

CORPORATE DIPLOMACY
AND PUBLIC AFFAIRS
EXECUTIVE PROGRAM

Est. 1964

SCHILLER
INTERNATIONAL UNIVERSITY

One World, One University



Corporate Diplomacy and Public Affairs Executive Program



■ Schiller International University (SIU)

La misión de SIU es preparar, personal y profesionalmente, a las personas que acuden a estudiar con nosotros, para que el día de mañana ocupen puestos de liderazgo dentro del mercado de trabajo internacional.

El alumno no sólo adquiere conocimientos, sino también aquellas habilidades que necesitará en su desempeño profesional: trabajo en equipo, comunicación, realización de presentaciones, capacidad de negociación y de investigación, entre otras.

Asesoramos y ayudamos a los alumnos a dirigir sus estudios con el objetivo de que tengan éxito en el desempeño profesional. Para ello organizamos visitas a empresas, tertulias con invitados de las principales multinacionales operando en Madrid. Gestionamos convenios de prácticas en empresas tanto en España, como en Europa y USA.

Los alumnos pueden estudiar en cualquiera de los cuatro campus con los que contamos en España, Francia, Alemania y USA.

■ Instituto Internacional de Diplomacia Corporativa (IIDC)

Es una institución privada dedicada a la promoción y el fomento de la Diplomacia Corporativa, entendiendo ésta como el conjunto de normas, prácticas y procesos que permite a las organizaciones públicas y privadas potenciar su capital relacional y asegurar un liderazgo más influyente.

Ayuda a profesionales, empresas y organizaciones a mejorar sus resultados y su capacidad de influencia, incorporando la Diplomacia Corporativa como un factor estratégico en el desarrollo de su actividad.

Apuesta por la formación de los profesionales del lobby y de la representación de intereses. Sus programas están dirigidos a la mejora de las capacidades relacionales y a la profesionalización de la función del asesor diplomático corporativo.

■ Dónde está el IIDC

Con sede central en Madrid, el IIDC tiene una vocación global. Cuenta con presencia física en Bruselas y Washington; y en varias plazas clave: Londres, Lisboa y Nueva York.



Bachelor Degree

- International Business
- International Economics
- International Relations and Diplomacy
- International Hospitality and Tourism Management

Masters Degree

- Business Administration
- International Business
- International Relations and Diplomacy
- Information Technology
- International Hospitality and Tourism Management

Programa

MÓDULOS

I. Las distintas caras del poder: Hacia un nuevo modelo de Estado

- Quién ostenta el poder
- Las democracias participativas ante el cambio de paradigma digital
- Organización tradicional del Estado vs. nuevos ámbitos de poder

II. Intereses públicos y privados

- Comunicación y poder: comunicación política y los medios de comunicación
- La gestión de intereses públicos y privados

III. El valor de la influencia y la diplomacia corporativa

- Capital relacional como ventaja competitiva
- La responsabilidad de la empresa con sus stakeholders
- La organización de una empresa influyente
- Inteligencia económica e inteligencia competitiva
- Análisis riesgo político país

IV. El lobby

- Cómo poner en marcha un programa de lobby empresarial (I)
- Cómo poner en marcha un programa de lobby empresarial (II)
- La regulación del lobby
- El conflicto de intereses: instrumentos jurídicos internacionales

V. El lobbismo digital

- El poder de las redes y las nuevas tecnologías

VI. La acción exterior de los Estados (Foreign Affairs)

- La organización del Estado en el exterior
- Relaciones exteriores de los Estados
- Diplomacia Pública

VII. Cómo hacer lobby en la Unión Europea

- Claves del lobby en el ámbito comunitario: agentes e instituciones

CONFERENCIAS

- El lobby de otros actores (el Tercer Sector):
 - ONG's
 - Asociaciones Civiles
 - Think Tanks
- El lobby por áreas regionales:
 - Latinoamérica
 - EE.UU.
 - Mundo Árabe
 - Asia
 - África

La Dirección se reserva el derecho de efectuar los cambios oportunos para la mejora del programa.

Carolina Carbonell

Directora del Programa

Directora General del Instituto Internacional de Diplomacia Corporativa (IIDC) y socia de Caminal & Schultz. Licenciada en Derecho por la UCM, Máster en Dirección de Recursos Humanos por Garrigues y PDD por el IESE. Experta en estrategia, organización, diplomacia corporativa, comunicación empresarial y desarrollo directivo en entornos multinacionales. Durante 11 años trabajó en el Grupo Prisa como Directora de Política de Directivos. Como consultora desarrolló su actividad profesional en Ray & Berndtson y en Arthur Andersen. Anteriormente formó parte del gabinete de prensa de Christian Dior. En su faceta académica colabora con distintas instituciones. Es coautora del libro "Full Contact: el arte del networking".

