

**Generación Digital Pymes -
Personas de equipos
directivos
(15 ECTS)**

El programa tiene una equivalencia de 15 créditos, 375 horas distribuidas en 136 horas de formación presencial y virtual presencial, MOOC y trabajo autónomo



Índice

- 1. OBJETIVOS Y CONTENIDOS.**
- 2. METODOLOGÍA DIDÁCTICA.**
- 3. EVALUACIÓN.**



1. Objetivos y Contenidos

Generación Digital Pymes - Personas de equipos directivos



La digitalización es hoy la base fundamental donde residen las mayores ganancias en supervivencia y competitividad para las empresas. Las necesidades de digitalización en las empresas requieren a su vez de profesionales altamente cualificados que les ayuden en su transformación digital. Esto pasará por abordar los cambios que deben producirse en las personas, en las organizaciones y los modelos de negocio, más allá del uso de una tecnología en concreto.

OBJETIVOS:

- Ofrecer a personas de equipos directivos de pymes los conocimientos y habilidades necesarias para impulsar la gestión transformación digital de sus empresas y con ello mejorar la productividad y sus posibilidades de crecimiento e internacionalización.
- Entender cómo la tecnología impacta en los negocios, permitiendo situar al cliente en el centro para dar solución a sus necesidades, y generar y explotar el dato para la toma de decisiones del negocio.
- Disminuir la brecha digital por cuestiones de género incrementando el número de mujeres matriculadas y formadas en gestión digital de la PYME

1.Objetivos y Contenidos

MÓDULO I :LA EMPRESA EN LA ECONOMIA DIGITAL

25 horas



COMPETENCIA GENERAL :

Disponer del marco de actuación para la elaboración y puesta en marcha del plan de transformación de la pyme.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS :

- Entender cómo la revolución digital ha generado en las empresas y profesionales una situación de cambio radical que les exige una transformación profunda en sus modos de hacer y actuar.
- Entender además como los diferentes players digitales están cambiando, a través de sus modelos de negocio, las formas de hacer y triunfar en los negocios de ellos y del resto de competidores.
- Concienciarse de la necesidad de la transformación digital de la pyme, sus beneficios, las bases para una correcta aplicación en una pyme y de cómo con este programa podrá comenzar la transformación digital en la pyme con los conocimientos y herramientas necesarios.
- Identificar los pasos a seguir en la elaboración y puesta en marcha del plan de transformación digital de la empresa, partiendo del análisis de situación y de la reflexión estratégica sobre los objetivos a alcanzar.

RELACION MODULO CON EL PLAN DE TRASNFORMACIÓN :

Tras este primer módulo las personas participantes podrán trabajar en la fase de “Diagnóstico y reflexión estratégica”, abordando los siguientes aspectos de su plan de transformación digital:

- Análisis interno de la organización
- Análisis interno de la organización
- Definición de principales áreas de actuación

1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO I :LA EMPRESA EN LA ECONOMIA DIGITAL

25 horas



CONTENIDOS:

El contexto digital

- Cambios en las tecnologías
- Cambios en las personas
- Cambios en los negocios
- Conceptos para entender la digitalización
- Datos de evolución de la digitalización en los últimos 5 años
- Tendencias

Nuevos modelos de negocio

- El cliente en el centro del modelo de negocio
- Modelos de ingresos “tradicionales” vs modelos de ingresos “digitales”
- Desarrollo de ecosistemas como factor clave

La transformación digital en la empresa

- Transformación digital: opción o necesidad
- Principales beneficios de la transformación digital
- Aspectos a tener en cuenta en el proceso de transformación

Sostenibilidad y economía circular

- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
- Herramientas esenciales para una economía social y sostenible.

El plan de transformación digital I: Diagnóstico y objetivos estratégicos

- ¿Por qué transformar mi organización?
- ¿Cómo hacerlo? Descripción del plan de transformación a trabajar durante el programa
- Herramientas para el análisis interno y externo de la organización
- Definición de objetivos estratégicos

1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO I :LA EMPRESA EN LA ECONOMIA DIGITAL

25 horas



ENFOQUE:

¿Qué nos va a ayudar a establecer nuestro Plan de Transformación digital?

