



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Máster en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE + Titulación Universitaria

duración total: 725 horas

horas teleformación: 300 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Si quiere dedicarse profesionalmente al entorno de la gestión de eventos y especializarse en labores relacionadas con las relaciones públicas o protocolo este es su momento, con el Master en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de manera experta, el Turismo de Negocios está muy de moda en la actualidad y por ese este Master en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE le capacita para profundizar en este campo.



+ 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

- Conocer la importancia del turismo de negocios en la actualidad.
- Planificar, estructurar y gestionar un departamento de protocolo.
- Conocer y aplicar de forma reflexiva reglas y técnicas de protocolo para cualquier tipo de actos.
- Aprender todo lo referente sobre la comunicación interna y externa de la empresa.
- Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas.
- Aplicar los métodos y técnicas de gestión del tiempo a través de las herramientas idóneas en procesos de organización de agenda.
- Aplicar técnicas de negociación en situaciones de organización y contratación de reuniones, viajes y eventos corporativos persiguiendo soluciones de beneficio mutuo entre las partes.

para qué te prepara

Este Master en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE le prepara para tener una visión completa de las funciones que se realizan en el entorno de las relaciones públicas, así como a adquirir las técnicas oportunas sobre protocolo, gestión de eventos y publicidad.

salidas laborales

Relaciones públicas / Comunicación / Gestión y Organización de Eventos / Protocolo.

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 'Organización, Gestión y Planificación de Eventos'
- Manual teórico 'Relaciones Públicas Vol. 1'
- Manual teórico 'Gestión del Tiempo, Recursos e Instalaciones'
- Manual teórico 'Organización de Viajes Nacionales e Internacionales'
- Manual teórico 'Organización de Reuniones y Eventos'
- Manual teórico 'Protocolo Social e Institucional'
- Manual teórico 'Relaciones Públicas Vol. 2'



profesorado y servicio de tutorías

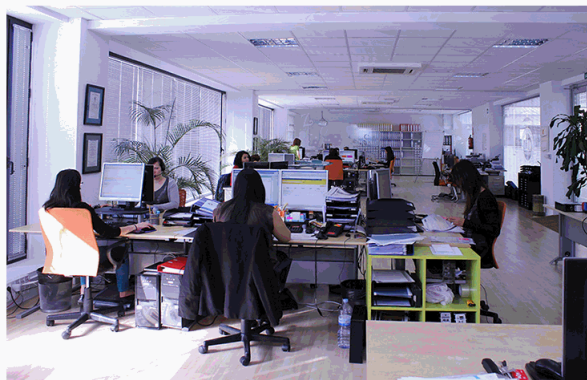
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado "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. ORGANIZACIÓN, GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

- 1.Introducción
- 2.Tipos de reuniones
- 3.Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
- 4.Preparación de las reuniones
- 5.Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- 1.Tipos de Eventos
- 2.Organización del Evento
- 3.Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
- 4.Medios de cobro y pago

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

- 1.Definición y concepto de Relaciones Públicas
- 2.Como montar una operación de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- 1.Introducción
- 2.Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
- 3.El regalo en la empresa
- 4.La etiqueta
- 5.Ubicación correcta de símbolos
- 6.La imagen de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN

- 1.Conceptualización de la comunicación
- 2.Elementos constitutivos de la comunicación
- 3.Teorías de la comunicación según el contexto
- 4.Obstáculos en la comunicación
- 5.Tipos de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

- 1.Políticas de Comunicación Integral (PCI)
- 2.La formación comunicacional de los directivos
- 3.Cómo hablar en público
- 4.El comportamiento ante los medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

- 1.Cómo se planifica un acto público
- 2.Tipos de eventos
- 3.La seguridad en los actos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

- 1.Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
- 2.Formas de composición organizativa de las ferias
- 3.Organización de un recinto ferial
- 4.Gestión operativa de un Certamen ferial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

- 1.Oferta y demanda de eventos feriales
- 2.Marketing y comunicación ferial
- 3.Comercialización del evento

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

- 1.Precongreso
- 2.El congreso: días previos y celebración
- 3.La candidatura
- 4.El Comité Organizador
- 5.Definición del Congreso
- 6.Naturaleza del Congreso
- 7.Objetivos
- 8.Participantes
- 9.Elección de sede y fechas
- 10.La imagen
- 11.Medios
- 12.Comité de honor