Fernando de Vicente (PhD)

Coordinador Académico

Executive MBA por el IESE, Licenciado en Derecho por ICADE y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por Coventry University. Ha sido Director Académico y de Calidad de Nebrija Business School (Universidad Antonio de Nebrija), Director Académico, y posteriormente Director, de la Escuela de Negocios de Know How Group, y ha creado y dirigido durante 6 años la división de consultoría de RRHH de dicho grupo. También ha ejercido como abogado y es autor de numerosas publicaciones en revistas especializadas en derecho fiscal.

Corporate Diplomacy and Public Affairs Executive Program

Objetivo

Dotar a los asistentes de los conocimientos y herramientas estratégicos para llevar a cabo una eficaz representación de los intereses de sus organizaciones ante las esferas pública, privada y/o asociativa a nivel internacional.

A quién va dirigido

Profesionales con experiencia en relaciones institucionales, asuntos públicos y regulatorios, desarrollo de negocio internacional, relación con inversores, comunicación, asesoría jurídica, despachos de abogados, creación y dirección de empresas, consultoría estratégica, partidos políticos, Administraciones Públicas y Cuerpo Diplomático, periodistas, asociaciones y colegios profesionales, fundaciones, ONGs y think tanks.

Metodología

El programa se imparte en español e inglés. Cada módulo incluye parte teórica y práctica con casos reales y simulaciones. A lo largo del curso, se celebrarán conferencias abiertas, mesas redondas y talleres impartidos por profesionales de distintos ámbitos de la Diplomacia Corporativa y de los Asuntos Públicos (Public Affairs).

Claustro de profesores

El claustro de profesores está formado por destacadas personalidades del mundo público, académico y profesional. La lista completa y actualizada del personal docente se encuentra en la página web de Schiller International University.

Duración

El Programa tiene una duración aproximada de 65 horas repartidas en 14 sesiones lectivas. Las sesiones tendrán lugar los miércoles por la tarde y los jueves por la mañana, salvo excepciones justificadas.

Lugar de realización

Las sesiones se imparten en el campus de Madrid de Schiller International University.
Calle Serrano, 156 (Plaza de la República Argentina)
www.schillermadrid.edu

Información Complementaria

Para más información sobre el "Corporate Diplomacy and Public Affairs Executive Program" consultar la página web de Schiller International University.



¿Por qué es importante la Diplomacia Corporativa?

La globalización ha incrementado la complejidad de los entornos de negocio lo que obliga a las organizaciones del siglo XXI a adquirir nuevas capacidades y habilidades para mejorar su competitividad internacional. El éxito de su operación comercial se relaciona directamente con su influencia. La Diplomacia Corporativa es el desarrollo instrumental de la estrategia de la influencia en la empresa.

¿Por qué es rentable la influencia?

1. Permite acceder a las instituciones correspondientes para defender los intereses propios.
2. Es una fuerza positiva que permite impulsar y obtener más y mejor negocio.
3. Representa una ventaja competitiva cuando se cuenta con unos procesos bien definidos y dirigidos.
4. Refuerza el compromiso de todos los stakeholders.
5. La influencia, si es transparente, ética, responsable y está organizada, mejora la reputación social.



Schiller Madrid Campus
Pza. República Argentina
C/ Serrano, 156
28002 Madrid
91 448 24 88



mad_admissions@schiller.edu
www.schiller.edu



Instituto Internacional de Diplomacia Corporativa (IIDC)
C/ Marqués del Duero, 8
28001 Madrid
91 444 49 29



info@iicd.es
www.iicd.es



1 Liderazgo

Mejorar la capacidad de **influencia** de la organización, en base a relaciones transparentes, estables y fluidas.



2 Posicionamiento

Desplegar una estrategia de **diplomacia comercial corporativa**, relaciones institucionales y "networking" en todos los ámbitos y con todos los "stakeholders".



3 Anticipación

Gestionar de forma proactiva los **asuntos públicos** con el fin de anticiparse y estar preparado para los cambios políticos, legislativos y económicos, defendiendo los intereses propios y convirtiéndolos en **oportunidad competitiva**.



4 Rentabilidad

Enfocar todos los recursos de la organización al cumplimiento de los objetivos de **posicionamiento** para poder generar más negocio.



5 Valor añadido

Gestionar eficientemente los **intangibles**, como la **reputación** y la **marca**, aumenta el **valor** de la organización de manera sostenible.



6 Visibilidad

Promover la **imagen** y reforzar el impacto en las redes profesionales potenciando la **notoriedad** y la **responsabilidad social corporativa**.



7 Influencia Digital

Diseñar y planificar una **estrategia** para ser más influyentes en los **nuevos entornos digitales**.



SCHILLER
INTERNATIONAL UNIVERSITY



One World, One University

www.schiller.edu