

Presentación

Curso Superior Universitario en

DIPLOMACIA CORPORATIVA



UCAM

Cátedra Internacional de
**Responsabilidad
Social Corporativa**

**Curso Superior Universitario en
Diplomacia Corporativa**

PRESENTACIÓN



Edición 2017

© **UCAM** Cátedra Internacional de **Responsabilidad Social Corporativa**

Murcia (España)

catedrarsc@ucam.edu

CURSO SUPERIOR UNIVERSITARIO

DIPLOMACIA CORPORATIVA

FICHA TÉCNICA.

Denominación:	Curso Superior Universitario en Diplomacia Corporativa, influencia y representación de intereses.
Modalidad:	Semipresencial
Idiomas:	Español
Duración:	250 horas
Plazas:	50 máximo
ECTS:	10 créditos
Campus	Murcia
Facultad	Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa / UCAM

Titulación:	Título Propio de la UCAM
--------------------	--------------------------

Director	D. Víctor Meseguer Sánchez (Director de la Cátedra de RSC de la UCAM)
Coordinador del Programa	D. Rodrigo Borrega Fernández
Coordinador Metodológico	D. Fernando Rubén García Hernández

PRESENTACIÓN

LIDERAZGO, INNOVACIÓN, RENTABILIDAD, POSICIONAMIENTO E INFLUENCIA

Si eres un directivo

Si eres un representante público o político

Si eres un profesional liberal o un técnico especializado

Si eres un funcionario de la Administración Pública

Con interés por alcanzar un perfil profesional diferenciado e innovador...

TE INTERESA...

.....

Los estudios en Diplomacia Corporativa han planteado tradicionalmente una formación eminentemente teórica, muy influenciada por los estudios de carrera diplomática y por lo tanto muy limitada en las necesarias herramientas que exige la gestión de intereses, la toma de decisiones y el ejercicio transparente de la influencia en el posicionamiento de los intereses empresariales en sus relaciones externas.

Ante el auge del “lobby” y los grupos de presión en España y en Europa como uno de los efectos de la evolución política y socioeconómica del continente y la ausencia de una legislación regulatoria del mismo en la mayoría de los países se hace necesario afrontar una formación cualificada del ejercicio profesional de la diplomacia empresarial. Junto a la evolución del sistema de poderes democrático otros de los escenarios que exigen un nuevo planteamiento formativo son el paradigma digital, las nuevas tecnologías y las redes y su papel en los ámbitos de poder y la incuestionable exigencia actual de que las empresas deben compatibilizar su esencial interés lucrativo y de rentabilidad con el

desarrollo del entorno y la comunidad donde se generan sus beneficios. A estos factores cabe añadir la necesaria especialización de los profesionales dedicados a velar por los intereses de su empresa en su relación con su entorno, sus públicos de interés y las exigencias del mercado. La globalización lleva aparejada la configuración de esquemas más complejos del ejercicio del poder político y económico y por lo tanto exigen un profundo conocimiento de sus flujos, núcleos y cadenas de valor para la definición adecuada de las estrategias y la toma de decisiones en los planes de acción diplomática de cualquier empresa.

El Curso Superior Universitario en Diplomacia Corporativa; Influencia y Representación de Intereses de la Cátedra Internacional de RSC de la UCAM cuenta con un programa formativo modular y de actualidad cuyos contenidos se complementan con aprendizaje práctico transversal desarrollado a través de Talleres y del Proyecto Vehicular Formativo que dará como resultado el Trabajo Fin de Curso. Desde el primer día, el alumno es el motor del proceso de aprendizaje al ser quien va marcando, según sus intereses y preferencias, el enfoque especializado, las temáticas de interés y los perfiles profesionales que su propio proyecto va a exigir para obtener los conocimientos más adecuados.

Os damos la bienvenida a nuestro (vuestro) curso. Un abrazo.

Dirección de la Cátedra de RSC - UCAM

OBJETIVOS y DESEMPEÑOS

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS CLAVE

El presente programa está diseñado por profesionales en ejercicio para ofrecerte un amplio abanico de conocimientos prácticos y responder a las exigencias de un experto en diplomacia corporativa, tanto en el ejercicio de las muy diversas tareas que le son propias como para **implementar o auditar la visión estratégica en la acción corporativa e institucional** y con ello:

- Ejecutar una necesaria estrategia de diplomacia corporativa en sintonía con los objetivos empresariales/institucionales y de negocio.
- Ejercer una eficaz representación de los intereses de la empresa, institución u organización potenciando la capacidad de influir.
- Canalizar adecuadamente las relaciones con los grupos de interés en aras de una buena reputación corporativa y de un compromiso responsable con los *stakeholders* y el entorno.