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

- 1.Las Secretarías del Congreso
- 2.Financiación del Congreso
- 3.Postcongreso

UNIDAD DIDÁCTICA 12. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

- 1.Deporte y protocolo
- 2.Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
- 3.Estrategia de Marketing
- 4.Elaboración de Presupuestos
- 5.Creación del Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

- 1.Planificación estratégica
- 2.Fases de la planificación estratégica
- 3.Planificación deportiva
- 4.Tipos de planificaciones
- 5.Proceso planificador
- 6.La gestión deportiva
- 7.Punto de encuentro entre oferta y demanda
- 8.El proyecto deportivo
- 9.Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

- 1.Introducción
- 2.Beneficios socioeconómicos fundamentales
- 3.Beneficios sociopolíticos
- 4.Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

- 1.Introducción
- 2.El patrocinio deportivo en España
- 3.Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
- 4.Intereses y exigencias de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

- 1.Habilidades conversacionales
- 2.La escucha
- 3.La empatía
- 4.La reformulación
- 5.La aceptación incondicional
- 6.La destreza de personalizar
- 7.La confrontación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

- 1.La publicidad
- 2.Identidad corporativa

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

- 1.¿Por qué organizamos un evento?
- 2.Planificación y Organización del Evento
- 3.Formato del evento y Público objetivo
- 4.Presupuesto y programación
- 5.Destino y lugar de celebración

PARTE 2. EXPERTO EN PROTOCOLO SOCIAL E INSTITUCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

- 1.¿Qué es el protocolo?
- 2.Actos públicos/Actos privados
- 3.Normativa sobre protocolo
- 4.Tipos de protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DESTACADOS EN EL PROTOCOLO

- 1.Ámbito Universitario
- 2.Los espectáculos públicos
- 3.Ámbito Judicial
- 4.Ámbito Militar
- 5.Corporaciones Locales
- 6.Ámbito Empresarial
- 7.Ámbito Social

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTOCOLO SOCIAL

- 1.Introducción
- 2.Las fórmulas de tratamiento
- 3.Saludos y despedidas
- 4.Las presentaciones
- 5.La puntualidad
- 6.El vestuario
- 7.Ceremoniales y costumbres sociales mundiales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO INSTITUCIONAL I

- 1.Elementos y símbolos del Estado
- 2.Las Comunidades Autónomas
- 3.Títulos nobiliarios
- 4.Los tratamientos honoríficos
- 5.Las condecoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL II

- 1.Introducción. La Casa Real
- 2.La Familia Real
- 3.Simbología Real
- 4.Atribuciones reales
- 5.Honores correspondientes a la Corona
- 6.La Casa Real y las relaciones con la Corona

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROTOCOLO Y BUENAS COSTUMBRES EN LA MESA

- 1.Introducción
- 2.Preparación de las mesas como anfitrión
- 3.Cómo comportarnos en un restaurante

4.Ubicación de las mesas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTOCOLO EN LA EMPRESA

- 1.Necesidad del protocolo en la empresa
- 2.Seleccionar y colocar invitados en los actos
- 3.Las reuniones de negocios
- 4.Agasajos en los negocios
- 5.Exhibiciones comerciales
- 6.Inauguración de empresa
- 7.Visita a empresa
- 8.Entrega de distinciones empresariales
- 9.Viaje de negocios
- 10.Negociación con delegaciones

PARTE 3. 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

+ Información Gratis

- 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 4. GESTIÓN DEL TIEMPO, RECURSOS E INSTALACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EFICIENCIA, EFICACIA Y EFECTIVIDAD. UMBRAL DE RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD DEL SECRETARIADO. PRODUCTIVIDAD.

1. Medios y métodos de trabajo.
2. La planificación como hábito:
3. Priorización.
4. Organización.
5. Delegación.
6. Control y ajuste. El control del tiempo.
7. La calidad en los trabajos de secretariado.
8. Habilidades de relación intra-personal para optimizar el tiempo: iniciativa, pro-actividad, creatividad e innovación.
9. Habilidades de relación interpersonal para optimizar el tiempo: asertividad, comunicación y negociación.
10. El puesto de trabajo de la secretaria: el despacho, el mobiliario de oficina, el escritorio, las herramientas de trabajo -ordenador, fax, teléfono, fotocopiadora, grabadora, agenda-, el material de trabajo -papel, sobres, etc.-, menaje y suministros varios.
11. La recepción de la empresa, la sala de reuniones, el salón de actos y otras dependencias de la organización.
12. Prevención de riesgos laborales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA. EL ARCHIVO.

