



**Formación
Ejecutiva**

Gestión Empresarial

PROGRAMA FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES DE TRANSFORMACIÓN HUMANA

CESA Hechos para Crecer.



Agosto 31 de 2.020

CESA - COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN

Es una institución de educación superior con acreditación de alta calidad, líder en Colombia desde hace más de 40 años, mono disciplinar, especializada en Administración de Empresas con cuatro programas de postgrado, en las áreas de **mercadeo** y **finanzas** y un **MBA** Internacional. Se ofrecen programas de **Formación Ejecutiva** para apoyar el desarrollo integral de quienes se dedican a la administración de empresas públicas y privadas. Hace especial énfasis en la gestión del conocimiento como un factor significativo de creación de valor, promoviendo el desarrollo de las competencias que se requieren para desempeñar en forma eficaz y eficiente las funciones administrativas. Promueve en cada uno de los programas el desarrollo de comportamientos, habilidades, conocimientos y actitudes que favorecen el correcto desempeño del trabajo de cara al logro de los objetivos estratégicos de la empresa. El CESA quiere contribuir al progreso nacional con la formación de los mejores empresarios que tengan los más altos estándares personales y profesionales. Para lograrlo, el CESA ofrece una educación personalizada, internacional, preocupada por formar emprendedores y líderes empresariales.



NUESTRAS INSTALACIONES

Ubicado en el corazón del tradicional barrio La Merced, en Bogotá, el CESA está conformado por 16 casas y un edificio, en 15.322 m².

Consciente de su valor patrimonial para la arquitectura de la ciudad, el CESA se ha preocupado por conservar el estilo original de los inmuebles, al tiempo de dotarlos con equipos y tecnología de punta en beneficio de la población estudiantil.





**Formación
Ejecutiva**
Gestión Empresarial



Casa Fundadores
Calle 35 No. 6-32



Edificio de Innovación y
Emprendimiento
Cra 5 No. 34-07



Casa Bienestar
Cra 5A No 35-61



Casa Incolda
Diagonal 34 A No. 5A-23



Casa Echavarría
Cra 5 No. 34-23



Casa Lleras
CII 35 No. 5A-38



Casa Biblioteca
Diagonal 34A No. 5A-31



Casa Arango
CII 35 No. 6-29/37



Casa Rocha
Diagonal 34A No. 5A-57/69



Casa Mejía
Clle. 35 No. 5A-31



Casa Vargas
Cra. 5A No. 35-27



Casa Cesa
Cra. 6 No. 34-51



Casa Bienestar Antiguo
Diagonal 34A No. 5A-60/62

PROGRAMA FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES DE TRANSFORMACIÓN HUMANA



SOBRE EL PROGRAMA



Colaboradores de diferentes niveles y áreas de RTVC



El programa de capacitación está diseñado en el marco del enfoque estratégico organizacional de RTVC.

Se presentan los programas tipo Diplomado.



Docentes CESA.



INTRODUCCIÓN

El programa tiene un enfoque 360 de la organización, donde el eje principal del cambio de la empresa y la sociedad lo representa el recurso humano considerando las capacidades y la orientación de las nuevas **generaciones**.

Comprenderán ampliamente las implicaciones del mundo digital actual y como están afectando nuestros procesos de interacción y comunicación en la empresa.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada, se fundamenta en la metodología constructivista participativa, la cual contempla una fundamentación del 20% (teoría) y aplicación de conocimientos en un 80%, (práctica).

El Plan de capacitación se realiza centrado en la metodología “aprendizaje centrado en el participante”. Esto brinda un aprendizaje aplicado al contexto real de la empresa, estudio de casos y un cuerpo docente integrado por un destacado equipo de profesionales de contrastada experiencia, el plan de capacitación permite desarrollar habilidades, competencias profesionales y capacidades de gestión necesarias para destacarse en el mundo de hoy, a través de una grata experiencia académica.



METODOLOGÍA

Todos los diplomados se prestarán en la modalidad de clases online virtual, en donde el CESA proveerá la plataforma tecnológica (Aula virtual sincrónica) a través de la cual se conectarán los participantes. Esta plataforma permite la conexión simultánea entre el docente a cargo y los colaboradores de RTVC; quienes pueden compartir recursos tales como presentaciones, videos, organizarse por grupos y hacer presentaciones.



ESTRUCTURA DE LOS DIPLOMADOS

DIPLOMADOS- CONTENIDOS ACADÉMICOS					INTENSIDAD TOTAL POR DIPLOMADO
Diplomado en Transformación Digital	Planeación + competencias	Gestión y Administración de Proyectos + competencias	Transformación Digital competencias		102
Total Horas	24	24	54		
Diplomado en Gestión del Conocimiento	Planeación + competencias	Gestión y Administración de Proyectos + competencias	Gestión del Conocimiento competencias		80
Total Horas	24	24	32		
Diplomado en Marketing Digital	Planeación + competencias	Gestión y Administración de Proyectos + competencias	Marketing Digital+ competencias	Análítica de datos e inteligencia de negocios + competencias	120
Total Horas	24	24	54	18	
Diplomado en Gestión de Proyectos	Planeación + competencias		Gestión y Administración de Proyectos + competencias		80
Total Horas	24		56		

MÓDULO: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA- 24 HORAS

TEMA 1 PLANEACIÓN PROSPECTIVA PARA LA ACCIÓN-21 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar competencias para diseñar e implementar el plan prospectivo estratégico de la compañía, para alcanzar el escenario deseable o la MEGA (Meta Grande y Ambiciosa)

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

El Pensamiento estratégico vs El pensamiento lateral

El perfil de un estratega

El modelo mental de un estratega

Actitudes frente al futuro

El modelo de planeación prospectiva estratégica

El marco estratégico de la compañía.



Planeación estratégica desde el ciclo de Deming.

- Establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.
- Ejecutar lo planeado, donde se implementa la mejora.
- Realizar el seguimiento y medir los procesos y los productos contra las políticas, los objetivos y los requisitos del producto. Es la fase donde se analiza si se han obtenido los resultados deseados y analizar que queda aún por mejorar.
- Tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.



TEMA 2 COMUNICACIÓN ASERTIVA -3 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar en el equipo reflexiones sobre la importancia de generar espacios constructivos de comunicación que aporten a la productividad de la empresa.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Cómo se relaciona la productividad con la comunicación.

Conversaciones propositivas.

La comunicación es la herramienta, el propósito es la transformación.

Comunicar para generar compromisos activos.



MÓDULO: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS- 24 HORAS

TEMA 1 DESARROLLO DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS-21 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar habilidades tendientes a iniciar, planificar y organizar un proyecto con base en los estándares definidos por la empresa.

Sensibilizar a los participantes sobre el concepto de calidad y su importancia en la gerencia de proyectos.

Entregarle herramientas y conceptos para la definición de los planes de calidad del proyecto, así como el aseguramiento y el control de calidad del proyecto, lo cual permitirá la rentabilidad esperada y la sostenibilidad.

Conocimiento detallado de los conceptos y herramientas para definir, seguir y evaluar financieramente proyectos.



DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Gestión del Alcance del Proyecto

- Project Charter y Stakeholders.

Calidad y Gerencia de proyectos:

- Introducción básica y enlace con la gestión de calidad.
- Aseguramiento de la calidad.
- Control de calidad.
- Entradas, procesos y salidas.

Gestión de costos y financiera

- Costos
- Presupuesto
- Flujo de Caja Libre



Tiempo

- Definición y estimación de recursos, secuenciación y estimación de las actividades del proyecto.

Evaluación de Riesgos en Proyectos

- Categorías de Riesgos
- Procesos Involucrados
- Técnicas de Identificación y análisis de riesgos: cuantitativo y cualitativos

Adquisiciones

- Plan de adquisiciones
- Administración de contratos
- Aspectos legales de la contratación pública y privada

Cierre del Proyecto

- Documentación final
- Lecciones aprendidas



TEMA 2 TRABAJO EN EQUIPO COMO HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS -3 HORAS

OBJETIVO:

Comprender la necesidad de gestionar desde el liderazgo los estados de ánimo y trabajar con las resistencias.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Características de los grupos eficaces, condiciones necesarias para el adecuado funcionamiento.

Acuerdos para el trabajo en equipo que les facilite: la comunicación, el relacionamiento, la convivencia, la confrontación positiva y los resultados.

El cambio como motor de empoderamiento creando una dinámica que genere un alto nivel de sinergia y de alineación de los objetivos.



MÓDULO: TRANSFORMACIÓN DIGITAL-54 HORAS

TEMA 1 TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LOS NEGOCIOS-51 HORAS

OBJETIVOS:

Identificar las tendencias del mundo impulsadas por la tecnología.

Interpretar el comportamiento del consumidor digital.

Conocer las tecnologías habilitadoras del proceso de transformación digital

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Mundo digital

Introducción a la transformación digital.

Megatendencias.

Modelos de negocios digitales.

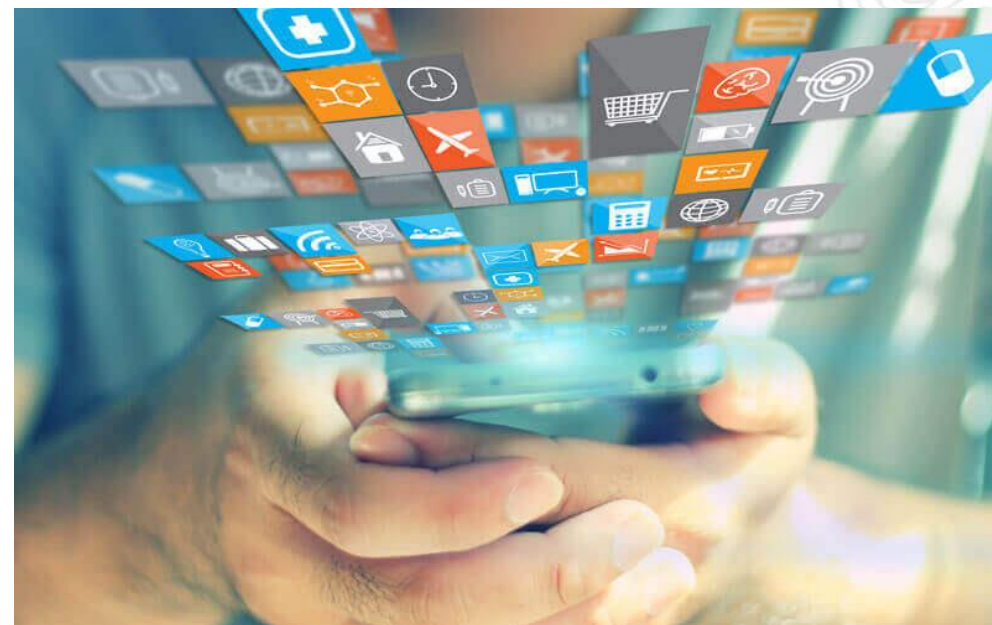


Ambientes y ecosistemas

- El consumidor digital
- Innovación empresarial
- Colaboración y cocreación en ambientes digitales

Gestión del cambio y tecnologías disruptivas

- Gestión del cambio en las empresas
- Tecnologías de la transformación
- Realidad aumentada y realidad virtual



TEMA 2 INTRAEMPENDIMIENTO-3 HORAS

OBJETIVO:

Generar en los participantes procesos de observación y pensamiento sistémico, para que las ideas surjan del análisis de las situaciones y oportunidades, que contribuyen a hacer más efectivos los procesos de trabajo que se siguen en la empresa. Con sistemas más sencillos y técnicas más modernas, que a la larga se traducen en un incremento de la productividad. Se abandonan las prácticas obsoletas y se introducen nuevas herramientas que permiten optimizar los tiempos dedicados a cada tarea.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Visualización de los diferentes aspectos para enfocar las oportunidades a partir de un ámbito creativo.



