**Ficha de formación**

|  |  |
| --- | --- |
| **Título**  | Etiqueta empresarial en el ámbito internacional |
| **Palabras clave (metaetiqueta)** | Etiqueta empresarial, Netiqueta, Negocios internacionales, Interculturalidad, Medios y métodos, comunicar, relaciones internacionales, buenas prácticas, redes sociales, mujeres de negocios, globalización, digitalización, innovación, desafío |
| **Idioma** | ESPAÑOL |
| **Objetivos/ Metas/ Resultados del aprendizaje** | En un contexto internacional establecer una etiqueta social básica. Dominio de los códigos culturales / Crear relaciones comerciales duraderas y fructíferas/ Transmitir una imagen positiva de la empresa y hacer que la gente quiera ser socios y contribuir al éxito/ Comprender un entorno internacional/ Comportamiento y actitud en las relaciones comerciales en el extranjero/ Representar a la empresa y sus valores. |
| **Área de formación: (Seleccione una)**  |
| Estrategias de internacionalización |  |
| Comercio electrónico, marketing internacional y digital |  |
| Venta social |  |
| Aspectos sociológicos y culturales de las exportaciones extracomunitarias | **X** |
| **Marco Europeo de Cualificaciones (EQF)** |
| Nivel 3 |  |
| Nivel 4 | **X** |
| Nivel 5 |  |
| **Descripción** | Este módulo de formación pretende explicar qué es la etiqueta empresarial en un entorno internacional. Significa proporcionar un confort social básico y crear un entorno en el que los demás se sientan cómodos y seguros, esto es posible mediante una mejor comunicación.Algunos factores clave para el éxito son observar el país, conocer a los representantes, tener en cuenta los usos.Actitud y visibilidad son importantes comportamiento, código de vestimenta, escaparate de la empresa, teniendo en cuenta las costumbres.La netiqueta es esencial en la etiqueta de negocios internacionales, por lo que debemos tener esto en cuenta.La etiqueta en los negocios es también un reto diario. |
| **Contenido organizado en 3 niveles** | Nombre del módulo: Etiqueta empresarial en un entorno internacional1 Nombre de la unidad: Introducción1.1 Nombre de la sección: Introducción1.2 Nombre de la sección: Objetivos1.3 Nombre de la sección: Objetivo2 Nombre de la unidad: Aprender y descubrir2.1 Nombre de la sección: Observación del país2.2 Nombre de la sección: Reunirse con representantes 2.3 Nombre de la sección: Considerar los usos3 Nombre de la unidad: Actitud y visibilidad3.1 Nombre de la sección: Vestimenta - comportamiento3.2 Nombre de la sección: Representar a la empresa y sus valores3.3 Nombre de la sección: Considerar las costumbres4 Nombre de la unidad: Algunos consejos4.1 Nombre de la sección: Tan grande como el mundo4.2 Nombre de la sección: Una alquimia sutil4.3 Nombre de la sección: Percepción5 Nombre de la unidad: Netiqueta5.1 Nombre de la sección: Definición5.2 Nombre de la sección: Controlar y gestionar su presencia en Internet5.3 Nombre de la sección: Cómo gestionar su imagen6 Nombre de la unidad: Buenas prácticas6.1 Nombre de la sección: El reto de la etiqueta en los negocios6.2 Nombre de la sección: Medios y métodos6.3 Nombre de la sección: La actitud de la mujer |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| **Glosario** | **Código de vestimenta:** Un código de vestimenta es un conjunto de normas, a menudo escritas, sobre la vestimenta que debe llevar un grupo de personas.Los códigos de vestimenta se crean a partir de percepciones y normas sociales, y varían según el propósito, las circunstancias y las ocasiones en las distintas sociedades y culturas.Los códigos de vestimenta son indicaciones simbólicas de diferentes ideas sociales, incluida la clase social, la identidad cultural, la actitud hacia la comodidad, la tradición y las afiliaciones políticas o religiosas. El código de vestimenta también permite a los individuos interpretar el comportamiento de los demás como bueno o malo por la forma en que se expresan con su elección de ropa. **e-reputación:** a veces llamada web-reputación, ciber-reputación, reputación digital, en la Web, en Internet o en línea, es la reputación, la opinión común (información, opiniones, intercambios, comentarios, rumores...) en la Web de una entidad (marca), una persona jurídica (empresa) o una persona física (individuo), real (representada por un nombre o un seudónimo) o imaginaria. Corresponde a la identidad de esta marca o de esta persona asociada a la percepción que los internautas tienen de ella.Esta notoriedad digital, que puede ser un factor de diferenciación y una ventaja competitiva para las marcas, se logra mediante la activación de elementos positivos y la vigilancia de los elementos negativos. La e-reputación también se puede gestionar a través de una estrategia global y gracias a herramientas específicas (actividad en el origen de nuevas profesiones) para la mejora de la identidad digital. |
