



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Máster en Comercio Exterior y Relaciones Internacionales + Titulación Universitaria***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

## ***Máster en Comercio Exterior y Relaciones Internacionales + Titulación Universitaria***

**duración total:** 1.500 horas

**horas teleformación:** 450 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

### ***descripción***

Este Master en Comercio Exterior y Relaciones Internacionales ofrece una formación especializada en la materia. Debemos saber que una formación en este área es importante para aquellas personas interesadas en conocer las distintas operaciones comerciales a nivel internacional en el ámbito profesional del comercio, las diferentes relaciones públicas, el protocolo diplomático internaciones, etc.



**+ Información Gratis**

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Reconocer y poner en práctica los procesos que hacen que una empresa obtenga éxito a través de los diferentes medios que Internet ofrece.
- Dotar al alumno de los conocimientos necesarios relativos al mundo del comercio y de las relaciones Internacionales, desarrollando habilidades técnicas y directivas que les permitan desarrollar su trayectoria profesional en este campo.
- Ofrecer un primer acercamiento al protocolo como disciplina que regula la comunicación institucional.
- Describir las habilidades comunicativas e interpersonales que deben impregnar las relaciones protocolarias.
- Presentar las bases del protocolo institucional.
- Ofrecer pormenorizadamente un desarrollo del protocolo empresarial en todas sus dimensiones.
- Integrar y potenciar Internet en la estrategia comercial de la empresa.
- Asimilar las ventajas de Internet como canal de comunicación.
- Conocer las diferentes herramientas de comunicación existentes.
- Relacionar entre sí la información proveniente del SIM y las variables que intervienen en el marketing obteniendo conclusiones para el plan de marketing internacional de la empresa
- Definir procedimientos para financiar concursos o licitaciones internacionales
- Elaborar la documentación necesaria para la gestión de la financiación de proyectos o suministros internacionales cuando las empresas participen en licitaciones internacionales.

## *para qué te prepara*

Este Master en Comercio Exterior y Relaciones Internacionales le prepara para conocer las distintas operaciones comerciales a nivel internacional en el ámbito profesional del comercio, las diferentes relaciones públicas, el protocolo diplomático internaciones, las licitaciones internacionales y las diferentes relaciones con agente exteriores.

## ***salidas laborales***

Comercio Internacional / Asesor de protocolo diplomático / Técnico departamento de protocolo y ceremonial en instituciones públicas y privadas / Técnico en comunicación / Planificadores de medios / Relaciones externas / Relaciones públicas en la empresa en general.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## *metodología*

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## *materiales didácticos*

- Manual teórico 'Relaciones Públicas Vol. 1'
- Manual teórico 'Análisis de Riesgos y Medios de Cobertura en las Operaciones de Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Licitaciones Internacionales'
- Manual teórico 'Plan e Informes de Marketing Internacional'
- Manual teórico 'Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Relaciones Internacionales'
- Manual teórico 'Protocolo Diplomático Internacional'
- Manual teórico 'Relaciones Públicas Vol. 2'





## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación





## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

# **PARTE 1. RELACIONES PÚBLICAS**

## **MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN**

1. Definición de comunicación
2. Elementos y características de la comunicación
3. Teorías comunicativas según el contexto
4. Obstáculos comunicativos
5. Tipologías comunicativas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

1. Habilidades de la conversación
2. Proceso de escucha
3. Importancia de la empatía en la comunicación
4. Reformulación de comunicaciones
5. Cómo lograr la aceptación incondicional
6. La habilidad de personalizar
7. La confrontación en la comunicación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL**

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL**

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL**

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL**

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral
3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN**

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales
4. Proceso de negociación y fases principales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN**