MÓDULO: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA- 24 HORAS

TEMA 1 PLANEACIÓN PROSPECTIVA PARA LA ACCIÓN-21 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar competencias para diseñar e implementar el plan prospectivo estratégico de la compañía, para alcanzar el escenario deseable o la MEGA (Meta Grande y Ambiciosa)

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

El Pensamiento estratégico vs El pensamiento lateral

El perfil de un estratega

El modelo mental de un estratega

Actitudes frente al futuro

El modelo de planeación prospectiva estratégica

El marco estratégico de la compañía.



Planeación estratégica desde el ciclo de Deming.

- Establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.
- Ejecutar lo planeado, donde se implementa la mejora.
- Realizar el seguimiento y medir los procesos y los productos contra las políticas, los objetivos y los requisitos del producto. Es la fase donde se analiza si se han obtenido los resultados deseados y analizar que queda aún por mejorar.
- Tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.



TEMA 2 COMUNICACIÓN ASERTIVA -3 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar en el equipo reflexiones sobre la importancia de generar espacios constructivos de comunicación que aporten a la productividad de la empresa.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Cómo se relaciona la productividad con la comunicación.

Conversaciones propositivas.

La comunicación es la herramienta, el propósito es la transformación.

Comunicar para generar compromisos activos.



MÓDULO: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS- 24 HORAS

TEMA 1 DESARROLLO DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS-21 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar habilidades tendientes a iniciar, planificar y organizar un proyecto con base en los estándares definidos por la empresa.

Sensibilizar a los participantes sobre el concepto de calidad y su importancia en la gerencia de proyectos.

Entregarle herramientas y conceptos para la definición de los planes de calidad del proyecto, así como el aseguramiento y el control de calidad del proyecto, lo cual permitirá la rentabilidad esperada y la sostenibilidad.

Conocimiento detallado de los conceptos y herramientas para definir, seguir y evaluar financieramente proyectos.



DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Gestión del Alcance del Proyecto

- Project Charter y Stakeholders.

Calidad y Gerencia de proyectos:

- Introducción básica y enlace con la gestión de calidad.
- Aseguramiento de la calidad.
- Control de calidad.
- Entradas, procesos y salidas.

Gestión de costos y financiera

- Costos
- Presupuesto
- Flujo de Caja Libre



Tiempo

- Definición y estimación de recursos, secuenciación y estimación de las actividades del proyecto.

Evaluación de Riesgos en Proyectos

- Categorías de Riesgos
- Procesos Involucrados
- Técnicas de Identificación y análisis de riesgos: cuantitativo y cualitativos

Adquisiciones

- Plan de adquisiciones
- Administración de contratos
- Aspectos legales de la contratación pública y privada

Cierre del Proyecto

- Documentación final
- Lecciones aprendidas



TEMA 2 TRABAJO EN EQUIPO COMO HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS -3 HORAS

OBJETIVO:

Comprender la necesidad de gestionar desde el liderazgo los estados de ánimo y trabajar con las resistencias.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Características de los grupos eficaces, condiciones necesarias para su adecuado funcionamiento.

Acuerdos para el trabajo en equipo que les facilite: la interacción, el relacionamiento, la convivencia, la confrontación positiva y el logro de los resultados.

El cambio como motor de empoderamiento creando una dinámica de trabajo, un alto nivel de sinergia y de alineación de los objetivos.



MÓDULO: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO-32 HORAS

LA INTELIGENCIA COLECTIVA Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

OBJETIVOS:

Contribuye con el desarrollo de las competencias para la interacción con el entorno, en la medida que posibilita generar los flujos de incorporación del conocimiento que proviene del entorno, cómo ese conocimiento se canaliza en la creación, aplicación y comunicación a su interior y cómo se dinamiza con los procesos organizacionales.

Analizar los principios de la gestión del conocimiento

Estructuración de modelos para gestionar el conocimiento organizacional
Identificar la aplicación de la gestión del conocimiento en el mundo organizacional.



DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Procesos de gestión del conocimiento.

- Enfoques teóricos del conocimiento
- Conceptos básicos del conocimiento organizacional

Modelos para gestionar el conocimiento

Economía del conocimiento.

Gestión del conocimiento como fuente de valor

Estructura de la gestión del conocimiento:

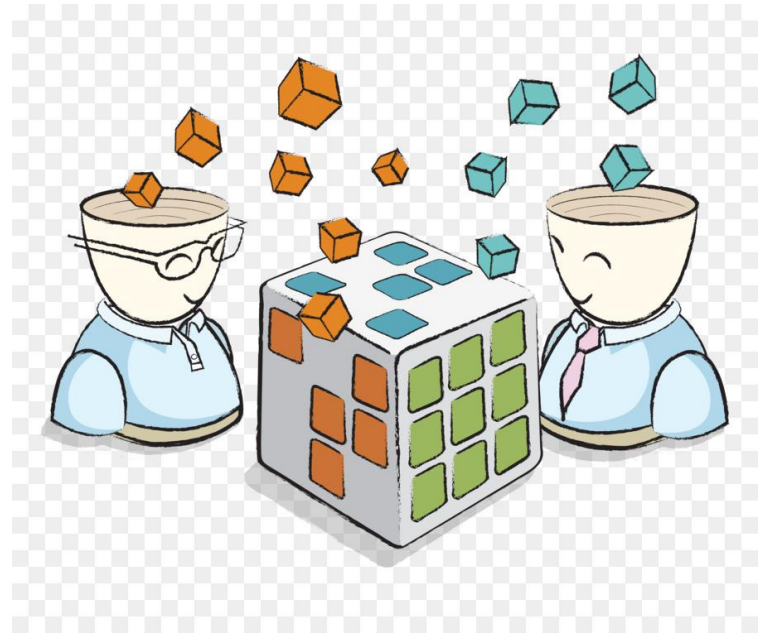
- Cómo se produce
- Cómo se sistematiza
- Cómo se comunica y cómo se protege el conocimiento en las organizaciones.