DESEMPEÑOS a desarrollar con este curso

El **profesional de la diplomacia corporativa** define su actividad en torno a cinco desempeños claves.

- En primer lugar aplicar la inteligencia de negocio en el análisis de cuáles son los riesgos estratégicos que pueden afectar a la empresa o institución y en qué medidas su actividad puede verse afectada por turbulencias en los distintos escenarios en los que opera.

- El segundo aspecto es sopesar el peso de lo digital en el normal desarrollo de la actividad y con ello considerar la oportunidad y valor añadido de trabajar en red como avance respecto de una estructura jerárquica convencional.
- El tercer factor supone identificar los públicos objetivos y preferentes, sean reconocidos, oficiales o privados.
- En cuarto lugar asumir el empeño de impregnar de los valores de la colaboración y la confianza como activos principales en el ejercicio profesional a desempeñar.
- Por último, es esencial en el entorno actual la creación y vigencia de redes, asociaciones y alianzas que sumen a la consecución de los objetivos establecidos en el plan de actuación de la dirección empresarial.

PERFIL y REQUISITOS DE INGRESO

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO ESTE CURSO?

Este Curso Superior Universitario en Diplomacia Corporativa está dirigido a:

- Directivos, técnicos superiores y en general responsables encargados de la gestión y certificación de los aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa en los ámbitos de gestión de grupos de interés y diplomacia corporativa.
- Directivos y/o propietarios de pequeñas y medianas empresas con un perfil de emprendedores en el campo de la responsabilidad social corporativa.
- Consultores y/o asesores en materia de responsabilidad social corporativa.
- Estudiantes pre y postdoctorales, e Investigadores y/o profesores en materia de responsabilidad social corporativa y gestión de grupos de interés y diplomacia corporativa.
- Todos aquellos interesados en profundizar en la relación entre RSC y gestión de grupos de interés y diplomacia corporativa.

Además, a los anteriores perfiles se podrían añadir otros que en gran medida comparten las mismas necesidades formativas en cuanto a competencias profesionales.

- Directivos y responsables encargados de la gestión e implementación de la responsabilidad social corporativa en la Administración pública, en organizaciones no gubernamentales o en cooperativas.

METODOLOGIA

Este programa formativo está diseñado para que el estudiante sea responsable de su proceso de aprendizaje.

Consta de una parte online (contenidos, audiovisuales y herramientas de aprendizaje sitios en el Campus Virtual de la UCAM) y una parte presencial (clases, seminarios y talleres prácticos donde se abordarán los aspectos claves del contenido online).

En las clases presenciales se sigue una metodología que combina la exposición de los elementos clave de la temática concreta del programa, los testimonios de profesionales y expertos de probada experiencia, las actividades de campo y el estudio de casos reales tanto basados en la experiencia profesional del equipo docente como casos de empresas y organizaciones relevantes.

La participación y responsabilidad del estudiante en su proceso de aprendizaje implica la realización de trabajos prácticos a lo largo del curso (ejercicios, casos prácticos, test, actividades modulares, participación en foros, etc...).

El estudiante tendrá a su disposición un tutor-docente y el apoyo constante del coordinador del programa.

DOCUMENTACIÓN - RECURSOS

El alumno tendrá acceso a todo el material a través de la Plataforma de Teleformación: Campus Virtual. En el Campus Virtual, el estudiante tiene a su disposición toda la documentación escrita y audiovisual, práctica y teórica del programa. En dicha plataforma online, el alumno tiene también acceso a un tutor especializado para resolución de dudas.

El material básico de este programa comprende:

- Fichas técnicas y presentaciones del curso.
- Ejercicios prácticos.
- Manuales de contenidos.
- Casos y actividades modulares.
- Bibliografía y audiovisuales.
- Espacio de Novedades y Actualizaciones de material.
- Otros: Guía del estudiante e Indicaciones para el estudio.

