal.
- Prácticas y ejercicios filmados.

Metodología:

Metodología interactiva, al tratarse del desarrollo de habilidades. Materia enteramente basada en el formato “taller”, con debates, análisis, prácticas, actividades, ejercicios situacionales con retroalimentación individualizada, y filmación en video.

Perfil de la formadora:

Profesora colaboradora de **ESCP EUROPE** en programas para empresas en el área de Executive Education. MBA y Masters.

Especialista en el desarrollo de programas de liderazgo, coaching, comunicación e influencia para ejecutivos y directivos, Ha participado en la elaboración e impartición de dichos programas para empresas grandes empresas nacionales e internacionales: Altadis, Heineken, PriceWaterhouseCoopers, Italcementi, Tempe Inditex, CAPSA, Jazztell, Amadeus, Citibank, etc.

B.A. Spanish / French, en la Universidad de Londres, ha dedicado los últimos veinte años de su vida profesional al desarrollo ejecutivo.

Está acreditada por Team Management Systems (Margerison & McCann) para la utilización de herramientas y modelos específicos aplicados a coaching y liderazgo. (Team Management Profile), y diplomada como formadora en PNL.

Este seminario se puede impartir tanto en español como en inglés.

Liderazgo y Coaching de Equipos / Leadership & Team Coaching (16 h.)

Fecha: Noviembre 2009

Este seminario se puede impartir
tanto en español como en inglés.

Objetivos:

- Reconocer y potenciar las habilidades necesarias para dirigir e influenciar a otros directivos y colaboradores.
- Identificar su propio estilo de liderazgo. Aprender más sobre los distintos estilos de liderazgo y coaching.
- Aprender a adaptar su estilo de liderazgo y practicar técnicas de coaching y feedback adaptadas a la necesidad de cada interlocutor.
- Identificar y desarrollar el potencial dentro del equipo.

Contenidos generales:

- Diferentes modelos y estilos de liderazgo.
- Funciones y competencias críticas de liderazgo.
- El rol de la comunicación y la influencia.
- Auto-evaluación de estilo de liderazgo.
- Características del equipo de alto desempeño.
- La motivación y la creación de confianza en el equipo.
- Las claves de la gestión del cambio.
- La dinámica de grupos: lo que todo líder debe saber.
- ¿Qué es coaching? Coaching aplicado al ciclo de desempeño y aplicado al desarrollo de potencial.

Metodología:

Metodología interactiva, al tratarse del desarrollo de habilidades. Materia enteramente basada en el formato "taller", con debates, análisis, prácticas, actividades, ejercicios situacionales con retroalimentación individualizada, y filmación en video.

Perfil de la formadora

Profesora colaboradora de **ESCP EUROPE** en programas para empresas en el área de Executive Education. MBA y Masters.

Especialista en el desarrollo de programas de liderazgo, coaching, comunicación e influencia para ejecutivos y directivos, Ha participado en la elaboración e impartición de dichos programas para empresas grandes empresas nacionales e internacionales: Altadis, Heineken, PriceWaterhouseCoopers, Italcementi, Tempe Inditex, CAPSA, Jazztell, Amadeus, Citibank, etc.

B.A. Spanish / French, en la Universidad de Londres, ha dedicado los últimos veinte años de su vida profesional al desarrollo ejecutivo.

Está acreditada por Team Management Systems (Margerison & McCann) para la utilización de herramientas y modelos específicos aplicados a coaching y liderazgo. (Team Management Profile), y diplomada como formadora en PNL.

Gestión de equipos internacionales / International Team Management (16 h.)

Fecha: Diciembre 2009.

Este seminario se puede impartir
tanto en español como en inglés.

Objetivos:

- Analizar los retos específicos a los que se enfrentan los líderes de equipos geográficamente dispersos, y/o multiculturales.
- Estudiar las competencias que permiten maximizar la colaboración y la integración de los miembros de estos equipos.
- Llegar a conocer la dinámica de equipos culturalmente diferentes y entender el impacto en los hábitos de comunicación.
- Desarrollar las habilidades de diagnóstico y los comportamientos de comunicación apropiados.

Contenidos generales:

- Funciones y competencias críticas del liderazgo de equipos internacionales.
- Las 10 dimensiones de la efectividad inter-cultural.
- El impacto de los factores culturales en la comunicación.
- Aplicación de técnicas de gestión de proyectos al equipo internacional: establecimiento de la misión, metas y visión del equipo.
- Análisis y previsión de riesgos: cómo afrontar obstáculos comunes en un entorno de comunicación "virtual".
- Gestión de relaciones externas: mentores y "terceros influyentes".