Tecnología y gestión del conocimiento

¿Qué papel juega el líder en la creación de conocimiento organizacional?

Conexión entre gestión del conocimiento e innovación.

Aspectos a tener en cuenta en el diseño y puesta en práctica de una estrategia de Gestión del Conocimiento.



MÓDULO: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA- 24 HORAS

TEMA 1 PLANEACIÓN PROSPECTIVA PARA LA ACCIÓN-21 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar competencias para diseñar e implementar el plan prospectivo estratégico de la compañía, para alcanzar el escenario deseable o la MEGA (Meta Grande y Ambiciosa)

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

El Pensamiento estratégico vs El pensamiento lateral

El perfil de un estratega

El modelo mental de un estratega

Actitudes frente al futuro

El modelo de planeación prospectiva estratégica

El marco estratégico de la compañía.



Planeación estratégica desde el ciclo de Deming.

- Establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.
- Ejecutar lo planeado, donde se implementa la mejora.
- Realizar el seguimiento y medir los procesos y los productos contra las políticas, los objetivos y los requisitos del producto. Es la fase donde se analiza si se han obtenido los resultados deseados y analizar que queda aún por mejorar.
- Tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.



TEMA 2 COMUNICACIÓN ASERTIVA -3 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar en el equipo reflexiones sobre la importancia de generar espacios constructivos de comunicación que aporten a la productividad de la empresa.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Cómo se relaciona la productividad con la comunicación.

Conversaciones propositivas.

La comunicación es la herramienta, el propósito es la transformación.

Comunicar para generar compromisos activos.



MÓDULO: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS- 24 HORAS

TEMA 1 DESARROLLO DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS-21 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar habilidades tendientes a iniciar, planificar y organizar un proyecto con base en los estándares definidos por la empresa.

Sensibilizar a los participantes sobre el concepto de calidad y su importancia en la gerencia de proyectos.

Entregarle herramientas y conceptos para la definición de los planes de calidad del proyecto, así como el aseguramiento y el control de calidad del proyecto, lo cual permitirá la rentabilidad esperada y la sostenibilidad.

Conocimiento detallado de los conceptos y herramientas para definir, seguir y evaluar financieramente proyectos.



DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Gestión del Alcance del Proyecto

- Project Charter y Stakeholders.

Calidad y Gerencia de proyectos:

- Introducción básica y enlace con la gestión de calidad
- Aseguramiento de la calidad.
- Control de calidad.
- Entradas, procesos y salidas.

Gestión de costos y financiera

- Costos
- Presupuesto
- Flujo de Caja Libre



Tiempo

- Definición y estimación de recursos, secuenciación y estimación de las actividades del proyecto.

Evaluación de Riesgos en Proyectos

- Categorías de Riesgos
- Procesos Involucrados
- Técnicas de Identificación y análisis de riesgos: cuantitativo y cualitativos

Adquisiciones

- Plan de adquisiciones
- Administración de contratos
- Aspectos legales de la contratación pública y privada

Cierre del Proyecto

- Documentación final
- Lecciones aprendidas.



TEMA 2 TRABAJO EN EQUIPO COMO HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS -3 HORAS

OBJETIVO:

Comprender la necesidad de gestionar desde el liderazgo los estados de ánimo y trabajar con las resistencias.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Características de los grupos eficaces, condiciones necesarias para su adecuado funcionamiento.

Acuerdos para el trabajo en equipo que les facilite: la interacción, el relacionamiento, la convivencia, la confrontación positiva y el logro de los resultados.

El cambio como motor de empoderamiento creando una dinámica de trabajo, un alto nivel de sinergia y de alineación de los objetivos.



MÓDULO: MARKETING DIGITAL -54 HORAS

TEMA 1 MARKETING DIGITAL ESTRATÉGICO-51 HORAS

OBJETIVOS:

Analizar los comportamientos del mercado y el consumidor dado el uso de nuevas tecnologías.

Desarrollar una visión global sobre el mundo digital, las tendencias y las implicaciones que esto representa.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Taller de Innovación/Design Thinking

Marketing estratégico online y consumidor digital

Fundamentos de marketing digital estratégico

- Cambios evolutivos en aspectos de la vida diaria-impacto de la digitalización.



DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

- Cambios evolutivos en aspectos de la vida diaria- impacto de la digitalización.
- Evolución de consumo de información.
- Evolución del consumo de medios.
- El consumidor digital.
- Retos de la comunicación a través de medios digitales.
- Mapa del ecosistema digital.
- Canales de comunicación digital, herramientas claves.
- Retos del consumo digital.
- El mercadeo enfocado en ventas rentables.
- Preparación para el trabajo en grupo.
- Elementos claves de un plan de mercadeo.
- Modelo Canvas.



Desarrollo de arquitectura de marca en contextos digitales (modelo adaptativo)

- Darwinismo Universal.
- El nacimiento del meme y los contenidos virales.
- De la fase teórica a la fase aplicada: cómo ser más adaptativo en digital.
- Modelos básicos.
- Atractividad, relevancia y coherencia.
- Figura – Fondo.
- Concepto articulador o Metáfora Operativa (CA/MO)
- Five Step Digital Branding Process
- Necesidades humanas aplicadas a la arquitectura de branding.
- Mapas digitales para despliegue de branding

Insights del consumidor digital

- Panorama del entorno y las variables macro y micro económicas relacionadas con el Comportamiento del consumidor colombiano.
- Entendimiento de cómo está cambiando el consumidor y los retos que impone la fragmentación de las audiencias.
- Definición psicográfica de las generaciones y como se relacionan con el consumo y la tecnología.
- Entendimiento de la importancia del big data para el análisis del consumidor.
- Análisis del panorama de la compra online y demás prácticas asociadas al ecosistema digital en Colombia (showrooming, ROPO, recomendaciones, etc.).
- Análisis del internauta colombiano.



