

A low-angle photograph of two men in business suits shaking hands. The man on the left is wearing a dark blue pinstriped suit, and the man on the right is wearing a dark grey suit. The background is a bright, clear sky. A blue curved graphic element separates the top image from the text below.

MASTER DE DIRECCIÓN DE  
**PROTOCOLO**  
Y COMUNICACIÓN

**GADE**  
BUSINESS SCHOOL 

## EL PROTOCOLO MARCA UNA FORMA CONCRETA **PARA HACER LAS COSAS DE MODO CORRECTO**

**En el mundo empresarial e instituciones no solo cuenta la formación también la forma de actuar, ahora puedes tener ambos valores.**

La comunicación es un pilar fundamental en la formación del ser como persona, como individuo en un mundo exigente en el que priman las buenas maneras y la formas de actuar en sociedad.

Es primordial reconocer en cada situación la forma correcta de comunicarse, no todo se basa en educación o sentido común, existen una serie de protocolos de comportamiento que denota a una persona y la identifican en un contexto concreto.

El conocimiento y especialización en áreas de protocolo y comunicación son la

clave de la eficiencia en una organización, en reuniones de negocios, ruedas de prensa, una visita importante, o en multitud de eventos en los que se debe destacar por la profesionalidad y no por la falta de la misma.

Conseguiremos proyectar la mejor imagen de ti, de la gente a la que asesores y de la empresa que representes, generando confianza, éxito, serás más persuasivo en los eventos en los que necesites desempeñar un papel representativo e importante y aumentarán tus posibilidades de éxito en las negociaciones que participes.



## SE UN ESPECIALISTA **DE LA COMUNICACION EMPRESARIAL**

**El protocolo de hoy va más allá del estudio de las buenas maneras  
y de la manera de actuar en sociedad**



### Cuales son los **BENEFICIOS**

Mejorar tus relaciones profesionales y habilidades sociales.

Mejorar tu capacidad para gestionar el tiempo, dirigir proyectos, controlar el estrés, manejar equipos...

Ordenar protocolariamente a distintas autoridades.

Usar la normativa protocolaria en relaciones internacionales.

Conocer usos y costumbres de negocios en otros países.

Elaboración de campañas de comunicación y conocer la comunicación en el área comercial.

Conocer las técnicas del saber estar y las técnicas de protocolo en la mesa y las de la comunicación escrita.

Planificar reuniones, entrevistas, visitas guiadas, conferencias...

Conocer las mejores técnicas protocolarias.

Conocimiento psicológico y sociológico de los diferentes públicos.

Gestionar las relaciones públicas y diferenciarlas de disciplinas próximas.

Aprender a implementar estrategias de publicidad y formar una opinión pública positiva de la empresa...

**...Y UN LARGO ETCETERA**



### Quienes son los **DESTINATARIOS**

**Directivos y ejecutivos**  
**Personal de relaciones públicas,**  
**marketing y comunicación**  
**Empleados que organizan**  
**eventos y actos de empresa**  
**Personal de administración pública**  
**Secretariado ejecutivo y asistentes**  
**de dirección**  
**y todo aquel interesado en**  
**este campo**



### Salidas **PROFESIONALES**

**Jefe de protocolo**  
**Dirección de relaciones institucionales**  
**Dirección de comunicación**  
**Técnico superior de relaciones públicas**  
**Técnico superior en comunicación**  
**Secretariado de alta dirección**  
**Experto en comunicación en**  
**agencias de publicidad**  
**Consultor de protocolo**  
**Profesional independiente para la**  
**organización de eventos**  
**y muchos otros**

Área  
**1**

**HABILIDADES DE GESTIÓN Y DESARROLLO PERSONAL**

1. Gestión de equipos.
2. Gestión de proyectos.
3. Gestión del tiempo.
4. Toma de decisiones.
5. Desarrollo personal.

Área  
**2**

**GESTIÓN DE PROYECTOS**

1. Negociación y características del negociador.
2. Estilos de negociación y tipos de negociadores.
3. Estrategias y tácticas.
4. Momento y fases de la negociación.
5. Otros aspectos de la negociación.

Área  
**3**

**PROTOCOLO INSTITUCIONAL Y SOCIAL**

1. Historia del protocolo.
2. La casa real.
3. Nobiliaria, heráldica, vexilología y condecoraciones.
4. Protocolo social.
5. Protocolo en el estado y organización de actos públicos.

Área  
**4**

**PROTOCOLO EMPRESARIAL**

1. Ideas básicas de protocolo en la empresa privada.
2. Protocolo en la negociación.
3. Protocolo en la vida profesional.
4. La mesa y los buenos modales.
5. Protocolo empresarial en la práctica.

**ANEXO** Introducción a las relaciones públicas.

Área  
**5**

**COMUNICACIÓN INTERPERSONAL**

1. Proceso de comunicación.
2. La comunicación eficaz. El saber escuchar.
3. Comunicación verbal y no verbal.
4. Kinesia.
5. La comunicación interpersonal. Hablar en público.
6. Comunicación y asertividad.
7. La entrevista de trabajo.

Área  
**6**

**COMUNICACION EMPRESARIAL**

1. El trabajo administrativo.
2. Estructura organizativa en la empresa.
3. Proceso comunicacional en la empresa.
4. Comunicación escrita en la empresa.
5. Comunicación telefónica y electrónica en la empresa.

Área  
**7**

**INTRODUCCION AL MARKETING Y LOS RECURSOS HUMANOS.**

1. Conceptos básicos.
2. El mercado.
3. Planificación estratégica.
4. Segmentación y posicionamiento.
5. Sistemas de información de marketing.
6. La planificación de recursos humanos.

Área  
**8**

**COMUNICACION PUBLICITARIA**

1. La comunicación comercial
2. El anunciante y la agencia.
3. El receptor
4. Estrategia publicitaria.
5. La creatividad publicitaria.
6. Eficacia publicitaria.

**ANEXO I** Trucos publicitarios.

**ANEXO II** El lenguaje cinematográfico y publicitario.

Área  
**9**

**COMUNICACION DIGITAL Y RR.PP.**

1. La economía digital.
2. Marketing e internet.
3. Estrategias de marketing Online.
4. RR.PP.
5. Relaciones con la prensa.
6. RR.PP. en eventos y ferias.

Área  
**10**

**COMUNICACION COMERCIAL**

1. Organización y estructura comercial.
2. La función de ventas.
3. El vendedor y el equipo de ventas.
4. La venta y la entrevista de ventas.
5. Técnicas de ventas.

**TRABAJO FIN DE MASTER (TFM)**

**CONDICIONES EXIGIBLES POR PARTE DEL EQUIPO DOCENTE**

El TFM para realizar en el Master debe ser un trabajo que pueda aplicarse al mundo real.

El TFM exigido al alumno cumple con los requisitos de:

**1.- Formato académico.** Es decir, forma parte del Plan de Estudios.

**2.- Enfocado a la acción.** Es decir, a la toma de decisiones al ser un programa de Dirección de Empresas.