1. Flujo documental en la empresa.
2. Clasificación de los documentos.
3. Tratamiento de los documentos. Estrategias y características de un buen archivo.
4. El archivo corporativo. Establecimiento de criterios y procedimientos de uso.
5. Gestión documental informática -"oficina sin papeles"-.
6. Requisitos medioambientales para la eliminación de residuos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA AGENDA

1. Tipos de agenda.
2. Secciones de la agenda.
3. Gestión de agendas.

PARTE 5. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES Y EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Tipos de reuniones
2. Planificación de las reuniones.
3. Preparación de las reuniones.
4. Terminología utilizada en reuniones, juntas y asambleas.
5. El desarrollo de la reunión. Etapas de una reunión. -Duración, pausas, almuerzo y otros).
6. Tipología y funciones de los participantes en una reunión. -Dirección, secretario, moderador, tesorero, vocales, presentador, proveedor, cliente, y otros-.
7. El papel de la secretaria el día de la reunión. -Preparar, comprobar, atender-.
8. La evaluación de la reunión. Actuaciones posteriores a la reunión.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA NEGOCIACIÓN

1. Elaboración de un plan de negociación.
2. Tipos o niveles
3. Participantes.
4. Fases de la negociación
5. Recursos psicológicos en la negociación.
6. Análisis de los procesos y estrategias de negociación en la empresa.
7. Los presupuestos y contratos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Objetivos.
2. Presupuesto.
3. Tipos de eventos atendiendo a su ámbito.
4. Informe del proyecto pormenorizado de la organización del evento.
5. Listado de comprobaciones.
6. El papel de la secretaria el día del evento -Preparar, comprobar, atender-.
7. Condiciones técnicas requeridas al bien o servicio contratado
8. Condiciones económicas requeridas al bien o servicio contratado:
9. Medios de cobro y pago, convencionales y telemáticos:
10. Documentos de cobro y pago.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

1. Tratamientos dentro de la empresa.
2. Recepción de las visitas.
3. El restaurante como parte de la oficina.
4. RD.2099/83 Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.
5. El regalo en la empresa.
6. La etiqueta en hombres y mujeres.
7. Ubicación correcta de los símbolos.
8. La imagen y la empresa.

PARTE 6. ORGANIZACIÓN DE VIAJES NACIONALES E INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Condiciones de la contratación de un servicio
2. Seguros de viaje, médicos y de automóviles
3. Medios y rutas de transporte nacionales e internacionales
4. Medios de realización: Internet, teléfono y otros
5. Derechos del viajero
6. Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas

7. Características y funciones de organismos oficiales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

1. Objetivos del viaje
2. Presupuesto
3. Lista de comprobación y confirmación
4. Documentación necesaria anterior al viaje
5. Gestión de las necesidades del país o países que se visiten
6. Itinerarios
7. Medios de transporte
8. Métodos para el alquiler de vehículos Normativa al respecto
9. Visitas turísticas
10. Información cultural y genérica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

1. Medios de locomoción
2. Horarios
3. Reservas de transporte
4. Alojamientos y tipos de pensión
5. Medios de cobro y pago Intérpretes
6. Servicios especiales-sala de reuniones, fax, secretario, despachos, salas audiovisuales-Documentación y preparación de las jornadas de trabajo
7. La oficina móvil
8. La agenda de reuniones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DOCUMENTACIÓN POSTERIOR AL VIAJE

1. Informe económico
2. Justificantes
3. Notas de entrega
4. Albaranes
5. Facturas pro-forma
6. Facturas definitivas
7. Seguimiento de acuerdos
8. Evaluación y análisis de resultados
9. Archivo
10. Estudios de optimización, realización y temporalización de viajes nacionales e internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO NACIONAL E INTERNACIONAL Y USOS SOCIALES.

1. Invitaciones en España y en el extranjero
2. Forma y contestación de las invitaciones
3. Obligaciones con los visitantes
4. Protocolo y comunicación en países de religión musulmana
5. Protocolo y comunicación con países de Hispanoamérica
6. Protocolo y comunicación en diversos países
7. Diplomacia en la Unión Europea
8. Decálogo del protocolo empresarial internacional