Relaciones con los clientes y fidelización

- Introducción
- Objetivos de fidelización en internet
- CRM y eCRM
- Componentes clave
- Inteligencia de clientes
- Incremento del valor del cliente
- Lealtad y relacionamiento
- Administración de datos
- Segmentación aplicada
- Formas y dimensiones de segmentación
- Pasos para implementación de eCRM
- Segmentación y mapas
- Tecnología y herramientas

Presencia Online Web

Adonline/Native Advertising

- Introducción
- Digital Advertising desde el ecosistema de anuncios para display ad, al retargeting
- Formatos Digitales: Tradicionales y Rich Media.
- Planning Fundamentals of Online Advertising
- Fundamentos de la entrega y medición del éxito del online advertising
- Lineamientos, mejores Prácticas y Bases Legales en relación al uso de cookies y otros métodos de seguimiento.
- Introducción a los modelos básicos de compra de medios
- Social Ads.
- Lineamientos para Display Advertising.



Social Media/Real Time Marketing

- Qué es Social Media Marketing
- Las Dimensiones del Social Media Marketing
- Planning Estratégico Digital
- Community Management
- Manual de crisis para Social Media
- Reputación online
- Medición de objetivos y metas del Social Media

Marketing de contenidos/video

- Qué es Content Marketing?
- Historia y cifras del Content Marketing en el mundo.
- Content Marketing vs. Marketing Tradicional.
- Cómo ser relevante.
- El ciclo de necesidad del usuario.
- Audiencias Mínimas Viables.
- Story Telling.
- Formatos y referentes de Story Telling.
- Retórica.
- Contenido Centrado en el usuario.
- Lectura Escaneada.
- Amplificadores.
- Native Advertising.
- Estrategia y Flujos.
- Medición y Data.
- Contenido para SEO.
- Funneling.



Inbound Marketing/Marketing en buscadores

- Buscadores de Internet de las empresas colombiana
- Posicionamiento en buscadores de Internet
- Compra de palabras clave en Google AdWords
- Casos de éxito - Taller práctico de Google AdWords
- Inbound Marketing
- Atracción, conversión, cierre de venta y red de búsqueda



TEMA 2 GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN -3 HORAS

OBJETIVO:

Les permitirá obtener una visión holística de la innovación, para ser capaces de plantear iniciativas que permitan obtener nuevos modelos de negocio, procesos de mejora en todos los ámbitos de la empresa, actuar y pensar de manera diferente para hallar nuevas soluciones y crear resultados diferentes.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Pensamiento disruptivo personal y organizacional.
Necesidad de saltar la curva.

El porqué punto de partida. Propósito verdadero y genuino
Como estamos en nivel de madurez de innovación, para tomar mejores decisiones

Exploración vs explotación.



TEMA 3 OPCIONAL ANALÍTICA DE DATOS E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS-15 HORAS

OBJETIVO:

Les permitirá identificar las principales técnicas para la exploración y análisis de datos, así como para su visualización y presentación en forma dinámica e interactiva. Profundizar en la capacidad de análisis del participante para la creación de modelos de Business Intelligence.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Inteligencia de negocios con Power BI

En esta parte se busca profundizar en la capacidad de análisis del participante para la creación de modelos de Business Intelligence, que mejoran la planificación de la empresa, la efectividad en la toma de decisiones y el logro de los objetivos organizacionales, mediante el uso de Power BI.

- 1.Introducción a Power BI
- 2.Conexión a fuentes de datos
- 3.Transformación de Datos
- 4.Modelado de Datos



5. Cálculos de métricas y KPI's
6. Generación de Reportes
7. Exploración de Visualizaciones
8. Generación de Paneles
9. Cuadros de mando interactivo
10. Publicación de información.



Introducción a la Analítica de datos

Mediante aplicación práctica en casos empresariales específicos, el participante incorporará el uso de las herramientas y técnicas de la analítica de datos en la solución de problemas de negocios.

1. Descubrimiento de información
2. Introducción al Machine Learning
3. Discovery de Ventas
4. Forecasting de Ventas
5. Clustering de Clientes

TEMA 4 CAPACIDAD DE ANÁLISIS Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS-3 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar la capacidad de utilizar distintos métodos que apoyarán el análisis de datos y proceso de toma de decisiones.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Desarrollo de la capacidad de analizar y sintetizar la información, organizarla, evaluarla y reutilizarla.



MÓDULO: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA- 24 HORAS

TEMA 1 PLANEACIÓN PROSPECTIVA PARA LA ACCIÓN-21 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar competencias para diseñar e implementar el plan prospectivo estratégico de la compañía, para alcanzar el escenario deseable o la MEGA (Meta Grande y Ambiciosa)

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

El Pensamiento estratégico vs El pensamiento lateral

El perfil de un estratega

El modelo mental de un estratega

Actitudes frente al futuro

El modelo de planeación prospectiva estratégica

El marco estratégico de la compañía.



Planeación estratégica desde el ciclo de Deming.

- Establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.
- Ejecutar lo planeado, donde se implementa la mejora.
- Realizar el seguimiento y medir los procesos y los productos contra las políticas, los objetivos y los requisitos del producto. Es la fase donde se analiza si se han obtenido los resultados deseados y analizar que queda aún por mejorar.
- Tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.



TEMA 2 COMUNICACIÓN ASERTIVA -3 HORAS

OBJETIVO:

Desarrollar en el equipo reflexiones sobre la importancia de generar espacios constructivos de comunicación que aporten a la productividad de la empresa.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Cómo se relaciona la productividad con la comunicación.