Metodología:

Metodología interactiva, al tratarse del desarrollo de habilidades. Materia enteramente basada en el formato "taller", con debates, análisis, prácticas, actividades, ejercicios situacionales con retroalimentación individualizada, y filmación en video.

Perfil de la Formadora

Profesora colaboradora de **ESCP EUROPE** en programas para empresas en el área de Executive Education. MBA y Masters.

Especialista en el desarrollo de programas de liderazgo, coaching, comunicación e influencia para ejecutivos y directivos, Ha participado en la elaboración e impartición de dichos programas para empresas grandes empresas nacionales e internacionales: Altadis, Heineken, PriceWaterhouseCoopers, Italcementi, Tempe Inditex, CAPSA, Jazztell, Amadeus, Citibank, etc.

B.A. Spanish / French, en la Universidad de Londres, ha dedicado los últimos veinte años de su vida profesional al desarrollo ejecutivo.

Está acreditada por Team Management Systems (Margerison & McCann) para la utilización de herramientas y modelos específicos aplicados a coaching y liderazgo. (Team Management Profile), y diplomada como formadora en PNL.

Negociación efectiva / Effective Negotiation [16 h.]

Fecha: Enero 2010.

Objetivos:

- Explorar el arte de la negociación aplicada a las situaciones del día a día-clientes, colaboradores, proveedores y colegas, mediante la profundización en las competencias y herramientas asociadas a la negociación.
- Fortalecer las habilidades de comunicación asociadas a la negociación.

Este seminario se puede impartir tanto en español como en inglés.

Contenidos generales:

- Qué es la negociación? ¿Cuándo se negocia?.
- Las competencias del negociador.
- Auto-evaluación del estilo de negociación.
- Los factores y las fases en la negociación.
- Preparar la negociación.
- Estrategias de negociación.
- Las variables en la negociación.
- Cómo abordar propuestas y concesiones.
- El cierre de una negociación.
- La toma de decisiones. Cómo lograr el consenso y acuerdos "win-win".

Metodología:

Metodología interactiva, al tratarse del desarrollo de habilidades. Materia enteramente basada en el formato "taller", con debates, análisis, prácticas, actividades, ejercicios situacionales con retroalimentación individualizada, y filmación en video.

Perfil de la formadora

Profesora colaboradora de **ESCP EUROPE** en programas para empresas en el área de Executive Education. MBA y Masters.

Especialista en el desarrollo de programas de liderazgo, coaching, comunicación e influencia para ejecutivos y directivos, Ha participado en la elaboración e impartición de dichos programas para empresas grandes empresas nacionales e internacionales: Altadis, Heineken, PriceWaterhouseCoopers, Italcementi, Tempe Inditex, CAPSA, Jazztell, Amadeus, Citibank, etc.

B.A. Spanish / French, en la Universidad de Londres, ha dedicado los últimos veinte años de su vida profesional al desarrollo ejecutivo.

Está acreditada por Team Management Systems (Margerison & McCann) para la utilización de herramientas y modelos específicos aplicados a coaching y liderazgo. (Team Management Profile), y diplomada como formadora en PNL.

Hablar en público y Técnicas de presentación/ Public Speaking & Presentation Techniques (16 h.)

Fecha: Marzo 2010.

Objetivos:

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de:

- Comunicarse con mayor confianza, entusiasmo y persuasión
- Diseñar y estructurar la presentación
- Mantener la atención y el interés del público
- Emplear soporte visual para lograr el máximo impacto
- Desenvolverse con confianza durante el turno de preguntas

Contenidos generales:

- Cómo fijar objetivos claros y preparar la presentación de forma sistemática
- Apertura y cierre con impacto
- Utilización de la comunicación verbal y no verbal de forma apropiada
- Cómo mantener el interés del público
- Técnicas para controlar el estrés
- Cómo anticipar y responder preguntas difíciles

