Administración y auditoría de los servicios Web.

Área: INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES
Modalidad: Teleformación
Duración: 90 h
Precio: 45.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF1272

CONTENIDOS

1. La asistencia a la dirección en los procesos de información y comunicación de las organizaciones.

####

1.1. La empresa y su organización.

####

1.1.1. Concepto y fines de la empresa.

####

1.1.2. Elementos de la empresa –tierra, trabajo, capital, clientes, proveedores, actividades, medios de producción, productos.

####

1.1.3. Las funciones de la empresa –dirección, financiera, productiva, comercial, administrativa y de gestión de recursos humanos.

####

1.1.4. Clasificación de las empresas según: tamaño, propiedad del capital, coste de la producción, sector económico al que pertenecen, su forma jurídica y según el ámbito geográfico de su actividad. Las transnacionales.

####

1.2. La organización empresarial.

####

1.2.1. La organización de la empresa en la Historia.

####

1.2.2. Principios de organización empresarial.

####

1.2.3. Organización interna de las empresas. Departamentos.

####

1.2.4. La organización informal de la empresa.

####

1.2.5. La representación de la empresa por medio de organigramas. Sus diferentes tipos.

####

1.2.6. Identificación de la estructura organizativa y la cultura corporativa.

####

1.2.7. Evaluación de los criterios de organización: puntos fuertes y débiles. Las necesidades de mejora.

####

1.3. La dirección en la empresa.

####

1.3.1. Niveles de mando –alta dirección, media y mandos intermedios u operativos.

####

1.3.2. Personalidad y comportamiento del directivo. Temperamento

####

1.3.3. Tipos de autoridad –formal, real, tradición, carisma, coacción, propiedad, acuerdo.

####

1.3.4. Funciones de la dirección: dirección, planificación, organización, ejecución y control.

####

1.3.5. Estilos de mando: Dirección y/o liderazgo. El directivo autocrático, el paternalista, el participativo o democrático, el burocrático y el «laissez faire».

####

1.3.6. Dirección por objetivos.

####

1.3.7. Adaptación de la asistencia al sistema de mando.

####

1.3.8. Deontología del secretariado. Principios éticos empresariales. Código deontológico.

####

1.4. Relaciones de interacción entre dirección y la asistencia a la dirección.

####

1.4.1. Relaciones ascendentes: el asistente y el directivo.

####

1.4.2. Relaciones descendentes: el asistente y el equipo humano administrativo a su cargo.

####

1.4.3. Relaciones complementarias: el asistente y otros directivos. Relaciones externas.

####

1.5. Funciones del servicio del secretariado.

####

1.5.1. Del secretariado personal de dirección. Autoestima y asertividad.

####

1.5.2. Tipos de servicio del secretariado: del área económica, productiva, científica, jurídica y el de la administración pública.

####

2. El proceso de la comunicación.

####

2.1. El proceso de la comunicación

####

2.1.1. Elementos del proceso –emisor, mensaje, canal de transmisión, código, receptor, contexto, referente.

####

2.1.2. Tipos de comunicación –oral, presencial, no presencial, no verbal, escrita, audiovisual, electrónica, formal, informal, interna, externa.

####

2.1.3. La comunicación informal: beneficios, problemas y sus causas. Los rumores.

####

2.1.4. Efectos de la comunicación.

####

2.1.5. Obstáculos o barreras para la comunicación: físicas y psicológicas –percepción y esquemas preconcebidos.

####

2.1.6. Decálogo de la comunicación.

####

2.2. La comunicación en la empresa. Su importancia.

####

2.2.1. Tipos de relaciones: laborales y humanas.

####

2.2.2. Tratamiento de la información. Flujos entre departamentos. Los plazos y el coste. Lo confidencial y lo restringido.

####

2.2.3. La relación entre organización y comunicación en la empresa. Centralización o descentralización.

####

2.2.4. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones. Interna y externa (publicidad, promoción y relaciones públicas).

####

3. Comunicaciones presenciales.

####

3.1. Formas de comunicación oral en la empresa –conversaciones, reuniones, tertulias, debates, mesas redondas, conversaciones telefónicas, entrevistas, discursos o exposiciones.