TUTORÍAS

Hay una asistencia permanente de tutores durante toda la duración del programa. El estudiante puede acceder al servicio de tutorías por el medio de contacto que le resulte más cómodo o se adapte mejor a sus necesidades. Por teléfono, correo electrónico, a través de la plataforma de teleformación, o entrevista personal, el tutor ayudará al estudiante a planificar el estudio para alcanzar los objetivos del programa. El tutor es una figura fundamental al cual dirigirse para exponer cualquier duda, solicitar asesoramiento, requerir actualizaciones, o pedir opinión sobre cualquier aspecto o necesidad que se plantee respecto a los contenidos del curso. El tutor mantiene con el alumno un contacto permanente y personalizado que le permite hacer un seguimiento del ritmo de estudio de cada persona.

ESTRUCTURA - PLAN DE ESTUDIOS

Bloque Temático 1.	ENTORNO OPERATIVO, PERFIL PROFESIONAL Y EJERCICIO DE LA DIPLOMACIA CORPORATIVA.
Bloque Temático 2.	GESTIÓN DE LA INFLUENCIA, REPRESENTACIÓN DE INTERESES Y PROYECCIÓN COMUNICATIVA

A continuación se indica –para cada bloque temático- las unidades de que consta el programa:

MÓDULOS - UNIDADES DE CUALIFICACIÓN

DIPLOMACIA CORPORATIVA		
ENTORNO OPERATIVO, PERFIL PROFESIONAL Y EJERCICIO DE LA DIPLOMACIA CORPORATIVA	Unidad 1	LA DIPLOMACIA DEL ESTADO Y DE LA EMPRESA. RETOS DE LA ACCIÓN EXTERIOR.
	Unidad 2	DIPLOMACIA CORPORATIVA: PERFIL PROFESIONAL, HERRAMIENTAS Y ESCENARIOS.
	Unidad 3	EL VALOR DE LA INFLUENCIA Y SU RENTABILIDAD EMPRESARIAL (FORO ABIERTO).
	Unidad 4	CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y COMPETENCIAS. DESARROLLO PRÁCTICO.
	Unidad 5	INTELIGENCIA COMPETITIVA Y NETWORKING. LAS TICS'S APLICADAS A LA DIPLOMACIA CORPORATIVA.
GESTIÓN DE LA INFLUENCIA, REPRESENTACION DE INTERESES Y PROYECCIÓN COMUNICATIVA	Unidad 1	EL PLAN ESTRATÉGICO DE DIPLOMACIA CORPORATIVA: GOBERNANZA, REPUTACIÓN Y AGENDA PÚBLICA.
	Unidad 2	DEL LOBBY A LOS PUBLIC AFFAIRS. PERFILES EN LA GESTIÓN DE LA INFLUENCIA.
	Unidad 3	PROGRAMA Y EJERCICIO DE LA REPRESENTACIÓN DE INTERESES. EMPRESAS, TERCER SECTOR Y SOCIEDAD CIVIL.
	Unidad 4	GESTIÓN DE LA INCERTIDUMBRE, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN DE CRISIS.
	Unidad 5	EXPOSICIÓN DE TRABAJOS DE CAMPO TUTORIZADOS.

FICHA DE CADA UNIDAD: OBJETIVOS Y PRINCIPALES CONTENIDOS.

Unidades del BLOQUE TEMÁTICO I: **ENTORNO OPERATIVO, PERFIL PROFESIONAL Y EJERCICIO DE LA DIPLOMACIA CORPORATIVA.**

LA DIPLOMACIA DEL ESTADOS Y DE LA EMPRESA. RETOS DE LA ACCIÓN EXTERIOR.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Poner de relieve la transformación de la diplomacia debido a la globalización que ha provocado una serie de importantes cambios estructurales y nuevos agentes en la arena internacional.
- Reflexionar sobre la evolución que han experimentado las funciones directivas para influir, persuadir y cultivar el apoyo de los públicos extranjeros.
- Definir la Diplomacia Corporativa e identificar sus principales funciones e instrumentos.

CONTENIDOS

- TEMA 1. Intereses públicos y privados. La transformación contemporánea de la diplomacia.
- TEMA 2. Evolución de las funciones directivas.
- TEMA 3. La Diplomacia Corporativa. Funciones asociadas e instrumentos destacados.