Conversaciones propositivas.

La comunicación es la herramienta, el propósito es la transformación.

Comunicar para generar compromisos activos.



MÓDULO: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE PROYECTOS- 56 HORAS

TEMA 1 GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS-53 HORAS

OBJETIVO:

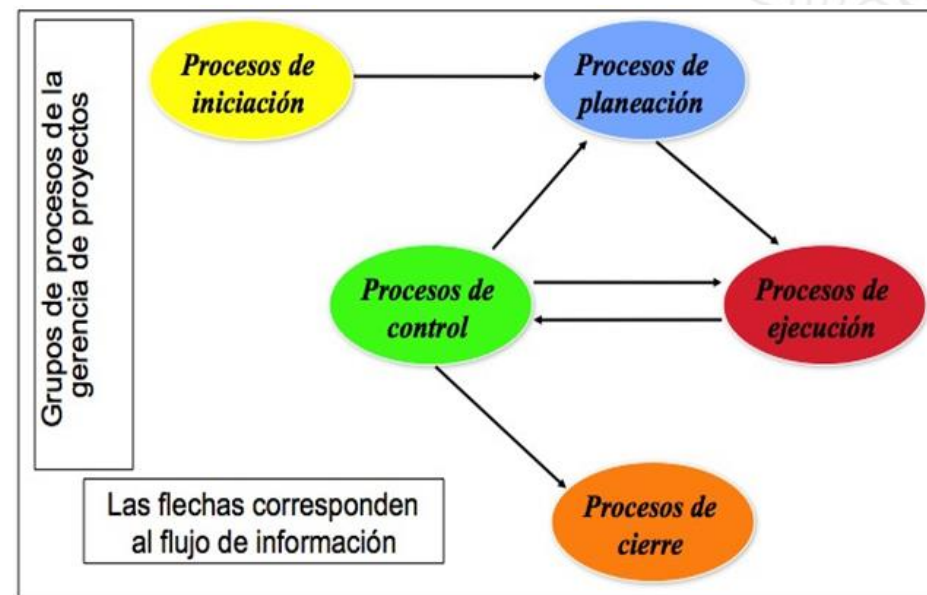
Entender los principales conceptos asociados a la gerencia de proyectos. Aplicar conocimientos a la gestión de proyectos en RTVC

Conocer los principales aspectos relacionados con la iniciación, planeación, ejecución, control y cierre de un proyecto.

Desarrollar habilidades que integre a los equipos para lograr sinergia para el cumplimiento de los objetivos.

Esta sesión tiene el propósito de conocer en forma general qué es la gerencia de proyectos, cuáles son los procesos de la gerencia de proyectos como se les conoce mundialmente, qué debe saber un gerente de proyectos, porqué se designa, cuales son sus responsabilidades y características principales, así como algunas herramientas gerenciales de uso común.

Procesos de la gerencia de proyectos



DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Herramientas gerenciales de uso común.

Se revisarán algunos de los procesos o herramientas gerenciales que los gerentes de proyecto utilizan para desarrollar su trabajo, tales como:

- Iniciación del proyecto
- Estructura desglosada del trabajo
- Cronograma del proyecto (PERT – CPM)



Gestión de la integración.

Este capítulo se enfocará los procesos requeridos para identificar, definir, combinar, unificar y coordinar diferentes procesos y actividades en los grupos de procesos. Particular atención merece el inicio del proyecto con el desarrollo de la carta del proyecto, el control de cambios y el cierre del proyecto. Los temas de este capítulo son:

- 1.Desarrollar el Project Charter
- 2.Desarrollar el Plan del Proyecto
- 3.Dirigir y Administrar la Ejecución
- 4.Monitorear y controlar el trabajo.
- 5.Realizar Control Integrado de cambios
- 6.Cerrar el proyecto o una etapa
- 7.Estudio de casos



Gestión del Alcance.

Son los procesos requeridos para asegurar que el proyecto incluye todo el trabajo requerido y únicamente el trabajo requerido para terminar satisfactoriamente el proyecto. Esta área de conocimiento es fundamental pues de acuerdo con el PMI® el 80% de las discrepancias entre contratantes y contratistas surge de una deficiente identificación, definición, contratación y/o comunicación del alcance del proyecto. Veremos una herramienta muy importante en la planeación y ejecución de proyectos y utilizada en el mundo entero denominada la Estructura Desglosada de Trabajo (Work Breakdown Structure). Se desarrollarán ejercicios prácticos con el fin de que los asistentes se familiaricen con esta técnica. Los temas de este capítulo son:

1. Plan de Gestión del alcance
2. Recopilación de Requerimientos
3. Definir el Alcance
4. Crear la estructura desglosada del trabajo
5. Validar el Alcance
6. Controlar el Alcance
7. Estudio de casos.



Gestión del tiempo.

Este capítulo se enmarca en los procesos requeridos para administrar la terminación a tiempo del proyecto. Tendrá mayor la atención en la elaboración de cronogramas siguiendo la metodología PERT - CPM. Los temas de este capítulo son:

1. Planear la gestión del cronograma
2. Definir actividades
3. Establecer secuencia de las actividades
4. Estimar recursos de las actividades
5. Estimar duración de las actividades
6. Desarrollar el cronograma
7. Controlar el cronograma
8. Estudio de casos



Gestión de Comunicaciones

Son los procesos requeridos para asegurar una oportuna generación, recopilación, almacenamiento, difusión y disposición final de la información del proyecto. Revisaremos en forma general cada uno de los subprocesos que se tienen en cuenta en un proyecto. De acuerdo con el PMI ® un Gerente de Proyectos emplea el 90% de su tiempo comunicándose. ¿Será necesario entonces tener claridad de las comunicaciones del proyecto?