####

3.2. Precisión y claridad en el lenguaje:

####

3.2.1. Realización de preguntas concretas y correctas.

####

3.2.2. Utilización de un vocabulario concreto.

####

3.2.3. Vicios de dicción.

####

3.3. Elementos de comunicación oral. La comunicación efectiva.

####

3.3.1. La locuacidad, el tono, el ritmo, la claridad, la concisión y la coherencia.

####

3.3.2. La empatía.

####

3.3.3. La asertividad.

####

3.3.4. La reformulación.

####

3.3.5. El feed-back –retroalimentación.

####

3.3.6. El carácter.

####

3.3.7. La escucha activa. Técnicas.

####

3.4. La conducción del diálogo.

####

â?« Cuestiones abiertas y cerradas.

####

â?« Cuestiones alternativas y dirigidas.

####

â?« La realización de entrevistas.

####

3.5. La comunicación no verbal. Funciones.

####

3.5.1. Formas de comunicación no verbal: el paralenguaje –tono, volumen, cadencia, pronunciación, ritmo, silencios–, la mirada, la expresión facial, la postura, los gestos –abiertos, cerrados, de engaño, de incongruencia–, la proxemia –escala de distancias–, la apariencia personal y la acogida.

####

3.6. La imagen corporativa de la organización en las comunicaciones presenciales.

####

4. El protocolo social.

####

4.1. Normas generales de comportamiento: Saber ser –naturalidad, talante, tacto, sentido del humor, autocontrol–. Saber estar –cortesía, buenos modales en la mesa, sonrisa, el tratamiento–. Saber funcionar –rigor, puntualidad, expresión verbal, conversación.

####

4.2. Presentaciones y saludos.

####

4.3. Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las presentaciones. Cortesía y puntualidad.

####

4.4. Utilización de técnicas de imagen personal. –Indumentaria, elegancia y movimientos.

####

5. Comunicaciones no presenciales.

####

5.1. Normas generales.

####

5.1.1. Pautas de realización –concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.

####

5.1.2. Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.

####

5.1.3. Técnicas y normas gramaticales: corrección ortográfica, construcción de oraciones y corrección semántica.

####

5.1.4. Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.

####

5.2. Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.

####

5.3. Normas específicas.

####

5.3.1. Redacción de documentos profesionales. Tipos de lenguaje y estructuras efectivas.

####

5.3.2. Internos –memorando, convocatoria, acta, autorización, avisos y anuncios, boletines y revistas, memoria de actividades, comunicados, nota interna, solicitud, resumen de prensa.

####

5.3.3. Externos –anuncios, carta circular, carta comercial, tarjetas de visita, tarjetas comerciales, tarjetones, invitaciones, saludas, comunicado de prensa, telegramas.

####

5.3.4. Básicos de la empresa privada –informe, certificado, instancia, denuncia, recurso.

####

5.3.5. Mercantiles –presupuesto, pedido, nota de entrega, alabarán, factura pro-forma, factura definitiva, nota de abono, contrato de compra–venta, recibo, cheque, pagaré, la letra de cambio, giros, transferencias, rellenado de libros de registro.

####

5.3.6. De la Administración –informe, certificado, oficio, nota interior, hojas de iniciativas y reclamaciones, la carta.

####

5.3.7. Lenguaje y redacción publicitaria. Características.

####

5.3.8. La carta: presentación, clases y soportes físicos.

####

5.3.9. La carta comercial. Estructura –Inicio o encabezamiento, contenido o cuerpo, final o cierre–. Tipos –pedido, reclamación,

publicitaria.

####

5.4. La correspondencia: su importancia.

####

5.4.1. Correo de entrada: recepción, clasificación, apertura, comprobación, numeración y registro, distribución o despacho, archivo –técnicas de mantenimiento.

####

5.4.2. Correo de salida: elaboración, firmas, numeración, registro, plegado, ensobrado, franqueo y envío. Archivo.

####

5.4.3. Servicios de correos –lista, apartado de correos, telegrama, burofax.

####

5.4.4. Comunicaciones interiores.

####

5.4.5. Confidencialidad.

####

5.5. Comunicaciones urgentes:

####

5.5.1. Coste y seguridad.

####

5.5.2. Medios propios y servicios externos.

####

5.6. El fax. Utilización y formatos de redacción.

####

5.7. El correo electrónico:

####

5.7.1. Contratación de direcciones de correo e impresión de datos.

####

5.7.2. Configuración de la cuenta de correo.

####

5.7.3. Uso de las herramientas de gestión de la aplicación de correo: creación y cambio de nombre de carpetas, movimiento de mensajes hacia las carpetas adecuadas, eliminación de correo no deseado, utilización de listas de destinatario, creación de grupos de destinatarios, incorporar o agregar contactos a la libreta de direcciones.