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR**

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador

3. Propiedades del sujeto negociador

4. Tipos de sujetos negociadores

## **MÓDULO 2. MARKETING RELACIONAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL**

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional

2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional

3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente

4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional

5. Conceptos integrados en el marketing relacional

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL**

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional

2. Nivel de fidelidad de los clientes

3. Programas de fidelización

4. Objetivos de un programa de fidelización

5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales

6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE**

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online

2. Conceptos de fidelización online

3. Programas multisectoriales

4. Captación y fidelización del cliente en Internet

5. Estructura de un plan de fidelización

### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN**

1. La base de datos

2. Creación de una base de datos

3. Elementos de una base de datos de marketing

4. Calidad de los datos

5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing

6. Data mining

### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE**

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional

2. Criterios de segmentación

3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes

4. Segmentación en Internet

5. Geomarketing y segmentación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL**

1. La importancia de medir los resultados

2. Definición de un plan de investigación

3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional

4. Métricas de clientes

5. Otros indicadores básicos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS**

1. Estrategias para captar leads de calidad

2. Utilización de email marketing para captar leads

3. Utilización de buscadores para la generación de leads

4. El permission marketing

## **MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA**

1. Tipos de redes sociales

- 2.La importancia actual del social media
- 3.Prosumer
- 4.Contenido de valor
- 5.Marketing viral
- 6.La figura del Community Manager
- 7.Social Media Plan
- 8.Reputación Online

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 18. SOCIAL CRM**

- 1.Introducción
- 2.Marketing relacional
- 3.Experiencia del usuario
- 4.Herramientas de Social CRM

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK**

- 1.Introducción
- 2.Escucha activa
- 3.Uso de chatbots en Facebook Messenger
- 4.Información de la Fanpage
- 5.Gestión de Comentarios
- 6.Reseñas o valoraciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER**

- 1.Introducción
- 2.Información básica del perfil
- 3.Agregar un botón de mensaje
- 4.Configurar mensajes de bienvenida
- 5.Deep Links
- 6.Monitorización
- 7.Gestión de comentarios
- 8.Gestionar crisis de reputación en Twitter

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM**

- 1.Introducción
- 2.Información básica del perfil
- 3.Instagram Direct
- 4.Gestión de comentarios
- 5.Herramientas de Análisis y monitorización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA**

- 1.Definir la estrategia
- 2.Cuentas específicas
- 3.Identificación del equipo
- 4.Definir el tono de la comunicación
- 5.Protocolo de resolución de problemas
- 6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
- 7.Monitorización
- 8.Gestión, seguimiento y fidelización
- 9.Medición de la gestión de atención al cliente

### **MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETES DE PRENSA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS**

- 1.Introducción
- 2.Concepto y definición de relaciones públicas
- 3.Elementos de las relaciones públicas
- 4.Análisis de los públicos
- 5.El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social

6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

1. Introducción y planteamiento general
2. Consideraciones preliminares
3. La personalización de las relaciones con la prensa
4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
5. Gestión y coordinación
6. Desarrollo del trabajo del gabinete

## **PARTE 2. RELACIONES INTERNACIONALES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA GEOGRAFÍA POLÍTICA. FUNDAMENTOS**

1. Factores de la Geografía Política
2. Relación espacial de la geografía política

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PODER Y EL TERRITORIO EN EL MARCO DE LA GEOPOLÍTICA**

1. Poder y relaciones de poder
2. Relaciones de poder en el Territorio
3. La articulación política de la sociedad y su relación con el espacio geográfico
4. La geografía política como relaciones de poder en el espacio
5. Geografía política y geopolítica

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PENSAMIENTO GEOESTRATÉGICO Y EL ANÁLISIS GEOPOLÍTICO**

1. Introducción a la geopolítica global
2. Hacia un mundo multipolar
3. Origen y concepto de geopolítica
4. Amenazas y Desafíos para el mundo actual
5. Elementos básicos de la Geopolítica
6. Técnicas de análisis espacial
7. Geopolítica y calidad de vida

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES INTERNACIONALES**

1. Las relaciones internacionales. Definición y otros aspectos
2. La Globalización
3. Relaciones exteriores de España: Cooperación para el desarrollo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRINCIPALES TEORÍAS DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES**

