

Adjunto a la dirección

Reconocer y comprender el papel del Adjunto a Dirección como una figura clave dentro de la empresa.

Aprendizajes

- Conocer el papel del Adjunto a Dirección: funciones y competencias clave.
- Saber qué es la planificación estratégica de una empresa.
- Ver un ejemplo del tipo de intervención que puede realizar el Adjunto a Dirección en los procesos internos de la empresa.
- Conocer la importancia de la descripción del puesto de trabajo para evitar conflictos organizacionales.
- Identificar los diferentes estilos de dirección del liderazgo situacional.
- Ver cómo impactan el feedback y los incentivos en la mejora continua de las personas.
- Analizar la rentabilidad y describir el ciclo de vida de los productos con el objetivo de poder tomar decisiones estratégicas.
- Saber cómo preparar y exponer una presentación en público.
- Saber cómo hacer un resumen ejecutivo para conocer el estado actual de la empresa.

Dirigido a:

Profesionales interesados en adquirir competencias y conocimientos de relacionados con las funciones propias de adjunto a la dirección.

Duración:

40 horas durante 6 semanas.

Programa del curso

Los contenidos que se imparten en este curso son:

Unidad 1. El papel del Adjunto a la Dirección.

1. Relación de interacción entre el Adjunto y la Dirección. El Adjunto como facilitador.
2. Competencias:
 - Visión estratégica.
 - Escucha activa.
 - Pensamiento analítico.
 - Iniciativa.

Unidad 2. Estrategia empresarial.

1. La misión, la visión y los valores de la empresa.
2. La ventaja competitiva.
3. El análisis DAFO.
4. Posiciones estratégicas.
5. Fijación de objetivos empresariales.

Unidad 3. Estrategia de procesos.

1. Asignación de tareas.
2. Modelo ITU de gestión del tiempo.
3. Elaboración de rapports.

Unidad 4. Estrategia de clientes.

1. Técnicas de incentivos en el punto de venta.
2. Técnicas de merchandising.
3. Perfil de los comerciales de la red de ventas.
4. Estrategias de venta por canal.

Unidad 5. Desarrollo de personas.

1. Descripción del puesto de trabajo: contenido del puesto, relaciones y condiciones.
2. Estilo de dirección y feedback constructivo.
3. Factores higiénicos y motivacionales.
4. Las recompensas como reforzadores de conducta.

Unidad 6. Estrategia de beneficios.

1. Concepto de cuenta de explotación.
2. Análisis de rentabilidad de la gama de productos.
3. Análisis del portafolio (ciclo de vida del producto).

Unidad 7. El Adjunto a Dirección: imagen y voz de la empresa.

1. El marketing ferial: tipología y aspectos a tener en cuenta en la participación de estos eventos.
2. Preparación de discursos.
3. Consejos y recomendaciones para hacer en público.

Unidad 8. El resumen ejecutivo: base para la toma de decisiones.

1. Cómo elaborar un resumen ejecutivo.

Metodología

Acceso al aula virtual durante 8 semanas, con una distribución aproximada de 10 horas semanales (2 horas diarias de lunes a viernes), combinando acceso a material multimedia, participación en foros y debates, y elaboración de actividades.

3

Al tratarse de una acción formativa en modalidad teleformación, el participante, para el desarrollo de la misma, necesita únicamente un ordenador o dispositivo multimedia. De esta forma no es necesario que el alumno se desplace a ningún centro, realizando la actividad a través del aula virtual.

Programación

Semana 1:

Unidad 1. El papel del Adjunto a la Dirección.

1. Relación de interacción entre el Adjunto y la Dirección. El Adjunto como facilitador.
2. Competencias:
 - Visión estratégica.
 - Escucha activa.
 - Pensamiento analítico.
 - Iniciativa.

Unidad 2. Estrategia empresarial.

1. La misión, la visión y los valores de la empresa.
2. La ventaja competitiva.
3. El análisis DAFO.
4. Posiciones estratégicas.
5. Fijación de objetivos empresariales.

Semana 2:

Unidad 3. Estrategia de procesos.

1. Asignación de tareas.
2. Modelo ITU de gestión del tiempo.
3. Elaboración de rapports.

Semana 3:

Unidad 4. Estrategia de clientes.

1. Técnicas de incentivos en el punto de venta.
2. Técnicas de merchandising.
3. Perfil de los comerciales de la red de ventas.
4. Estrategias de venta por canal.

Semana 4:

Unidad 5. Desarrollo de personas.

1. Descripción del puesto de trabajo: contenido del puesto, relaciones y condiciones.

2. Estilo de dirección y feedback constructivo.
3. Factores higiénicos y motivacionales.
4. Las recompensas como reforzadores de conducta.

Semana 5:

Unidad 6. Estrategia de beneficios.

1. Concepto de cuenta de explotación.
2. Análisis de rentabilidad de la gama de productos.
3. Análisis del portafolio (ciclo de vida del producto).

Semanas 6

Unidad 7. El Adjunto a Dirección: imagen y voz de la empresa.

1. El marketing ferial: tipología y aspectos a tener en cuenta en la participación de estos eventos.
2. Preparación de discursos.
3. Consejos y recomendaciones para hacer en público.

Unidad 8. El resumen ejecutivo: base para la toma de decisiones.

1. Cómo elaborar un resumen ejecutivo.

Certificados

Certificado de aprovechamiento de CEOE Formación