####

5.7.4. La correspondencia y el correo electrónico: registro, añadidos y eliminación de marcas, apertura y guardado de archivos adjuntos, envío de mensajes a grupos de destinatarios.

####

5.7.5. El peligro de infección por algún tipo de virus. Criterios de seguridad.

####

5.7.6. La firma digital. Requisitos, utilización y funcionamiento.

####

5.8. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas. Prestigio inherente.

####

5.9. Instrumentos de comunicación interna en una organización: buzón de sugerencias, tablones de anuncios, avisos y notas internas.

####

5.10. Las reclamaciones. Cómo atenderlas y cómo efectuarlas.

####

5.10.1. Métodos para la eliminación de la tensión.

####

5.10.2. Estudio objetivo de la solución.

####

5.10.3. Propuesta de una solución.

####

5.10.4. Las cartas de reclamación.

####

5.11. Legislación vigente sobre protección de datos.

####

5.11.1. La Constitución Española de 1978.

####

5.11.2. Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de carácter personal.

####

5.11.3. RD 1720/2007 de 21 de diciembre Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica.

####

6. Comunicación telefónica.

####

6.1. Proceso.

####

6.2. Partes intervinientes. Tipos de interlocutores. Tratamiento adecuado.

####

6.3. Prestaciones habituales para las empresas:

####

6.3.1. Agenda.

####

6.3.2. Desvío de llamadas.

####

6.3.3. Re-llamada.

####

6.3.4. Multi-conferencia.

####

6.3.5. Llamada en espera.

####

6.3.6. Buzón de voz o contestador.

####

6.3.7. Emisión de datos e imágenes.

####

6.3.8. Otros.

####

6.4. Medios y equipos:

####

6.4.1. Individuales.

####

6.4.2. Centralitas.

####

6.4.3. Móviles.

####

6.4.4. Contestadores.

####

6.4.5. Grabadoras.

####

6.4.6. Dictáfonos.

####

6.5. Componentes de la atención telefónica: actitud física, voz, timbre, tono, ritmo, articulación, elocución, silencios, sonrisa.

####

6.5.1. Expresiones adecuadas.

####

6.6. Realización de llamadas efectivas.

####

6.6.1. Toma de contacto.

####

6.6.2. Desarrollo del diálogo.

####

6.6.3. Cierre de la conversación.

####

6.7. Recogida y transmisión de mensajes:

####

6.7.1. Toma de notas telefónicas.

####

6.7.2. Alfabeto telefónico –deletreo de nombres y direcciones de forma precisa.

####

6.8. Filtrado de llamadas.

####

6.9. Gestión de llamadas simultáneas.

####

6.10. Tratamiento de distintas categorías de llamadas.

####

6.10.1. Enfoque y realización de llamadas de consultas, reclamaciones, peticiones, quejas.

####

6.11. El protocolo telefónico.

####

6.12. Videoconferencia, FAQ –preguntas de uso frecuente PUF–, foros –de mensajes, de opinión, de discusión–, SMS –servicio de

mensajes cortos para móviles–, grupos de noticias –comunicación a través de Internet–:

####

6.12.1. Uso y utilización de los mismos.

####

6.13. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.

####

7. Técnicas y habilidades en el tratamiento de conflictos.

####

7.1. El conflicto como problema en la empresa.

####

7.2. Funciones del conflicto.

####

7.3. Causas de los conflictos.

####

7.3.1. Nivel individual.

####

7.3.2. Nivel grupal.

####

7.4. Tipos de conflictos. En función de:

####

7.4.1. Los contrarios.

####

7.4.2. De su manifestación.

####

7.4.3. De los medios utilizados.

####

7.4.4. De su utilidad.

####

7.5. Agresividad humana y conflicto.

####

7.6. Resolución de conflictos.

####

7.6.1. Etapas en la resolución: revelación o manifestación, clasificación o definición del conflicto, análisis o evaluación, intento de solución, recapitulación y evaluación posterior.

####

7.7. Factores determinantes en la resolución de conflictos.

####

7.8. Relación previa entre las partes.

####

7.9. Naturaleza del conflicto.

####

7.10. Características de las partes.

####

7.11. Estimaciones de éxito.

####

7.12. Prevención de conflictos.

####

7.13. Desarrollo de habilidades sociales para la resolución de conflictos –empatía, asertividad, escucha activa, influencia, liderazgo, canalización del cambio y diálogo.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.