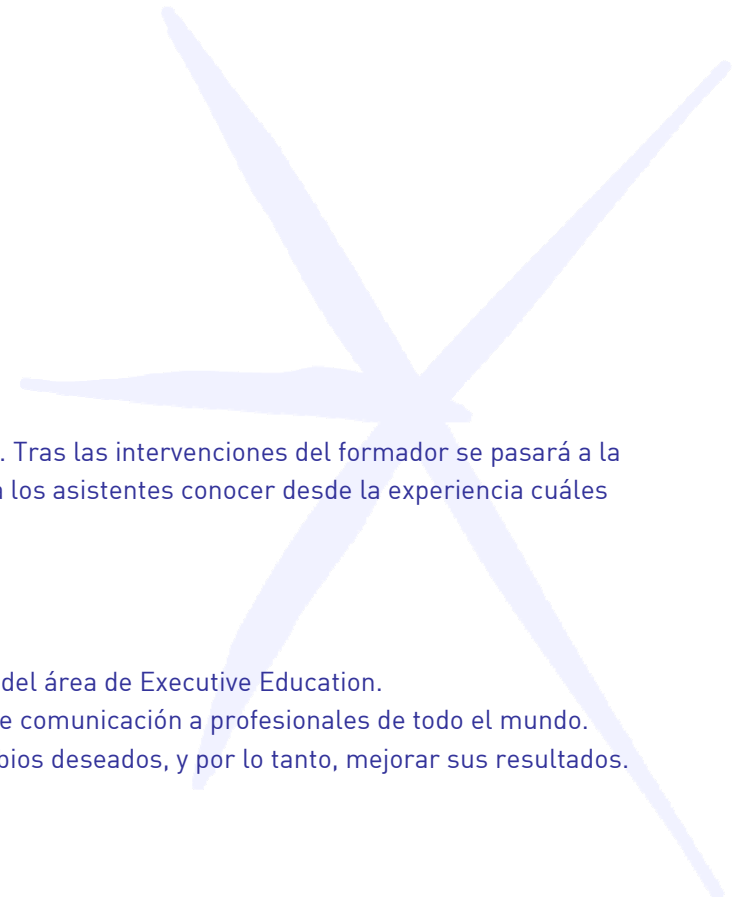
Metodología

Bajo el lema "learning by doing", este curso se desarrollará de una manera muy práctica. Tras las intervenciones del formador se pasará a la acción: grabaciones en vídeo, ejercicios prácticos y posteriores evaluaciones permitirán a los asistentes conocer desde la experiencia cuáles son las técnicas más eficaces a utilizar ante una presentación.

Perfil de la formadora

Profesora colaboradora de **ESCP EUROPE** en programas para empresas internacionales del área de Executive Education. Cuanta con 20 años de experiencia diseñando e impartiendo programas de habilidades de comunicación a profesionales de todo el mundo. Como consultora, ha ayudado a muchas personas y organizaciones a conseguir los cambios deseados, y por lo tanto, mejorar sus resultados. Además colabora en programas de Master en la Universidad de Carlos III de Madrid.

Este seminario se puede impartir tanto en español como en inglés.



Objetivos:

- Conocer los planteamientos generales de los procesos de los conflictos
- Conocer y mejorar el estilo propio de resolución de conflictos de cada participante
- Mejorar las habilidades para evitar la escalada de conflictos

Contenidos generales:

- **Conceptos de conflictos.** Introducción a los principales conceptos que rigen la negociación. Intereses, proceso, planteamiento general... son algunos de los puntos que se tratarán.
- **Mi estilo de gestión de conflictos.** A través de un cuestionario y un ejercicio los participantes podrán conocer a fondo sus habilidades como negociador, sus puntos fuertes y débiles.
- **Asertividad.** Toda gestión de conflictos se basa en los derechos de ambas partes. Sin el convencimiento de la bondad de mis derechos no puedo negociar. La asertividad es la defensa de mis derechos sin necesidad de atacar a los otras partes de la negociación.
- **Proceso de conflictos.** El conflicto tiene su propia dinámica y estructura. Hemos de conocer ambas si queremos intervenir en gestión de conflictos.
- **Tratar con personas difíciles.** En los conflictos nos solemos encontrar con personas que adoptan una posición que nos obliga a contar con estrategias de comunicación para mantener la relación. Todo negociador conoce y aplica estas estrategias independientemente de lo que le gustaría hacer.

Metodología:

Se utilizará una metodología activa y dinámica, los participantes realizarán ejercicios para experimentar los modelos y herramientas que se dan en el curso. Se resolverán casos de conflictos. Se trabajará con técnicas de rol-playing.

Perfil del formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE** en programas Master.

Actualmente es Socio Director de la consultora DTI – InterManagement. Experto en temas de Management: liderazgo, comunicación, neuromanagement, negociación, gestión de conflictos, selección de personal...

Autor de los libros: Neuromanagement y Entrevistas de Selección de Personal

Imparte cursos habitualmente en: BBVA, Renault España, Telefónica, La Caixa, Soc. de Prevención de Fremap, Fox Televisión, Tecnatom...

Objetivos:

- Dar a conocer de manera amplia los diferentes aspectos a tener en cuenta en la selección de personal.
- Aspectos importantes a tener en cuenta durante la selección de personal.

Contenidos generales:

1. Cambios en Selección de Personal.

Cambios en las fuentes de reclutamiento. Cambios en los cuestionarios. Cambios en las entrevistas.

2. Trabajar con competencias

Elaboración de competencias generales y específicas. Utilización de las competencias en el proceso de selección.