DIPLOMACIA CORPORATIVA: PERFIL PROFESIONAL, HERRAMIENTAS Y ESCENARIOS.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Analizar los principales rasgos recomendables para el ejercicio profesional de la Diplomacia Corporativa en el ámbito empresarial y público.
- Desgranar la importancia reputacional del liderazgo responsable para la fortaleza de las empresas.
- Definir las reglas de juego dominantes en los escenarios actuales de poder y entender el porqué de los acontecimientos del pasado y su relación con el panorama actual y de futuro.

CONTENIDOS

- TEMA 1. Rasgos intelectuales del profesional de la Diplomacia Corporativa.
- TEMA 2. Estrategia y táctica en la Diplomacia Empresarial. La gestión del liderazgo para la gobernanza, la reputación y las relaciones con los *stakeholders*.
- TEMA 3. Escenarios de negociación. Usos, valores, principios y reglas de juego.

EL VALOR DE LA INFLUENCIA Y SU RENTABILIDAD EMPRESARIAL (FORO ABIERTO).

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Impulsar el estudio y puesta en común por el alumnado sobre la necesidad de cuantificar el valor de la influencia y plantear opciones viables para imbricar la Diplomacia Corporativa en el Plan de Negocio empresarial.
- Analizar y componer el proceso de medición del retorno de la influencia y su plasmación en la cuenta de resultados, atendiendo al objetivo de dar valor económico a la influencia generada.
- Promover un espacio de expertos y profesionales para el debate y propuestas sobre el impacto económico de la Diplomacia Corporativa en el desempeño de las organizaciones.

CONTENIDOS

1. Introducción. El retorno de la influencia en la cuenta de resultados. El nuevo ROI.
2. Foro Abierto: “Diplomacia Corporativa: la influencia rentable para la competitividad e internacionalización de las empresas”.

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y COMPETENCIAS. DESARROLLO PRÁCTICO.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Establecimiento y puesta en práctica de una serie de pautas relativas al desempeño del liderazgo y a la estrategia de negociación como elementos influyentes en la organización.
- Proporcionar de manera eminentemente práctica los conocimientos básicos acordes con la versatilidad y transversalidad del perfil ejerciente del experto en Diplomacia Corporativa.

CONTENIDOS

- TEMA 1. Influencia y ejercicio del liderazgo empresarial.
- TEMA 2. Nociones de protocolo, RRPP, oratoria y telegenia.
- TEMA 3. Técnicas de debate, negociación e intermediación.

INTELIGENCIA COMPETITIVA Y NETWORKING. LAS TIC's APLICADAS A LA DIPLOMACIA CORPORATIVA.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Analizar la necesidad de que las organizaciones adquieran *capacidades diplomáticas internas* para gestionar los nuevos escenarios mundiales en los que operan.
- Poner de relieve la exigencia que tiene la organización de utilizar herramientas que le permitan *detectar y anticipar riesgos* en los entornos donde opera, sobre todo en mercados exteriores.
- Destacar la importancia que tienen la generación de mapas de *stakeholders* externos, así como la creación y mantenimiento de buenas relaciones para la implantación de una estrategia de Diplomacia Corporativa.

CONTENIDOS

- TEMA 1. Cambio de mentalidad en la nueva dirección estratégica: el *extramercado*.
- TEMA 2. La *Inteligencia Competitiva* como herramienta de Diplomacia Corporativa.
- TEMA 3. El desarrollo de redes de contacto e influencia con los *stakeholders* externos.

Unidades del BLOQUE TEMÁTICO II: **GESTIÓN DE LA INFLUENCIA, REPRESENTACIÓN DE INTERESES Y PROYECCIÓN COMUNICATIVA.**

EL PLAN ESTRATÉGICO DE DIPLOMACIA CORPORATIVA: GOBERNANZA, REPUTACIÓN Y AGENDA PÚBLICA.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Comprender la importancia de las relaciones estables con los *stakeholders* para la competitividad y la rentabilidad de la empresa / institución, y conocer las principales herramientas para su gestión.
- Identificar los factores de influencia y movilización de la opinión en el condicionamiento de las tendencias sociales, de consumo y de la toma de decisiones, con especial atención a la gestión del riesgo.
- Aprender a elaborar los documentos de definición y planificación del ejercicio de la diplomacia empresarial e institucional así como sus principales herramientas de gestión de intereses.