Gestión de Interesados

Este capítulo se enfoca los procesos requeridos para identificar las personas, grupos u organizaciones que podrían impactar o ser impactadas por el proyecto, con el fin de analizar las expectativas de los interesados y su impacto en el proyecto y desarrollar estrategias apropiadas para comprometer a los interesados.



Gestión de costos del proyecto

Los tópicos principales que incluyen la estimación de los costos y beneficios del proyecto y de sus resultados.

Modelos financieros de análisis.

Simulación de proyectos

Presupuestación detallada e integración del cronograma y el presupuesto del proyecto.

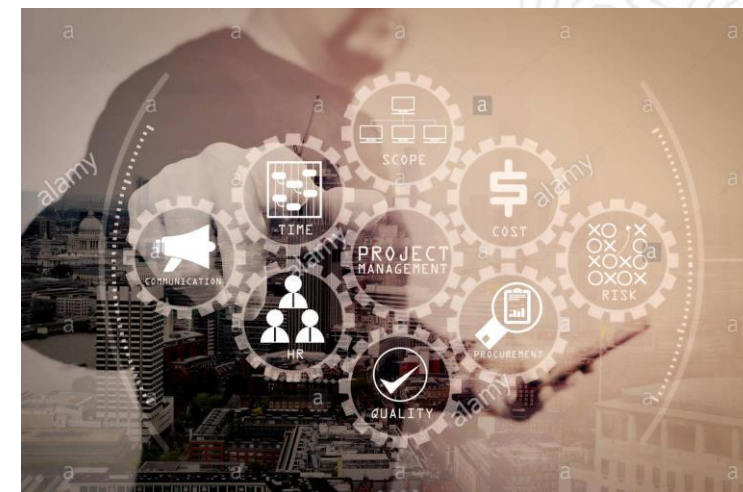
Técnicas de análisis del desempeño del proyecto integrando el presupuesto y el cronograma utilizando el análisis de valor ganado (“earned value analysis”).

Gestión de Calidad del Proyecto

La función de calidad y su implementación considerando su análisis costo/beneficio con relación al proyecto y al producto de este.

Herramientas requeridas para la aplicación práctica en la elaboración de planes de calidad

El control y el procesamiento de mejora continua.



Gestión de Riesgos en el Proyecto

Los tópicos que incluyen la identificación y clasificación cualitativa y cuantitativa de los riesgos

El modelo de riesgo global de un proyecto y su análisis cuantitativo.

Definición de medidas de mitigación y de contingencia

Definición de un plan de respuesta a riesgos identificados.

Monitoreo y control permanente de los riesgos en el proyecto.



Gestión de Adquisiciones

Los procesos que tienen que ver con las adquisiciones del proyecto

Los diferentes tipos de contratos y el papel del Gerente de Proyecto en las Adquisiciones.

Los contratos y su relación con riesgos

Metodología de manejo de adquisiciones

Tipos de Contratos

Manejo de terceros: proveedores y subcontratistas.

Gestión de monitoreo y control del proyecto

Técnicas y herramientas que permiten definir las métricas adecuadas para monitorear y controlar el proyecto al comparar el avance actual contra las líneas base definidas en los diferentes planes de gestión del proyecto.

Proyecciones y análisis de tendencias

Gestión de cierre del proyecto

Documentación Final

Lecciones aprendidas

Producto y servicio final

Cierre Administrativo

Cierre del contrato y del subcontrato



TEMA 2 TRABAJO EN EQUIPO COMO HERRAMIENTA PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS -3 HORAS

OBJETIVO:

Comprender la necesidad de gestionar desde el liderazgo los estados de ánimo y trabajar con las resistencias.

DESCRIPCIÓN DEL TEMA:

Características de los grupos eficaces, condiciones necesarias para su adecuado funcionamiento.

Acuerdos para el trabajo en equipo que les facilite: la interacción, el relacionamiento, la convivencia, la confrontación positiva y el logro de los resultados.

El cambio como motor de empoderamiento creando una dinámica de trabajo, un alto nivel de sinergia y de alineación de los objetivos.



CLASES VIRTUALES EN NUESTRA PLATAFORMA BLACKBOARD POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA COLLABORATE.

El CESA implementa nuevas estrategias para desarrollar los programas académicos protegiendo la salud y el bienestar de toda la comunidad, queremos compartir nuestra herramienta académica.

Blackboard Collaborate Ultra es una herramienta que provee un aula virtual sincrónica, que permite compartir aplicaciones, agregar archivos y utilizar una pizarra virtual para interactuar.

Durante la clase el estudiante es un participante activo, así que puede hablar, puede compartir video, puede enviar mensajes al docente y mensajes a los compañeros.

Ultra se abre directamente en el navegador de internet sin necesidad de instalar ningún software.