- Tener claras las nociones básicas de la economía digital
- Conocer las tendencias actuales y futuras de la economía digital: La era de la información y la conectividad
- Distinguir los modelos de negocio digitales: características
- Visualizar ejemplos de empresas que han tenido éxito con modelos de negocio digitales
- Saber qué es la transformación digital, por qué es importante y cómo llevarla a cabo
- Reconocer la importancia de la sostenibilidad en la economía digital
- Identificar qué es la economía circular
- Ver ejemplos de empresas que están implementando prácticas sostenibles y circulares
- Conocer cómo realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa en cuanto a la transformación digital
- Saber cómo definir una estrategia para la transformación digital de la empresa

1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO II : TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

40 horas



COMPETENCIA GENERAL :

Incrementar y fidelizar a los y las clientes y clientas en este nuevo contexto, atrayéndoles y optimizando su experiencia con la empresa en todos los momentos de su relación con la misma

COMPETENCIAS ESPECIFICAS :

- Situar al cliente como eje del modelo de negocio, entendiendo como éste, al igual que los procesos de contacto/interacción con él, están cambiando debido a la digitalización.
- Diseñar e implementar un plan de experiencia de cliente en todos los momentos de su relación con la empresa.
- Optimizar el proceso de generación de tráfico con la introducción de nuevas herramientas de marketing digital.
- Maximizar la ratio de conversión del funnel de venta a través de la adecuada gestión de los procesos de información, decisión, compra y entrega al cliente.
- Diseñar e implementar una satisfactoria experiencia de postventa que potencie la fidelización del cliente.
- Aplicar los requisitos de propiedad y privacidad derivadas del entorno digital.
- Elaborar el lienzo de negocio y el mapa de experiencia de cliente del Plan de Transformación Digital de la pyme.

RELACION MODULO CON EL PLAN DE TRANSFORMACIÓN :

Tras estas sesiones las personas participantes podrán trabajar en la fase “Transformando la experiencia de cliente” de su plan de transformación digital:

- Descripción del “buyer-persona”
- Lienzo de Modelo de Negocio
- Mapa de experiencia de cliente

MÓDULO II : TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

40 horas



CONTENIDOS:

El cliente en la nueva era digital

Experiencia de cliente y de producto

- Introducción a Customer Experience como estrategia de negocio
- Definición del Buyer persona
- Mapa de experiencia de cliente o Customer Journey

Atrayendo al cliente: el proceso de generación de tráfico

- Marketing 360
- Inbound Marketing
- Buscadores
- Generación de Leads
- Publicidad en móvil y video
- RTB y programática
- Growth Hacking
- Conceptos de analítica digital

Captando al cliente I: el proceso de información y decisión

- Proceso de información y decisión digital vs tradicional
- Estrategia de generación de contenidos
- Diseño de la fase de información y decisión
- Herramientas de personalización

Tenemos mucho sobre lo que reflexionar en conjunto:

¿Cómo ha cambiado el comportamiento de los clientes y las clientas en la era digital? ¿Qué esperan? ¿Cómo crear una experiencia positiva para el/la cliente/a? ¿Cómo crear una estrategia de marketing digital efectiva? ¿Cómo crear un pagina web efectiva con contenido de calidad? ¿Cómo simplificar el proceso de compra y entrega?

1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO II : TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

40 horas



CONTENIDOS:

Captando al cliente II: el proceso de compra y entrega

- La evolución del proceso de compra y entrega
- Omnicanalidad
- Organización y plataformas tecnológicas eCommerce
- Evolución de los métodos de pago
- Logística y entrega

Fidelizando al cliente. el proceso de postventa

- Canales de atención postventa
- Satisfacción del cliente y análisis del “Customer Journey”
- Nuevos canales postventa digitales y digitalización canales tradicionales.

