

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Referencia:** ONV2CS3310-N

**Nombre:** MARKETING Y RECURSOS HUMANOS EMPRESAS ENERGÍAS RENOVABLES

**Duración:** 375 horas

**Modalidad:** Teleformación

### Objetivos:

Comprender la dirección de Recursos Humanos de manera estratégica para la gestión competente y exitosa de cualquier empresa. Profundizar sobre la transformación de un enfoque administrativo y cortoplacista a un enfoque de gestión del talento y orientado al futuro de la organización. Conocer los diferentes pasos y variables a tener en cuenta para una óptima planificación de plantilla.

Conocer los beneficios de realizar un análisis de descripción de puestos de trabajo en una empresa.

Desarrollar el proceso y los elementos a tener en cuenta en una descripción de puestos de trabajo.

Conocer los procesos de evaluación y selección de personal y comprender su relevancia en la estrategia de Recursos Humanos. Ampliar conocimientos sobre las diferentes técnicas y vías para evaluar y presentar una candidatura. Profundizar sobre el enfoque de evaluación y selección por competencias. Entender la formación como un medio para conseguir los objetivos de una organización y mejorar el clima y la motivación de los trabajadores. Profundizar sobre como la formación y el desarrollo de personal puede ser una herramienta para actualizar los conocimientos y el perfil de los trabajadores y orientar a los nuevos. Definir la gestión de carreras y el potencial del personal en una organización. Saber cómo diseñar, financiar y planificar un plan de formación en la empresa. Conocer cuáles son las últimas tendencias en formación. Indagar sobre qué aspectos debemos tener en cuenta en una política retributiva. Conocer los diferentes conceptos retributivos y tipos de retribución. Profundizar sobre los diferentes criterios que tienen las organizaciones para retribuir a sus trabajadores. Tener como referente la evaluación del desempeño como herramienta para definir la retribución del trabajador. Conocer el ciclo motivacional y cómo influyen las diferentes variables en la motivación y satisfacción de las personas, así como en la productividad de la empresa. Profundizar sobre las teorías motivacionales más predominantes e influyentes. Conocer los mecanismos y claves que pueden utilizar las organizaciones y sus líderes para motivar. Saber la relación existente entre retribución y motivación. Entender que el intraemprendedor es el nivel máximo de motivación en una empresa.

Conocer la diferencia entre informar y comunicar. Profundizar sobre los diferentes tipos de comunicación en una organización. Gestionar el conocimiento como ventaja competitiva. Conocer el procedimiento a seguir para diseñar y estructurar una organización. Gestionar proyectos como una manera óptima y actual de organizar una empresa y su trabajo. Entender qué es la cultura de una compañía y como adaptarla a los cambios. Conocer qué es la Responsabilidad Social Corporativa y a qué conceptos se asocia. Analizar los distintos ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa. Comprender las distintas estrategias que toman las empresas en el ámbito de la RSC. Identificar la distinta normativa relacionada con la RSC. Identificar las distintas fases de gestión que se tienen sobre la RSC. Comprender los pasos a realizar para conocer los resultados de una estrategia de RSC. Asimilar como realizar un plan de Responsabilidad Social Corporativa. Identificar los tipos de comunicaciones en la empresa en relación a la RSC. Analizar la tipología de indicadores que se tienen sobre la RSC. Identificar los grupos de interés como elementos fundamentales en las estrategias de la Responsabilidad Social

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Referencia:** ONV2CS3310-N

**Nombre:** MARKETING Y RECURSOS HUMANOS EMPRESAS ENERGÍAS RENOVABLES

**Duración:** 375 horas

**Modalidad:** Teleformación

Corporativa Conocer el concepto básico de Marketing así como sus necesidades. Aprender a gestionar el Marketing y su entorno. Identificar en qué consiste el Marketing Mix. Comprender al público como pilar fundamental del Marketing. Establecer cómo se comporta el consumidor Identificar como se divide el mercado Conocer los fundamentos e importancia del liderazgo a nivel organizacional. Distinguir un equipo y de un grupo. Comprender la relación entre una gestión de éxito y el estilo directivo empleado. Mejorar el estilo de dirección propio. Conocer en qué consiste un cambio organizativo y cómo puede ser. Prever las resistencias al cambio que pueden surgir de cada persona y de la organización. Planificar un cambio organizativo. Aprender las exactas dimensiones del conflicto en el entorno empresarial. Distinguir entre conflictos funcionales y disfuncionales Usar las características de cada conflicto para intentar resolverlo. Conocer las barreras que impiden la comunicación Diferenciar conceptos claves de la comunicación interpersonal e intrapersonal. Profundizar en las habilidades superiores de comunicación " o Conocer qué es la energía y las fuentes de energía e identificar cómo es el contexto energético internacional Conocer qué son las Empresas de Servicios Energéticos Aprender la estrategias de ahorro y eficiencia Acercamiento a las actuaciones en los distintos sectores que hacen uso de las fuentes de energía. Acercamiento al término "innovación energética" Requisitos para la certificación energética Conocer qué son las auditorías energéticas y las auditorías energéticas de flota

### **Contenidos:**

Dirección de Recursos Humanos

UD1. Introducción a la Dirección de Recursos Humanos

UD2. Análisis de descripción de puestos de trabajo

UD3. Evaluación y selección

UD4. Formación y desarrollo

UD5. Retribución y beneficios

UD6. Motivación

UD7. Comunicación. Gestión del conocimiento

UD8. Organizaciones, cultura y gestión por proyectos

Responsabilidad social corporativa

UD1. Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa.

UD2. Ámbitos de la Responsabilidad Social Corporativa.

UD3. Mecanismos de la Responsabilidad Social Corporativa.

UD4. Iniciativas en Responsabilidad Social Corporativa.

UD5. La gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.

UD6. El plan de responsabilidad social corporativa.

Marketing y ventas

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Referencia:** ONV2CS3310-N

**Nombre:** MARKETING Y RECURSOS HUMANOS EMPRESAS ENERGÍAS RENOVABLES

**Duración:** 375 horas

**Modalidad:** Teleformación

UD1. Conceptos básicos del marketing

UD2. El consumidor y la segmentación de mercados

UD3. Productos, servicios y estrategias de fijación de precios

UD4. Los canales de marketing y la cadena de distribución

UD5. Estrategia de comunicación integrada, publicidad, promoción y RRPP

UD6. Organización de ventas y plan de marketing

Habilidades Directivas y Negociación

UD1. Liderazgo y estilo de dirección

UD2. Gestión del cambio

UD3. Gestión del conflicto

UD4. Gestión de la comunicación

UD5. Gestión de reuniones

UD6. Técnicas de negociación

UD7. Gestión del tiempo y del estrés

Eficiencia energética

UD1. Uso eficiente de la energía y estrategias de ahorro

UD2. Eficiencia y ahorro energético

UD3. Innovación tecnológica. Energías renovables

Energía de la Biomasa y del Agua

UD1. Introducción a la biomasa como recurso energético

UD2. Principales tecnologías de conversión de la biomasa

UD3. Tipología de proyectos de aprovechamiento de biomasa residual

UD4. Aspectos normativos, medioambientales y socioeconómicos asociados a la generación de energía con biomasa

UD5. Energía hidráulica y centrales hidroeléctricas

UD6. El recurso hídrico y su potencial

UD7. Análisis de viabilidad financiera de una minicentral hidroeléctrica