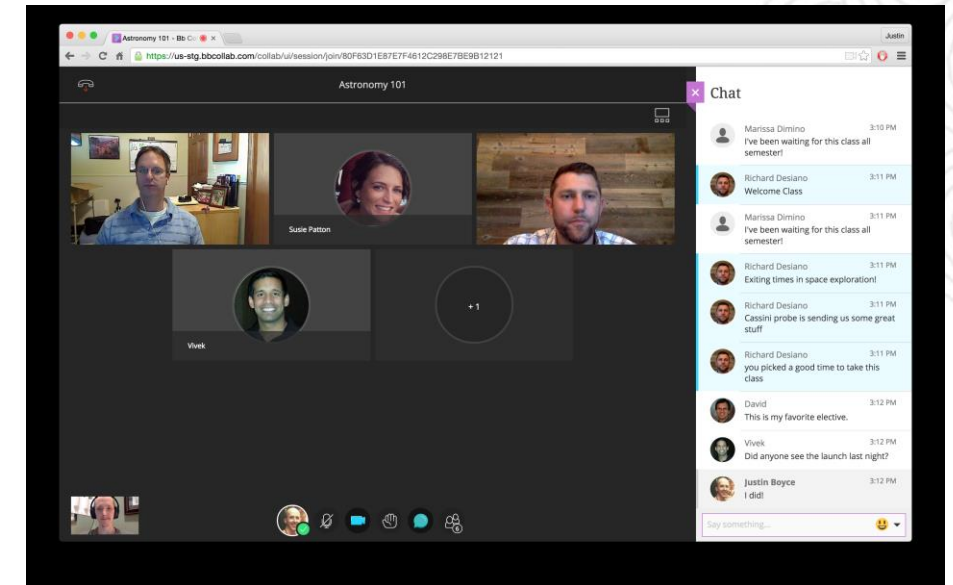
INTERFAZ DEL PARTICIPANTE

Durante la sesión, si el profesor no está compartiendo ningún tipo de contenido, la pantalla del usuario mostrará las siguientes herramientas:



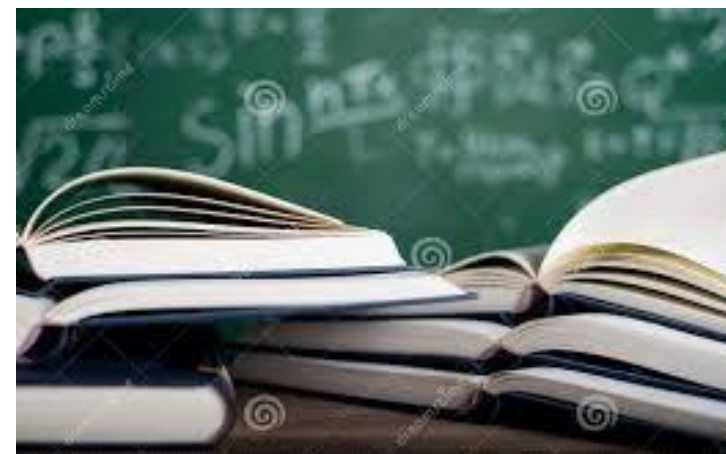
COLLABORATE ULTRA PERMITE:

- Acceder a chat con todos los estudiantes
- Revisar la asistencia a la sesión
- Compartir archivos, compartir pantalla y compartir pizarra en blanco la cual permite escribir, resaltar o señalar lo que se desee.
- Durante la clase se pueden crear grupos de trabajo. El docente puede escribir una o varias preguntas y asignarle a cada grupo una pregunta para que vayan desarrollando la actividad.
- Cada grupo puede compartir audio y el docente puede ir viendo lo que están haciendo los estudiantes.
- Se pueden crear preguntas cerradas para validar qué tanto están comprendiendo los estudiantes.
- Se pueden compartir imágenes, gráficas, ejercicios y los estudiantes pueden señalar o escribir el resultado del ejercicio
- Desarrollar un caso o describir una situación para que dentro de un espacio de tiempo determinado los estudiantes, envíen un archivo con la solución de la actividad.



MATERIALES

A cada participante se le entrega de forma digital, las memorias de la capacitación, organizadas de manera lógica y secuencial, lecturas que apoyan el aprendizaje y talleres prácticos para su aplicación. El material es construido por el docente a cargo de cada tema. Durante las sesiones de clase, los profesores entregan artículos y referencias bibliográficas para consulta, se utilizan recursos como videos, Internet, casos, talleres, ejercicios y dinámicas de grupo.



MECANISMOS DE SEGUIMIENTO DEL PROGRAMA

MEDICIÓN DE CONOCIMIENTO.

El participante tendrá una evaluación de entrada y salida: Al inicio y al finalizar el módulo, se calificarán en el rango de 1,00 a 5,00.

PROYECTO DE APLICABILIDAD DEL PROGRAMA

El programa considerará la iniciación y/o ejecución de un proyecto como requisito de aprobación. A partir de los conocimientos incorporados en el proceso de formación y las herramientas aprendidas los participantes deben estructurar una estrategia de mejora que permitan asegurar el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Esta actividad tendrá el acompañamiento del docente, con una intensidad de cinco (5) horas por grupo.

Nota: La información contenida en el presente documento tiene carácter confidencial y no podrá ser usada, duplicada o compartida con personas o empresas distintas de los destinatarios de la misma en el CESA y en RTVC.

La propuesta técnica detalla los aspectos mas importantes, la misma cumple integramente con lo solicitado en el pliego de condiciones de la convocatoria y sus anexos.



OTROS ASPECTOS DE LA PROPUESTA

Nuestra propuesta se basa en la modalidad de clases online para un grupo máximo de 30 participantes, por cada diplomado

Se incluirán de forma adicional:

- Capacitación adicional de 10 horas en temas relacionados con cultura organizacional (10 participantes)
- Capacitación adicional de 10 horas en temas relacionados con fortalecimiento de la comunicación asertiva (10 participantes).

No somos responsables del impuesto sobre las ventas IVA, de acuerdo con el artículo 476 del Estatuto Tributario y Art. 92 de la ley 30 de 1.992. No practicar retención en la fuente, entidad sin ánimo de lucro, no contribuyente del impuesto de renta según el Artículo 23 del E.T. Código Actividad Económica CIIU 8050 - Tarifa 9.66 X 1.000.

La presente cotización incluye todo lo solicitado en el pliego de condiciones y sus anexos.



CONTACTO CESA

Sandra Dávila Suárez

Key Account Senior

Formación Ejecutiva

Tel: 3395300 Ext: 1165

Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA

PBX: 339 5300 ext. 1134

Cel. 310574 71 84

sandra.davila@cesa.edu.co

Sonia Mendieta Pacheco

Coordinadora Académica Programas Inhouse

Formación Ejecutiva

Diagonal 34 A # 5A – 23

Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA

PBX: 339 5300 ext. 1134

sonia.mendieta@cesa.edu.co