

estrategias urbanas

CATÁLOGO DE FORMACIÓN 2011 empresas

ÍNDICE DOCUMENTACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN	3
1.2 OBJETIVOS	4
1.3 ITINERARIOS DE FORMACIÓN	5
1.3.1 MÓDULO A	6
1.3.2 MÓDULO B	7
1.3.3 MÓDULO C	8
1.3.4 ANEXOS	9
1.4 PRECIOS	10

1.1 INTRODUCCIÓN

estrategias urbanas aboga por una formación que proporcione una cualificación profesional, y que sirva no sólo para la elevación del nivel de la calidad de vida de las personas, sino también para aumentar la productividad individual y del conjunto de la empresa .

Con la elaboración de un Catálogo de Cursos con formación genérica y específica sobre URBANISMO, ARQUITECTURA y sus AVANCES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS, se garantiza la capacitación y actualización permanente de los empleados en formas de Promoción de la empresa, sus productos y sus edificios, tanto desde el punto de vista del Marketing, ya sea Street o Ambient Marketing y publicidad no convencional de alto impacto, como la formación que sirva para canalizar la identidad de la firma, con el uso de la Responsabilidad Social Corporativa (recuperando lugares degradados y puntos negros del espacio público entre otros).

estrategias urbanas tiene por objeto impulsar y extender entre las empresas y sus trabajadores una formación que responda sus necesidades y contribuya al desarrollo de una economía basada en el conocimiento.

Nuestra oferta es muy flexible. Estructurada por MÓDULOS, se puede cursar de forma independiente y complementaria. También ofrecemos la posibilidad de contratación por plazas o curso completo.

Si no encuentras el curso adecuado a tus intereses y necesidades, *estrategias urbanas* realizará un estudio sobre tus características para ofrecer una Formación personalizada.

1.2 OBJETIVOS

estrategias urbanas ofrece Cursos Especializados que persiguen conseguir dos **objetivos** fundamentales:

- La identificación del **CARÁCTER** y **NECESIDADES** de la promoción y orientación de la RSC de la empresa, y por tanto la capacitación en las respuestas que exigen esas **NECESIDADES**.
- Una formación más amplia en lo que se refiere a edificios abanderados de empresas e instituciones, la versatilidad, creatividad e innovación sobre la arquitectura de empresas para la creación de la **CULTURA** de empresa que identifique a los trabajadores y clientes con la misma.

Se realizan labores de investigación y análisis previo de la compañía, y se completará con la planificación de las actuaciones y con las nociones referentes al diseño y ejecución técnica de esas acciones. De esta manera se conseguirá su integración en la vida activa de la empresa.

La finalidad por tanto, es que el profesional adquiera las herramientas que le permitan conocer e identificar aquellos espacios, en los que exista una posibilidad de expresión por parte de la **EMPRESA** y que redunde en el aumento y calidad de sus **CLIENTES**. Se crea **UNA** identidad a través de la arquitectura y se les otorgan nuevos usos, especialmente a aquellos que se encuentran en mal estado.

1.3 ITINERARIOS DE FORMACIÓN

La estructura de los MÓDULOS, obedece a los diferentes campos de acercamiento a la Ciudad.

La formación se articula en torno a 3 áreas:

- A. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE CIUDADES Y EMPRESAS
- B. TECNOLOGÍA Y CONSTRUCCIÓN
- C. SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGETICA

Se trata de cursos especializados, con capacidad para realizarse de forma independiente y complementaria. El número de horas en las que se organizan siguen esquemas 6+6+4, para poder impartirse por jornadas. Y se contempla la posibilidad de completar cada MÓDULO con un Anexo (2+2+2) , para profundizar en la formación.

La duración total del Curso de tres MÓDULOS más los ANEXOS, es de una semana.

Los cursos podrán sufrir variaciones en función de la demanda.

1.3.1 **MÓDULO A**

INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE CIUDADES Y EMPRESAS

Mediante el estudio de políticas activas de Marketing, se identifican y determinan las necesidades de la empresa y se desarrollan una serie de acciones, que satisfagan dichas necesidades, creando y potenciando su demanda.

El aporte de *estrategias urbanas* al Marketing de empresas, es su enfoque directo desde acciones de arquitectura y tratamientos a nivel urbanístico del espacio público, un recorrido por los ejemplos puestos en marcha en otras empresas, un análisis de sus resultados y la elaboración de un código de Buenas Prácticas, darán como resultado un Plan Estratégico como proyecto promocional global, que mejorará la imagen de la EMPRESA.