CONTENIDOS

- TEMA 1. El Código de Buen Gobierno corporativo. Burocracia, gestión empresarial y gobernanza. La reputación corporativa.
- TEMA 2. Metodología para la planificación y gestión de la influencia. La Agenda Pública. El Plan Estratégico.
- TEMA 3. El ejercicio aplicado: Programas de Acción e Implementación. Capital relacional y representación de intereses.

DEL LOBBY A LOS PUBLIC AFFAIRS. PERFILES EN LA GESTIÓN DE LA INFLUENCIA.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Conocer en profundidad los principales modelos de gestión de la influencia y su incidencia en la imagen de las empresas e instituciones ante sus *stakeholders*.
- Definir las principales características de la representación de intereses actual.
- Analizar cómo se organiza y cómo funciona un *staff* de confianza para un dirigente político o empresarial acorde con el paradigma actual de doble espacio de influencia.

CONTENIDOS

- TEMA 1. La función del *lobby*: de la presión a la colaboración: evolución de la representación de intereses.
- TEMA 2. *Lobbies* y *Public Affairs*. El *lobby* en España. El *lobbismo* digital. Dimensión multinivel del *lobbying*.
- TEMA 3. El perfil del *lobbista*, gabinetes corporativos y equipos de asesores. Gestión de la agenda – setting y tendencias sociales.

PROGRAMA Y EJERCICIO DE LA REPRESENTACIÓN DE INTERESES. EMPRESAS, TERCER SECTOR Y SOCIEDAD CIVIL.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Conocer las claves de representación de intereses en el ámbito de la Economía Social y del Tercer Sector.
- Identificar la importancia creciente de dar contenido y relato a los posicionamientos sectoriales para el ejercicio de la influencia y la representación de intereses.
- Analizar los canales de participación y representación social en las instituciones europeas así como su marco jurídico y claves de futuro.

CONTENIDOS

- TEMA 1. *Lobby y Public Affairs* en el ámbito europeo: marco conceptual, normativo y buenas prácticas: El caso de *Social Economy Europe*.
- TEMA 2. La representación de intereses de la Economía Social y del Tercer Sector.
- TEMA 3. Pilares de un *programa de influencia* en organizaciones sectoriales

GESTIÓN DE LA INCERTIDUMBRE, TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN DE CRISIS.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Identificar los elementos que concurren en cualquier hecho conflictivo desde el punto de vista de su gestión y resolución.
- Afrontar desde la proyección comunicativa la gestión de la credibilidad y el riesgo reputacional.
- Conocer los pilares de la comunicación de crisis respecto de los *stakeholders*.
- Aprender las claves de la gestión de crisis y su comunicación como proceso para la resolución de conflictos, la negociación y el acuerdo.

CONTENIDOS

- TEMA 1. Construcción del interés general. Conflictos.
- TEMA 2. La transparencia como estrategia corporativa.
- TEMA 3. Gestión y comunicación de Crisis.

EXPOSICIÓN DE TRABAJOS DE CAMPO TUTORIZADOS.

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Fechas de inicio-fin / Horario: Ver documentos “Profesorado – Equipo” y “Calendario”

OBJETIVOS

- Incentivar en el alumnado las aptitudes investigadoras y analíticas propias de cualquier profesional de la Diplomacia Corporativa.
- Hacer partícipes al alumnado de los temas de debate que existen sobre la materia en el mundo académico y profesional y que puedan contribuir al mismo en primera persona.
- Ofrecer la oportunidad de aplicar con sentido práctico los conocimientos adquiridos a través de las clases presenciales, sesiones de debate, casos prácticos, consultas, tutorías y demás fuentes.

CONTENIDOS

- Exposición y evaluación de los trabajos realizados por el alumnado que han trabajado en grupo siguiendo las directrices marcadas al inicio del curso y teniendo en cuenta las líneas de estudio definidas por el coordinador docente y tutores principales.





UCAM

Cátedra Internacional de
**Responsabilidad
Social Corporativa**

Textos:

RODRIGO A. BORREGA FERNÁNDEZ

Diseño y desarrollo:

FERNANDO RUBÉN GARCÍA HERNÁNDEZ

Actualizado Enero 2017

© 2016, todos los derechos reservados a favor de UCAM.