3. Ventajas e inconvenientes de la selección a través de plataformas: InfoJobs

Cómo acceder a las plataformas. Perfiles eficaces. Los CV en Infojobs. Las preguntas filtro

4. Importancia de las entrevistas

Primeras entrevistas. Entrevistas en profundidad por RRHH. Entrevistas por su posible mando. Cómo analizar una entrevista.

5. El papel de los test

Tipos de test. Nuevos tipos de pruebas: el eneagrama. Los informes de los test.

6. Las dinámicas de grupo

Tipos de dinámica. Los observadores.

7. Otros factores a tener en cuenta

La cultura del candidato. Jefe y candidato. El "cerebro" del candidato

Metodología:

Exposiciones breves. Role- playings. Ejercicios. Muy participativo.

Perfil del formador:

Profesor colaborador de **ESCP EUROPE** en diferentes programas Master.

Actualmente es Socio Director de la consultora DTI – InterManagement.

Experto en temas de Management: liderazgo, comunicación, neuromanagement, negociación, gestión de conflictos, selección de personal...

Autor de los libros: Neuromanagement y Entrevistas de Selección de Personal

Imparte cursos habitualmente en: BBVA, Renault España, Telefónica, La Caixa, Soc. de Prevención de Fremap, Fox Televisión, Tecnatom...

GENERAL MANAGEMENT PROGRAMME 2010

> GMP - General Management Programme Construye un itinerario de formación a tu medida

El General Management Programme (GMP) tiene como objetivo principal ofrecer a los participantes un conocimiento funcional de la empresa y desarrollar sus habilidades de gestión para que puedan ejercer su profesión con mayor talento y eficacia.

El GMP te ofrece la posibilidad de:

- Desarrollar una visión amplia sobre estrategia empresarial y de liderazgo.
- Adquirir competencias y conocimientos clave para una gestión eficaz.
- Comprender las principales fuerzas que rigen el entorno empresarial y el comportamiento organizacional
- Trabajar con una red selecta de profesionales y compartir conocimientos y experiencias.

¿Por qué realizar el GMP?



Duración: 180 h. (horas lectivas y horas de contacto)
Fechas: Enero – Diciembre 2010
Idiomas: Inglés y Español (se imparten módulos en los dos idiomas)
Horario: Jueves: 19:00 h. – 22:00 h.
 Viernes: 16:00 h. – 22:00 h.
 Sábado: 9:00 h. – 14:00 h.

Tarifas:
 Programa Completo: 16.500 €
 Módulos independientes: Módulo 12 horas: 1.500 €
 Módulo 24 horas: 2.700 €

Tarifas especiales para grupos de empresa.

Perfil del participante:

El GMP está dirigido a profesionales con un mínimo de 5 años de experiencia profesional con responsabilidad en la toma de decisiones, cuyo próximo paso, en su carrera profesional, implique adquirir una mayor responsabilidad en puestos directivos.

Módulos:

Se pueden realizar módulos independientes o bien el programa completo

Área Económico - Financiera:

- Contabilidad (12 horas)
- Gestión Económica (24 horas)
- Finanzas Corporativas (12 horas)
- Control de Gestión (12 horas)

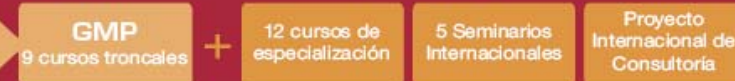
Área de Gestión:

- Estrategia Corporativa (24 horas)
- Marketing (24 horas)
- Sistema Legal Internacional (24 horas)
- Comportamiento Organizacional (24 horas)
- Gestión de Operaciones (12 horas)

Del GMP al EEMBA

Una vez completado el GMP se ofrece la opción de avanzar hacia la prestigiosa titulación del **European Executive MBA**, reconocida mundialmente.

El European Executive MBA tiene la acreditación internacional AMBA y ocupa el **puesto 22º a nivel mundial**, según el ranking del Financial Times:



**EUROPEAN EXECUTIVE
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION**

TARIFAS

OPCIONES:

TARIFA PLANA:

10.000 €por 15 plazas

Las plazas pueden ser ocupadas por una persona o varias de la misma empresa, indistintamente.

TARIFA GRUPOS (Programas para Empresas):

Para un grupo de personas de la misma empresa.

Tarifas especiales para grupos

Posibilidad de Programas *In Company*

TARIFA COMPLETA:

700 €por seminario de 16 horas.

GENERAL MANAGEMENT PROGRAMME (GMP- 2010) :

Programa completo: 16.500 €

Módulos independientes:

Módulo 12 horas: 1.500 €

Módulo 24 horas: 2.700 €





Contacto:

ESCP EUROPE

Área de Executive Education

Alicia Cavia - Coordinadora

acavia@escpeurope.eu

Tel: 91 386 25 11

