



Programa de Graduados

Rol y Capacitación en Escenarios Dinámicos Módulo I: El Rol del Profesional en Comercio Internacional dentro de las Organizaciones PyMEs

Tipo del curso	Capacitación y Actualización Profesional		
Nivel/Correlación *	Inicial		
Docente/s	Lic. D'Angelo, Mario - Lic. Lescano, Marcelo		
Modalidad	Virtual	Semipresencial	Presencial
Asistencia requerida *	75 %	Carga horaria total	20 hs.
Cantidad de cursantes *	Cupo máx. 25	De otras Universidades	25 %

** si corresponde aclarar*

Requisitos de Inscripción: Ser estudiantes avanzados o graduados en Comercio Internacional.

Fundamentación: El Comercio Internacional nos plantea permanentes desafíos. Como profesionales de la disciplina debemos enfrentarlos con lo mejor que tenemos de nosotros: voluntad, capacidad, responsabilidad y ética en la acción.

Esas cualidades, que se forjan día a día y se fortalecen en la formación continua, crean una imagen que nos identifica y sobre todo, deja traslucir lo más importante: lo que hacemos, por qué lo hacemos y hacia quién va dirigida nuestra labor.

En ese camino también encontramos escollos. Superarlos siempre es un reto. Para ello hemos diseñado este trayecto de capacitación cuyo eje apunta hacia las claves que nos permitirán abrir nuevas puertas laborales o robustecer lo ya recorrido.

Este ciclo denominado "Rol y capacitación en escenarios dinámicos - Comercio Internacional" estará integrado por tres módulos dirigidos fundamentalmente a estudiantes avanzados, técnicos y graduados de la disciplina.

Su objetivo será brindar herramientas prácticas aplicables a su ámbito de actuación, considerando el amplio espectro de Incumbencias, muchas de ellas desconocidas o poco aprovechadas.

Objetivos:

- Diseñar el perfil del profesional en Comercio Internacional dentro de las organizaciones PyMEs.
- Identificar habilidades y especificidades de la tarea para potenciar la labor.
- Desarrollar herramientas de comunicación que permitan vías de acción en el trabajo.

Contenidos:

- **Unidad 1.** El autoconocimiento. El manejo de las emociones. El rol del profesional en Comercio Internacional. Cómo fortalecer nuestro desempeño laboral. Tipos de destrezas. Identidad y liderazgo: "Personal branding". ¿Nacemos o nos hacemos? Las falsas creencias. Liderazgo 3D.
- **Unidad 2.** El Marketing personal: cómo vendemos el intangible que llevamos en la mochila. Nuestro propio FODA. Las claves para un marketing eficaz de nuestros servicios profesionales. La selección natural de las especies. El ADN del experto.

- **Unidad 3.** Títulos “no tradicionales”: un mito a superar. Potenciando nuestras incumbencias. A la conquista de espacios perdidos. Solos o colegiados: el desafío de la unión. Especialidad colaborativa: cada uno en lo suyo pero sumado a un objetivo.
- **Unidad 4.** La evolución de las empresas. La adaptación al entorno. ¿Qué plan tienen las PyMEs? El empresario 4 x 4. Cooperación y alianzas: el desafío que nos involucra. La meta: salir al mundo. Preparando las áreas pensando en un cambio en la cultura organizacional.
- **Unidad 5.** ¡Vamos por el Plan de Acción! Todo comienza con la actitud. Estrategias y niveles de influencia. La sinergia en la comunicación. Rumbo al entendimiento. ¿Y por qué no requerimos acción? Las acciones exitosas.

Propuesta Didáctica: Se expondrán conceptos sobre la identidad del “cómo sentirse un experto” y cuál debe ser su labor dentro de una de las estructuras económicas que más demandan de su participación: Las PyMEs. Entre otros temas abordaremos: ¿Cuál es nuestra identidad profesional? El autoconocimiento. ¿Cuáles son mis habilidades?, ¿Puedo potenciarlas? Revalorizando nuestra profesión. ¿Qué pasa en las Pymes? Los necesarios cambios culturales. La importancia de la comunicación y de la acción.

Evaluación: El cursante deberá **aprobar** la serie con ejercicios de aplicación y reforzamiento de conceptos que se suministran a lo largo del curso (60% del total de la evaluación). Cada uno de estos ejercicios se evalúa con una calificación de entre 0 y 10. La aprobación del curso requiere una puntuación mínima de 4 como resultado del promedio ponderado entre la evaluación de los ejercicios de aplicación y reflexión de los temas abordados y su discusión y aportes en los foros.

Bibliografía:

- ADÁN MICÓ, P. (2011), *Liderazgo, marca personal y comunicación*, Valencia, edición propia.
- BAGLEY, D. y REESE, E. (1992), *Más allá de las ventas*, Barcelona, Ediciones Granica.

- BARKER, A. (2001), *Cómo mejorar la comunicación*, Barcelona, Editorial Gedisa.
- CLERI, C. (2000), *Estrategias de negocios: escenario, el punto de partida de la estrategia*, Buenos Aires, Editorial Coyuntura.
- CLERI, C. (2007), *El libro de las PyMEs*, Buenos Aires, Ediciones Granica.
- CODINA JIMÉNEZ, A. (2001), *10 habilidades directivas*, La Habana, Univ. de La Habana.
- COHEN, W. (2006), *Cómo ser un consultor exitoso*, Buenos Aires, Editorial Norma.
- GELMETTI, C. (2006), *PyMEs globales*, Buenos Aires, Ugerman Editor.
- GRÖNROOS, C. (1994), *Marketing y gestión de servicios*, Madrid, Ediciones Díaz de Santos.
- MURADEP, L. (2013), *Coaching para la transformación personal*, Buenos Aires, Ediciones Granica.
- QUIRÓS, J.M. (2012), *Etapas de la pyme. Transforme su esfuerzo en inteligencia directiva*, España, Ediciones Díaz de Santos.
- RODRÍGUEZ OBIETA, R. (2008), *Argentinig - Marketing para PyMEs*, Buenos Aires, Editorial Dunken.
- WEISINGER, H. (1998), *La inteligencia emocional en el trabajo*, Buenos Aires, Javier Vergara Editor.