Entorno legal: propiedad y privacidad

- Tratamiento de los datos.
- Protección y seguridad de la información.

El plan de transformación digital II: la experiencia de cliente

- ¿Cómo es “mi cliente”?: Descripción del perfil del cliente “ideal” (buyer- persona)
- ¿Cómo debe ser mi modelo de negocio?: Lienzo de Modelo de Negocio
- ¿Cómo es la experiencia de mi cliente en los distintos momentos de interacción?: Mapa de Experiencia de Cliente

1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO III : HABILITANDO TECNOLÓGICAMENTE LA TRANSFORMACIÓN

40 horas



COMPETENCIA GENERAL :

Identificar y adoptar, entre las tecnologías disponibles, aquéllas que más pueden ayudar a la pyme a conectar mejor con sus clientes/as, automatizar los procesos, tomar mejores decisiones e innovar para construir valor

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS :

En los distintos ámbitos de tecnologías existentes (relación con potenciales y existentes clientes/as, análisis y tratamiento de datos, trabajo en la nube, industria 4.0, etc.)

- Identificar las tecnologías de cada ámbito de mayor aplicabilidad para cada caso, entendiendo sus bondades y requisitos.
- Valorar la implantación (a corto y medio plazo) en la compañía de las tecnologías seleccionadas para poder alcanzar los objetivos de transformación que se planteen.
- Elaborar el lienzo de transformación digital de la empresa.

RELACION MODULO CON EL PLAN DE TRANSFORMACIÓN :

Tras estas sesiones las personas participantes podrán trabajar en la fase “Habilitando la transformación” de su plan de transformación digital:

- Objetivos de transformación en cada uno de los campos de acción de la transformación digital
- El lienzo de transformación digital
- Iniciativas a desarrollar y herramientas/tecnologías a implantar o mejorar para alcanzar los objetivos planteados

1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO III : HABILITANDO TECNOLÓGICAMENTE LA TRANSFORMACIÓN

40 horas



CONTENIDOS:

Analítica digital y big data

- Cadena de valor del dato
- Beneficios del uso de datos en una organización
- Sinergias con otras tecnologías (cloud, inteligencia artificial, etc.)
- Herramientas de visualización de datos

Machine Learning e inteligencia artificial

- Deep learning, machine learning, inteligencia artificial
- Tipos de problemas a resolver con machine learning

ERP y CRM

- Qué es un ERP y cuáles son los principales ERPs.
- Implantación de ERPs. Outputs de un ERP.
- Indicadores de Control de Gestión. KPIs. Manejo de los KPIs dentro de la empresa.

Cloud

- Cloud como herramienta clave para la transformación de las empresas.
- Tecnologías básicas para la Cloud: la virtualización.
- La infraestructura como servicio (IaaS): Servicios básicos (computación y almacenamiento).
- El software como servicio (SaaS): Aplicaciones en la Cloud. Casos de Éxito.

Ciberseguridad

- Principales amenazas en internet
- Técnicas y tácticas utilizadas por los atacantes
- Herramientas y soluciones de ciberseguridad
- Marcos de gestión para la prevención, protección, respuesta y gobierno

Dinámica de trabajo a seguir:

*Qué es
+
Cómo me ayuda*

MÓDULO III : HABILITANDO TECNOLÓGICAMENTE LA TRANSFORMACIÓN

40 horas



CONTENIDOS:

Automatización y robotización

- Fabricación aditiva y escáner 3D.
- Realidad aumentada y virtual.
- Simulación y modelado Integración horizontal y vertical.
- IOT-Internet de las cosas

Otras tecnologías (Blockchain...) y tendencias

- Aplicabilidad del blockchain a los modelos de negocio
- Casos de éxito de aplicación de tecnologías disruptivas a pymes
- Tendencias

El plan de transformación digital III: el lienzo de transformación digital

- Objetivos de transformación en cada uno de los campos de acción de la transformación digital
- Iniciativas a desarrollar y herramientas/tecnologías a implantar o mejorar para alcanzarlos
- El lienzo de transformación digital

1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO IV : GESTIONANDO EL CAMBIO

16 horas



COMPETENCIA GENERAL :

Gestionar la organización y las personas de la pyme para expandir la cultura digital e implementar formas de trabajo y comunicación ágiles que favorezcan el cambio.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS :

Fomentar el cambio cultural en las personas que forman una empresa u organización, entendiendo que cualquier proceso de cambio o transformación de una organización sólo es posible a través del cambio en las personas que la forman.