1. Principales Teorías

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL SISTEMA INTERNACIONAL Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES EN LA ACTUALIDAD**

1. Concepto
2. El sistema internacional. Introducción
3. Estructura del sistema internacional actual
4. La civilización. El choque de civilizaciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTROS ACTORES EN RELACIONES INTERNACIONALES. MULTINACIONALES Y ONGs**

1. Los actores del Sistema Internacional
2. Las Multinacionales
3. Las ONGs

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESPAÑA EN EL CONTEXTO DEL SISTEMA INTERNACIONAL**

1. España en el ámbito internacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. DERECHO INTERNACIONAL: EL ORDENAMIENTO JURÍDICO INTERNACIONAL**

1. El Ordenamiento Jurídico Internacional. La sociedad internacional
2. Los principios básicos del Derecho Internacional

- 3.Los Sujetos de Derecho Internacional
- 4.Características del Derecho Internacional Público
- 5.Las Normas del Ordenamiento Jurídico Internacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. FUENTES DEL DERECHO INTERNACIONAL: LOS TRATADOS INTERNACIONALES Y LA COSTUMBRE**

- 1.La costumbre como fuente del derecho internacional
- 2.Los tratados internacionales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.Introducción
- 2.Recorrido histórico
- 3.Ventajas del Comercio Internacional
- 4.Operaciones del Comercio Internacional
- 5.Elementos que componen el Comercio Internacional
- 6.Hitos históricos del comercio internacional
- 7.Influencias del comercio internacional en la sociedad

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.Introducción
- 2.El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
- 3.El empresario social
- 4.Las sociedades en España y en el extranjero
- 5.Cooperación y concentración entre sociedades
- 6.Incidencias en el derecho comunitario

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.Las organizaciones internacionales
- 2.Los organismos especializados de las Naciones Unidas
- 3.Organizaciones Internacionales de ámbito regional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR**

- 1.Marco normativo general del comercio exterior en España
- 2.Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
- 3.Política comercial multilateral

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. PROTOCOLO EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES**

- 1.La Unión Europea y su protocolo
- 2.ONU y su protocolo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 16. MISIONES DIPLOMÁTICAS Y LA INSTITUCIÓN CONSULAR**

- 1.Protocolo en las representaciones diplomáticas
- 2.La institución consular
- 3.Cartas credenciales

## **PARTE 3. PROTOCOLO DIPLOMÁTICO INTERNACIONAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO Y DIPLOMACIA EN EL MUNDO**

- 1.Glosario básico
- 2.Concepto de diplomacia y protocolo
  - 1.- Origen del protocolo
- 3.Actos públicos/Actos privados
- 4.Tipos de protocolo
  - 1.- Según la naturaleza de su función
  - 2.- Según el colectivo al que se dirige
  - 3.- Según los principales ámbitos de intervención



- 5. Usos sociales del protocolo
  - 1.- El sesgo cultural en el protocolo
  - 2.- Protocolo social

6. Protocolo internacional

**UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DESTACADOS EN EL PROTOCOLO**

1. Ámbito Universitario

- 1.- Universidad y protocolo
- 2.- Simbología y ceremonial universitarios
- 3.- Apertura de curso académico
- 4.- Investidura de Doctores y toma de posesión de profesores
- 5.- Investidura de Doctor Honoris Causa
- 6.- Las precedencias en la Universidad
- 7.- Presidencia en los Actos Universitarios

2. Los espectáculos públicos

- 1.- Deporte y Protocolo
- 2.- Organización de un evento deportivo
- 3.- Entrega de premios a deportistas
- 4.- Homenaje a un deportista
- 5.- Concursos hípicas
- 6.- Juegos Olímpicos
- 7.- Espectáculos taurinos

3. Ámbito Judicial

- 1.- Justicia y protocolo
- 2.- Simbología judicial
- 3.- Actos judiciales solemnes
- 4.- Precedencia en otros actos
- 5.- Actos gubernativos judiciales

