

12 Julio, 2010



### Disney Institute llega a Córdoba a contar las claves del "modelo Disney" (\$ 2.200 el pase)

Después de un exitoso paso por Buenos Aires donde -en mayo pasado- llenaron el auditorio y quedaron más de 150 personas sin poder acceder, **Disney Institute** trae a Córdoba su seminario **Business Excellence**, para explicar las claves de un modelo de gestión que la posicionaron como una de las principales compañías del mundo.

La apuesta de **Wom** -la empresa que organiza estos seminarios- no es menor: aunque pases de \$ 2.200 pueden ser habituales en Buenos Aires, en Córdoba nunca se intentó una convocatoria para hombres y mujeres de negocios de esta jerarquía.

Liderazgo, gestión de personas, calidad de servicio y lealtad, todo al estilo Disney, son los cuatro módulos en que se dividirá el seminario que se realizará el viernes 3 de septiembre en el **Holiday Inn Córdoba**, entre las 9 y las 17.30.

Además de los paquetes especiales para empresas de 3 y 8 pases con descuentos, el equipo de Wom está enfocado también en conseguir los sponsors (**Main, Platinum, Gold y Premium**) que terminen de conformar el mix de ingresos que harán posible esta apuesta en Córdoba, la única plaza del interior del país a la que llega **Disney Institute** por ahora.

Además de Business Excellence (que también se replicará en Santiago de Chile), Wom desarrollará en Buenos Aires otro seminario: **Inspiring Creativity**, un módulo que -si la primera experiencia cordobesa es buena- tal vez repliquen aquí en 2011.

[volver](#)

A- | A+  

[Espacio de los Lectores](#)

[Envía tu comentario](#)

carlos speche  
12.7.2010

Disney va a enseñar a gestionar recursos humanos cuando ellos tuvieron cientos de juicios por explotación a menores... por favor... ya no saben cómo hacer plata



### INFOnautas

Mail

Clave

TODA LA LÍNEA DE  
PORCELLANATOS  
Portobello



### INFOPUBLICIDAD

Con su crédito "no hay problema" (by Noche)



Después de cuatro meses de trabajo, la campaña de Noche para Tarjeta Sucrédito vio la luz. Con rediseño de la identidad corporativa, redefinición de estrategia y concepto de marca, el plan de comunicación -que abarca Tucumán, Santiago del Estero, Jujuy y Salta- tendrá una fuerte presencia en televisión, radio, vía