- Generar equipos con más capacidad de autogestión y más adaptativos, potenciando el talento para generar valor y ayudando a la innovación y al desarrollo de nuevos productos.
- Fomentar el trabajo colaborativo, aplicando metodologías y herramientas con tal fin.
- Elaborar el Plan de Gestión del Cambio

RELACION MODULO CON EL PLAN DE TRANSFORMACIÓN :

Tras estas sesiones los y las participantes podrán trabajar en la fase “Gestionando el cambio” de su plan de transformación digital:

- Objetivos a alcanzar y KPI's
- Plan de acción
- Constitución y preparación del equipo líder del cambio

MÓDULO IV : GESTIONANDO EL CAMBIO

16 horas



CONTENIDOS:

Personas y organización.

- Organización en entornos digitales.
- Liderazgo digital.
- Espacios y formas de trabajo.
- Nuevos perfiles profesionales.

Transformación cultural.

- Liderazgo, implicación y participación.
- Construir una visión inspiradora.
- Competencias personales como líder de la transformación digital.
- Confianza y transparencia para crear valor.
- Optimización de la comunicación interna. Buenas prácticas.

Metodologías de Innovación/ ágiles.

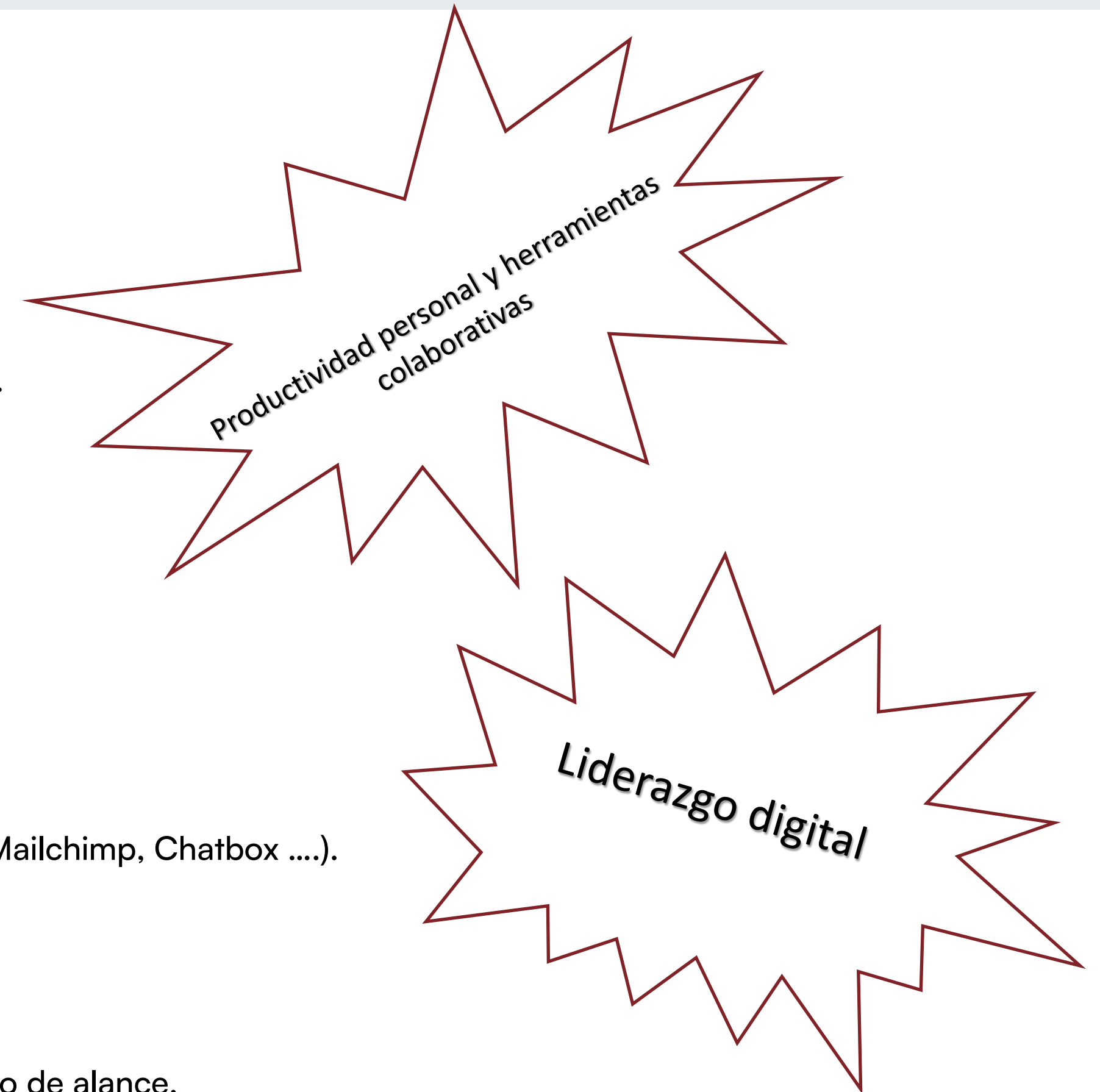
- La empresa ágil.
- Kanban y Scrum.
- Objetivos con OKRs.