4. Ámbito Militar

- 1.- Las presentaciones y las visitas militares
- 2.- Representación institucional de las Fuerzas Armadas
- 3.- Los actos solemnes en los Ejércitos
- 4.- Actos solemnes habituales
- 5.- Entrega de despachos con asistencia del Rey
- 6.- Entrega de diplomas con asistencia del Rey
- 7.- Día de la policía con asistencia del Rey

5. Corporaciones Locales

- 1.- Protocolo y vida local
- 2.- Toma de posesión de presidente
- 3.- Fiestas religiosas
- 4.- Entrega de distinciones
- 5.- Visitas de personalidades
- 6.- Hermanamiento entre ciudades

6. Ámbito Empresarial

7. Ámbito Social

**UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO DIPLOMÁTICO INTERNACIONAL**

1. Protocolo diplomático

- 1.- Origen del protocolo diplomático

2. Congreso de Viena

- 1.- Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas y Relaciones Consulares

3. Importancia del protocolo diplomático internacional

4. Términos diplomáticos

**UNIDAD DIDÁCTICA 4. TRATAMIENTOS, PRESENTACIONES, SALUDOS, PUNTUALIDAD Y VESTIMENTA**

1. Las fórmulas de tratamiento
  - 1.- Uso del tratamiento “usted”
  - 2.- Uso de los tratamientos “don/doña” y “señor/señora”
  - 3.- Uso del “tuteo”
2. Saludos y despedidas
  - 1.- Cómo se saluda
  - 2.- Estrechamiento de manos
  - 3.- El abrazo
  - 4.- El “beso social”
  - 5.- Beso en la mano
  - 6.- La reverencia
  - 7.- Las despedidas
3. Las presentaciones
4. La puntualidad
5. Indumentaria
  - 1.- El uniforme diplomático
  - 2.- Condecoraciones
  - 3.- Colocación de las condecoraciones

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. REPRESENTACIONES DIPLOMÁTICAS. LAS MISIONES DIPLOMÁTICAS Y LA INSTITUCIÓN CONSULAR**

1. Protocolo en las representaciones diplomáticas
2. Las misiones diplomáticas
  - 1.- Tipos de misiones diplomáticas
  - 2.- Funciones de la misión diplomática
3. La institución consular
  - 1.- La oficina consular
  - 2.- Miembros de la oficina consular. Categorías

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRESENTACIÓN DE CARTAS CREDENCIALES**

1. Cartas credenciales
2. Recepción del nuevo embajador extranjero
  - 1.- Llegada del embajador
3. Copias de estilo
  - 1.- Momento de entrega de las copias de estilo
  - 2.- Presentadas las copias de estilo
4. Ceremonia de presentación de las cartas credenciales en el Palacio Real
5. Regreso a la residencia del Embajador y audiencia con Su Majestad la Reina
6. El papel de los medios de comunicación. Oficina de Información Diplomática

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. VISITAS DE ESTADO**

1. Preparación de las visitas
2. Seguridad y relación con los medios de comunicación
3. Tipos de visitas de estado
  - 1.- Las visitas de Estado
  - 2.- Las visitas del Jefe de Gobierno a España
4. Ejemplo de visita de Estado de un Jefe de Estado extranjero a España

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROTOCOLO EN LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES**

1. La Unión Europea y su protocolo
  - 1.- Regalos
  - 2.- Particularidades
  - 3.- Ordenación de las banderas
  - 4.- Himno
2. Las Naciones Unidas y su protocolo

- 1.- Origen de las Naciones Unidas
- 2.- Propósitos y principios de las Naciones Unidas
- 3.- Miembros de las Naciones Unidas
- 4.- Importancia del protocolo
- 5.- Protocolo a seguir en la apertura de la Asamblea General
- 6.- Protocolo de los discursos
- 7.- Protocolo de las visitas oficiales a la sede
- 8.- Bandera y protocolo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. PROTOCOLOS, REUNIONES Y CONFERENCIAS INTERNACIONALES**