	MATERIA	DURACIÓN
MÓDULO A	Introducción a l Marketing de Ciudades y EMPRESAS: -PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD -MARKETING DE VALORES -EJEMPLOS	2 h
	Buenas Prácticas: -Actuaciones pioneras y resultados -SOSTENIBILIDAD Y RECICLAJE	2 h
	Espacios públicos urbanos: -ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO -PLANIFICACIÓN Y TRANSFORMACIÓN -GESTIÓN MEDIANTE EL USO DE LAS REDES SOCIALES	2 h

1.3.2 **MÓDULO B**

TECNOLOGÍA Y CONSTRUCCIÓN

El MÓDULO B, se centra en las respuestas constructivas que permiten la creación de nuevas imágenes mediante el tratamiento de la arquitectura de la empresa.

A través del conocimiento de la primera estrategia de la empresa: *división Eje Z* encontramos el vehículo para el estudio de los problemas técnicos, patológicos y estructurales que nos presenta el paisaje urbano, y documentamos soluciones constructivas y de acabados que respondan a las necesidades de la empresa.

El MÓDULO finaliza con la evaluación de otros Proyectos.

	MATERIA	DURACIÓN
MÓDULO b	Aspectos técnicos. Estado de las fachadas	1 h
	Soluciones constructivas. Estructuras auxiliares.	2 h
	Materiales y acabados: -METÁLICOS -PLÁSTICOS -LAMINADOS -LONAS Y VINILOS	2 h
	Proyectos.	1 h

1.3.3

MÓDULO C

SOSTENIBILIDAD Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Desde éste MÓDULO se quieren abordar dos cuestiones: la primera referida a **sostenibilidad**. Nuestra **sostenibilidad**, abandona el estudio de los procesos energéticos y su repercusión en el medio, para realizar un estudio de lo cultural, lo social y lo económico bajo el espectro de lo MEDIOAMBIENTAL.. Ese carácter de los edificios aplicado a las fachadas y muros vegetales. Cuáles son sus formas de desarrollo y sus ventajas.

La segunda parte del MÓDULO sí estudia factores de energía, planteando un uso racional de los recursos para SUPERFICIES VERDES.

Se proponen así estrategias que ayuden al tratamiento rentable de su implantación y cuidado, así como su incidencia sobre aspectos energéticos del resto del edificio.

	MATERIA	DURACIÓN
MÓDULO C	Edificios verdes: -FACHADAS Y CUBIERTAS VEGETALES	2 h
	Estrategias de ahorro energético y criterios sostenibles en la implantación y cuidado de parques y jardines.	2 h

1.3.4 **ANEXOS**

Los ANEXOS planteados como especialización de cada MÓDULO, si bien describen a continuación las líneas maestras en las que se desarrollarán. Quedarán pendientes de concretar en base a las necesidades concretas de la EMPRESA objeto de estudio, realizándose una evaluación previa que permita concretar cuál es la formación adecuada a cada caso concreto.

ANEXO **A**

Tiempos de implantación y procesos de participación con CLIENTES, asociaciones y colectivos.

ANEXO **B**

Estudios técnicos de las posibilidades de los edificios.

ANEXO **C**

Ampliación sobre edificios verdes y pautas sobre consumos energéticos.

1.4 PRECIOS

estrategias urbanas trabaja una oferta de precios que varía en función de la cantidad de MÓDULOS y ANEXOS a cursar, y dependiendo del tamaño de los grupos. No incluye coste de instalaciones.

El Curso de Introducción Completo (3 MÓDULOS), se podrá impartir en dos jornadas de mañana y tarde o tres tardes.

por persona *	480€
por grupo (mínimo 10 personas)	340€/pax

El Curso Avanzado (3 MÓDULOS+3 ANEXOS)

por persona *	600€
por grupo (mínimo 10 personas)	470€/pax

El precio de los MÓDULOS **a** ó **b** cursados de forma independiente:.

por persona *	180€
por grupo (mínimo 10 personas)	130€/pax

El precio del MÓDULO **C** cursado de forma independiente:.

por persona *	150€
por grupo (mínimo 10 personas)	120€/pax

El precio de los ANEXOS **A,B** ó **C** como complemento a cada MÓDULO:.

por persona *	100€
por grupo (mínimo 10 personas)	75€/pax

* el número mínimo de personas para impartir un curso será de 3.