Herramientas digitales de trabajo colaborativo:

- Optimización de la comunicación interna o con el cliente (Slack, Mailchimp, Chatbox).
- Gestión de tareas (Trello, Basecamp3...).
- Herramientas creativas en la nube: Canva, Spark...).

El plan de transformación digital IV: el plan de acción

- Objetivos a corto y medio plazo e indicadores para medir su grado de alcance.
- Elaboración del plan de acción: Matriz de priorización de iniciativas y definición de iniciativas, tareas, plazos y presupuestos.
- Constitución y preparación del equipo líder del cambio.



1. Objetivos y Contenidos

MÓDULO V: CASOS DE USO SECTORIALES

15 horas



COMPETENCIA GENERAL:

Aplicar en el diseño e implantación del Plan de Transformación digital de la empresa, las lecciones aprendidas por otras empresas de diversos sectores que ya han abordado su transformación.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS:

- Identificar experiencias y buenas prácticas de procesos de transformación digital de empresas llevados a cabo en los sectores industrial, agroalimentario, servicios, TIC y consumo que puedan ser de aplicación a la pyme.
- Aplicar las recomendaciones derivadas de esas experiencias en el proceso de transformación digital de la pyme para poder abordarlo con éxito.

CONTENIDOS:

A lo largo de los módulos anteriores se presentaran experiencias del proceso de transformación digital en empresas de diferentes sectores vinculados al alumnado: Industrial, Agroalimentario, Servicios, TIC, Consumo.

1. Objetivos y Contenidos

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA



CONTENIDOS:

MOOC “Generación Digital”

- De carácter **obligatorio** para todo el alumnado

Con carácter **no obligatorio** IMF pone a disposición del alumnado:

- Cursos online de contenido vinculado
 - ❖ Transformación digital
 - ❖ Transformación digital en RRHH
 - ❖ Transformación digital en Logística
 - ❖ Comercio electrónico y plan de marketing
 - ❖ Ecosistema digital
- Acceso a seminarios de diferente temática dirigidos al alumnado de la institución

1. Objetivos y Contenidos

MENTORIZACIÓN del Plan de Transformación Digital de la Pyme

10 horas



**FORMATO
TUTORIAS :**

**COMPETENCIAS
ESPECIFICAS :**

Individual o en grupos de máximo 3 personas (de la misma empresa o de diferente empresa, pero con diagnóstico y necesidades similares)

Tutorías de guía y acompañamiento a cada participante por parte de un mentor o una mentora durante la elaboración del Plan de Transformación Digital de su empresa. El objetivo es responder a necesidades específicas de cada persona y facilitarle la puesta en práctica de los conocimientos y competencias adquiridos durante el programa formativo aplicándolos en el Plan de Transformación de la pyme.