- 1.Principales conferencias y cumbres internacionales
- 2.Protocolo en Europa Occidental
  - 1.- Francia
  - 2.- Alemania
  - 3.- Bélgica
  - 4.- Suiza
- 3.Protocolo en América del Norte: Estados Unidos
- 4.Protocolo en países árabes: Arabia Saudí
- 5.Protocolo en Asia: Japón

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD Y PROTOCOLO**

- 1.Seguridad
- 2.Solicitud de seguridad o protección
  - 1.- Seguridad para las propias embajadas
  - 2.- Seguridad para personalidades extranjeras
- 3.Agentes de seguridad
  - 1.- Agentes de seguridad acreditados
  - 2.- Agentes de seguridad de personalidades
- 4.Seguridad privada

## **PARTE 4. COMERCIO INTERNACIONAL**

### **MÓDULO 1. COMERCIO INTERNACIONAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.Introducción
- 2.Recorrido histórico
- 3.Ventajas del Comercio Internacional
- 4.Operaciones del Comercio Internacional
- 5.Elementos que componen el Comercio Internacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
- 2.El empresario social
- 3.Las sociedades en España y en el extranjero
- 4.Cooperación y concentración entre sociedades
- 5.Incidencias en el derecho comunitario

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**

- 1.Las organizaciones internacionales
- 2.Los organismos especializados de las Naciones Unidas
- 3.Organizaciones Internacionales de ámbito regional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR**

- 1.Marco normativo general del comercio exterior en España
- 2.Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
- 3.Política comercial multilateral

## **MÓDULO 2. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL**

- 1.La contratación internacional
- 2.Los principios sobre los contratos internacionales
- 3.Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional
- 4.Formación del contrato
- 5.Cumplimiento del contrato
- 6.Cláusulas contractuales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO**

- 1.Ley aplicable al contrato internacional
- 2.El Convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I
- 3.La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I
- 4.Acción de las normas imperativas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMPRAVENTA INTERNACIONAL**

- 1.La compraventa internacional
- 2.Libertades comunitarias: la libre circulación de mercancías
- 3.La Lex Mercatoria
- 4.La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
- 5.Los INCOTERMS

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. BIENES INMATERIALES Y DERECHO DE LA COMPETENCIA**

- 1.Propiedad industrial
- 2.Propiedad intelectual
- 3.Competencia desleal
- 4.Derecho de defensa de la competencia

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISTINTAS MODALIDADES DE CONTRATO**

- 1.Contratos de intermediación comercial
- 2.El transporte internacional
- 3.Contratos de financiación
- 4.Contratos de seguros

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES**

- 1.Introducción
- 2.Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago
- 3.El cheque
- 4.Transferencias bancarias
- 5.Orden de pago documentaria
- 6.Créditos documentarios
- 7.Remesa documentaria

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS**

- 1.Controversias en el ámbito del comercio internacional
- 2.Vías de jurisdicción estatal
- 3.El arbitraje internacional
- 4.Compatibilidad entre arbitraje y la vía judicial

## **MÓDULO 3. ANÁLISIS DE RIESGOS Y MEDIOS DE COBERTURA EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL MERCADO DE DIVISAS**

- 1.Concepto y función del mercado de divisas.
- 2.Funcionamiento del mercado de divisas y operaciones más comunes.
- 3.Oferta.
- 4.Demanda.
- 5.Referencias normativas sobre operaciones de compraventa de divisas y transacciones con el exterior.

6.El tipo de cambio: Sistemas de fijación. Factores determinantes. Variaciones. Operaciones al contado. Operaciones a plazo.

7.El tipo de interés de la divisa.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL RIESGO DE CAMBIO E INTERÉS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA**

1.El riesgo de cambio.

2.El Seguro de cambio: Concepto y características. Formación de los cambios. Coste o rendimiento del seguro de cambio.

3.Opciones sobre divisas: Concepto, características y aplicaciones.

4.Clases de opciones: Determinación del precio de una opción.