2. Metodología Didáctica

La presente propuesta incluye cursos que se impartirán en **modalidad presencial/presencial virtual** :

METODOLOGÍA PRESENCIAL



Oigo y Olvido. Veo y me acuerdo. Hago y comprendo

Confucio
(551-479 a.C.)

El elemento clave de la metodología aplicada por IMF en sus proyectos formativos es la obtención de resultados, a través de criterios de excelencia y calidad. Para ello, como elemento capital de dicha metodología, ponemos todos nuestros esfuerzos en la selección del equipo docente, no sólo con la experiencia y cualificación óptima para el desarrollo el adecuado de cada uno de los proyectos gestionados, sino también con las habilidades sociales y comunicativas que garanticen el buen entendimiento con el alumnado, y por tanto, el éxito de la actividad docente que hará atractiva la formación desde la primera sesión.

Otros pilares, en los cuales IMF fundamenta su metodología, son el **acompañamiento y la orientación práctica**, buscando en todo momento a aplicabilidad de lo expuesto a la realidad. El objetivo que se pretende con nuestra metodología es doble: por un lado, lograr el máximo aprovechamiento por parte del grupo y por otro, facilitar su aprendizaje. La metodología que impregna nuestros proyectos nace de la necesidad de combinar distintas formas de entender los procesos de aprendizaje, con el objetivo de crear un marco completo de actividades que interrelacionadas unas con otras, que ofrezcan la garantía de que cada participante alcanza los objetivos planteados.

El curso está estructurado de forma modular, siguiendo un orden lógico que facilita y optimiza el aprendizaje y la consecución de los objetivos. Con este desglose de objetivos y con la división de los contenidos, se consigue favorecer la comprensión y la impartición del curso por parte del equipo docente y del mismo modo, el conocimiento que de la metodología tiene cada participante que se va a utilizar en el desarrollo del curso, puesto que todos los aspectos comentados hasta ahora se comunicarán al conjunto del alumnado para su conocimiento al comienzo de la impartición.

2. Metodología Didáctica

METODOLOGÍA PRESENCIAL/ PRESENCIAL VITUAL



Oigo y Olvido. Veo y me acuerdo. Hago y comprendo

Confucio
(551-479 a.C.)

Durante el desarrollo de la acción formativa, se pretende que el papel fundamental no recaiga tanto en el equipo docente, sino que cada participante, protagonistas de su propio proceso de aprendizaje, estableciendo, unos mínimos a cumplir para garantizar el éxito. Para ello, se va a utilizar la metodología de taller, donde la finalidad es aprender haciendo, estimular la capacidad y el compromiso del alumnado en el establecimiento y revisión de sus necesidades y puesta en práctica de sus demandas.

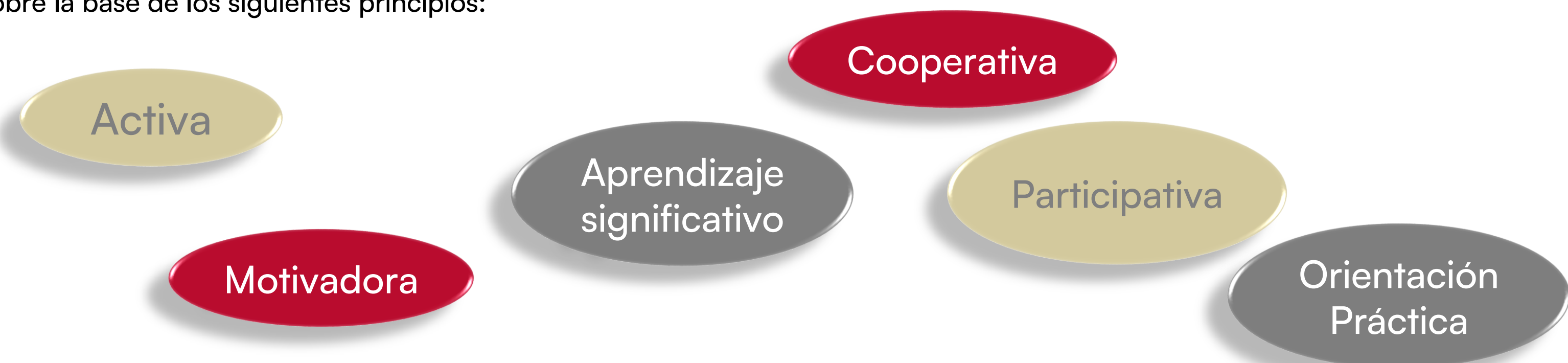
Se trata de una metodología de trabajo en grupo orientada al apoyo mutuo y al refuerzo positivo del alumnado, con objeto de fomentar la cohesión grupal, aportando sus experiencias personales para el enriquecimiento del grupo. Este proceso metodológico tiene un efecto multiplicador en el alumnado. Se pretende aprovechar el efecto sinergia del grupo, el apoyo mutuo y la confianza, siendo estos principios básicos en el desarrollo de cada acción formativa.

El efecto sinergia mostrará toda su potencialidad en las sesiones, en las que el profesorado tendrán funciones, tales como:

- Transmitir y descubrir conocimientos con el fin de provocar cambios y mejora de las aptitudes de cada participante.
- Dinamizar, mediar y moderar el grupo, en el desarrollo de las actitudes de autoconocimiento y motivación ya que será responsabilidad de cada participante, y del grupo en sí, motivar y automotivarse.



Durante el desarrollo de las sesiones se compaginarán e intercalarán los ejercicios y contenidos teóricos con los prácticos, al objeto de poder ir planteando la resolución de los supuestos prácticos en relación con el contenido técnico o teórico al que hacen referencia. Definiremos la metodología a utilizar sobre la base de los siguientes principios:



2. Metodología Didáctica

METODOLOGÍA PRESENCIAL/PR ESENCIAL VIRTUAL



Oigo y Olvido. Veo y me acuerdo. Hago y comprendo

Confucio
(551-479 a.C.)

- ❑ **Activa:** parte de los intereses del alumnado, convirtiéndoles en protagonistas de su propio proceso de aprendizaje y otorgándoles la responsabilidad de contribuir activamente en su formación. Radica en la participación constante del alumnado en la planificación, realización y evaluación de las acciones de aprendizaje.
- ❑ **Aprendizaje significativo:** favorece la autonomía. El objetivo último de las acciones formativas no es proporcionar un aprendizaje únicamente conceptual y verbal sobre las materias tratadas, sino desarrollar pautas de reconocimiento, modificación y refuerzo de los comportamientos más adecuados en las situaciones reales que se pueden encontrar en el desarrollo de su actividad, conectando la teoría con aquello que sea útil y aplicable.
- ❑ **Motivadora:** estimulando a los y las participantes durante todo su proceso de aprendizaje como base para el trabajo de una metodología de participación.
- ❑ **Participativa:** se concibe al alumnado como un agente activo en la construcción del conocimiento, se promueve la comunicación y la cooperación.
- ❑ **Cooperativa:** las sinergias que se producen en los equipos de trabajo provocan un efecto multiplicador de conocimientos, experiencias, inquietudes, dudas y resolución de conflictos e incidencias. Fomentar y sistematizar el intercambio de opiniones y experiencias entre las personas participantes, permite que se produzca el efecto de transmisión de conocimientos, modelado de comportamientos y desarrollo de vínculos que favorecen la consecución de los objetivos.
- ❑ **Orientación práctica:** las actividades y el desarrollo global de la formación se orientan hacia la aplicación práctica de los contenidos planteados en situaciones reales. El equipo docente trabajará los contenidos fomentando el aprendizaje desde la experiencia. Las personas participantes realizarán actividades prácticas (dinámicas, simulaciones, discusiones de grupo, etc.) que ejemplificarán los conceptos trabajados y permitirán desarrollar las competencias objetivo.