5.Futuros sobre divisas: Concepto, características y funcionamiento.

6.Otros instrumentos de cobertura: Cuentas en divisas. Otros.

7.El riesgo de interés. Cobertura: Futuros en tipos de interés. Swaps de tipos de interés. Otros elementos de cobertura: Caps, Floors, etc.

8.Utilización de herramientas informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos de cambio e interés:

9.Búsqueda de información: Internet.

10.Aplicaciones informáticas sobre operaciones con divisas.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. OTROS RIESGOS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA**

1.Tipos de riesgo: Riesgo comercial. Riesgo político. Riesgo extraordinario. Otros riesgos.

2.Seguro de crédito a la exportación: Concepto y características generales. Riesgos susceptibles de cobertura.

3.Contratación del seguro: sujetos que intervienen y obligaciones de las partes.

4.Compañías que operan en el mercado del Seguro de Crédito a la exportación: CESCE. Otras compañías.

5.Modalidades de las pólizas y coberturas.

6.Normativa aplicable: normativa general de la actividad aseguradora. Normativa del seguro de crédito a la exportación.

7.Factoring como instrumento de cobertura de riesgos:

8.Características y funcionamiento.

9.Tipos de riesgos que cubre el factoring internacional.

10.Diferencias con el seguro de crédito a la exportación.

11.Forfaiting como instrumento de cobertura de riesgos:

12.Características y funcionamiento.

13.Tipos de riesgos que cubre el forfaiting internacional.

14.Diferencias con el factoring.

15.Aplicaciones informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos.

# **PARTE 5. MARKETING Y ESTRATEGIA EN INTERNET**

## **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO**

1.Introducción

2.Marketing

3.El proceso de Marketing

4.El mercado y los consumidores

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN**

1.Herramientas de Marketing Mix

2.Herramientas de comunicación de Internet

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PÁGINA WEB**

1.Marketing en nuestra página web

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS**

1.Introducción: El comercio electrónico

2.Definición de comercio electrónico

3.Principales usos del comercio electrónico

- 4.Participantes en el comercio electrónico
- 5.Tipos de comercio electrónico
- 6.Grupos de compra

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

- 1.Ventajas del comercio electrónico
- 2.Inconvenientes del comercio electrónico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

- 1.Actividades comerciales en Internet

## **PARTE 6. PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING INTERNACIONAL**

- 1.El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
- 2.Análisis de la situación
- 3.Diagnóstico: análisis DAFO
- 4.Establecimiento de los objetivos de marketing
- 5.Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL**

- 1.El plan de acción de marketing
- 2.Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
- 3.El control del plan de marketing
- 4.Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

- 1.Concepto y funciones del briefing en el marketing
- 2.Determinación de los objetivos de briefing
- 3.La elección de la estructura del briefing
- 4.Como realizar un briefing
- 5.La presentación del briefing

## **PARTE 7. LICITACIONES INTERNACIONALES**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCURSOS Y PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL**

- 1.Organismos Multilaterales e Instituciones Financieras Multilaterales.
- 2.Tipos de licitaciones
- 3.Principios de la licitación pública internacional.
- 4.Beneficios de la participación en licitaciones.
- 5.Licitaciones para contratos de
- 6.Relación jurídica entre licitador, entidad financiera y organismo financiador.
- 7.Fuentes de información sobre licitaciones internacionales.
- 8.Garantías exigidas en los procesos de licitación y ejecución de los proyectos.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL**

- 1.Detección y localización de licitaciones de interés.
- 2.Valoración de la licitación.
- 3.Estrategia de preparación de la propuesta.
- 4.Estudio de viabilidad de la propuesta técnica y la propuesta financiera.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE OFERTAS A PROCESOS DE LICITACIÓN INTERNACIONAL**

- 1.Pliego de condiciones: documentación y requisitos habituales.
- 2.Preparación de la documentación del concurso.
- 3.Seguimiento de las ofertas consolidadas



**+ Información Gratis**