3. Evaluación

Se desarrollarán una serie de acciones encaminadas a conocer la satisfacción, en general, con la ejecución del proyecto e informar de los resultados a FUNDACIÓN EOI.

4.1. Evaluación del Curso

La evaluación del cumplimiento de objetivos pedagógicos y la satisfacción con el desarrollo de las acciones formativas se desarrolla en diversos momentos, con el fin de valorar la evolución de la impartición y del proceso de enseñanza/aprendizaje y poder implementar medidas correctivas en el caso de resultar necesarias. Además, la evaluación no sólo se centra exclusivamente en la figura del alumnado, sino en todos los agentes implicados en la formación:



4.1. Evaluación del Curso



A Evaluación de Participantes

Será el equipo docente quien mediante la realización de las actividades y ejercicios propuestos, así como la participación e implicación en el desarrollo del curso, evaluará el desarrollo de la acción formativa. La evaluación de los conocimientos teórico-prácticos y de las competencias profesionales pretendidas en esta formación que cada participante debe adquirir, se hará continuada durante todo el desarrollo de la acción formativa y permitirá comprobar si se están cumpliendo los objetivos e identificar obstáculos que pueden presentarse para el alumnado con el fin de buscar fórmulas para solucionarlos. Para considerar al alumnado como APTO , debe de cumplir los siguientes requisitos:

- Asistir al menos al 75% de las sesiones
- Elaboración del plan de Transformación Digital de su empresa.

El alumnado APTO al finalizar su formación obtendrá la certificación que acredita la formación recibida.

4.1. Evaluación del Curso



B Evaluación del Equipo Docente

La evaluación al equipo docente la realiza, al final del curso, el grupo de participantes y permite valorar y medir la consecución de los objetivos propuestos y la satisfacción del alumnado con la acción formativa y el papel que en dicho proceso desempeña el equipo docente. La principal herramienta para evaluar la actuación del personal docente será un cuestionario de satisfacción que se facilitará a la totalidad del alumnado. El diseño de dicho cuestionario, salvo que por parte el cliente se especifique otra instrucción, correrá a cargo de IMF y se presentará a las personas responsables del Proyecto para su validación. En el supuesto de que el cliente quiera pasar sus propios cuestionarios, IMF solicitará conocer los resultados de los mismos como cumplimiento de la política de calidad implementada en todas acciones formativas.

C Evaluación de la Gestión

IMF facilitará en todo momento al cliente cuanta información relacionada con la gestión del proyecto estime necesaria. Para ello, IMF supervisará y coordinará de forma permanente toda la actividad docente, así como el desarrollo y evolución del curso que integra el Proyecto. Este método de trabajo permitirá conocer, casi en tiempo real, cualquier tipo de incidencia que pueda surgir en la ejecución a fin de establecer las medidas correctivas pertinentes que garanticen el éxito del proyecto.

Además, al finalizar del curso, el grupo de participantes, el equipo docente y las personas coordinadoras de la formación valorarán la consecución de los objetivos propuestos y la satisfacción del alumnado con la acción formativa.

IMF empleará herramientas de control de calidad estandarizadas en la compañía, salvo que por parte el cliente prefiera emplear sus propios cuestionarios. En ese caso, IMF solicitará conocer los resultados de los mismos para dar cumplimiento a la política de calidad implementada en todas acciones formativas.

IMF Smart Education
Bernardino Obregón 25
28012 Madrid

IMF