| **Autoevaluación (preguntas y respuestas tipo test)** | **1. ¿A quién afecta la etiqueta empresarial en el entorno internacional?**a) solo al gerenteb) a las personas que trabajan en el extranjero**c) a todos los trabajadores del mundo****2. ¿Cómo conocer y descubrir un país extranjero?****a) aprender sobre el país, estar al tanto de la actualidad y realizar primero un estudio de campo,**b) informarse en Internet, leer folletos, hablar de ello con familiaresc) dejándose llevar por la intuición**3.** **¿Cómo ser aceptado, apreciado y respetado por sus interlocutores?**a) sea cordial y familiar con sus interlocutoresb) apropiarse en la práctica de los usos y costumbres del país**c) respetar el código de vestimenta y comportarse de acuerdo con las expectativas.*** **4. ¿Cómo vigilar y controlar su e-reputación?**

a) sólo tiene que suscribirse a plataformas seguras en línea**b)**  **comprobar qué información y datos hay disponibles sobre usted, estar atento al uso de las redes sociales y a lo que se publica** c) publicar información continuamente mientras se espera el regreso de los seguidores**5. ¿cuáles son las mejores prácticas para una buena etiqueta de negocios en el extranjero?****a) Tres acciones clave a realizar: trabajar a distancia con herramientas de Internet, establecer contactos telefónicos o por vídeo, evaluar el rendimiento de la propia acción mediante encuestas**b) Las redes sociales se utilizan principalmente para la comunicación y la publicidad en líneac) Utilizamos campañas publicitarias ofrecidas a escala mundial por operadores de Internet |
| **Caja de herramientas (directrices, mejores prácticas, lista de control, lecciones aprendidas...)** | **Nombre**  | Recopilación de buenas prácticas (?) |
| **Descripción** | Recopilación de buenas prácticas con el apoyo de todos los socios (?) |
| **Enlace de interés / nombre de archivo** | TBD |
| **Resources (videos, reference link)** | <https://www.youtube.com/watch?v=qWbWL0l3ySk><https://www.youtube.com/watch?v=88PGRvB-Scs><https://www.youtube.com/watch?v=7T-Wf3Wdbms><https://www.youtube.com/watch?v=ye_FyRCGm_8><https://www.youtube.com/watch?v=waN77bEaApY><https://www.vogue.co.uk/article/black-tie-dress-code><https://www.mycwt.com/fr/fr/insights/business-etiquette-guide/><https://www.cadremploi.fr/editorial/actualites/actu-emploi/detail/article/les-us-et-coutumes-professionnelles-a-travers-le-monde.html><https://www.attijaritrade.ma/fr/choisissez-votre-marche-cible/profils-pays/etats-unis/pratiques-des-affaires><https://www.cadre-dirigeant-magazine.com/brand-talks/mieux-comprendre-letiquette-des-affaires-en-amerique/><https://www.dynamique-mag.com/article/faire-affaires-etranger-culture-signature.4101><https://www.dynamique-mag.com/article/coutumes-etranges-entreprise-international.10073><https://www.hellowork.com/fr-fr/medias/business-etiquette-ce-quil-faut-faire-et-ne-pas-faire-selon-les-pays.html><https://businessculture.org/business-culture/business-etiquette/><https://www.wdstorage.co.uk/news/2014/09/international-business-etiquette-infographic><https://www.youtube.com/watch?v=NJfx_cHfSi8><https://www.kaspersky.com/resource-center/preemptive-safety/what-is-netiquette>https://www.verywellmind.com/ten-rules-of-netiquette-22285 |
| **Material relacionado** | Pendiente de realización |
| **PPT relacionado** | Gestión transcultural |
| **Bibliografía** | <https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=LTziCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=international+business+etiquette&ots=zF1CURbcb9&sig=36jtMsOttWNkrOw_wXT_Y01ZnJo#v=onepage&q=international%20business%20etiquette&f=false><https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=L7eeAdOCLWEC&oi=fnd&pg=PP1&dq=international+business+etiquette&ots=VdWyRm0A9n&sig=ghSveBDMlNp9gQwhwSwvQ7WHvCg#v=onepage&q=international%20business%20etiquette&f=false><https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/00197850710829058/full/html><https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=yvVPTD4Cv84C&oi=fnd&pg=PA1&dq=international+business+etiquette&ots=x5bZABP7kQ&sig=J9qP4Poljn318w21Y9ydwow6jRI#v=onepage&q=international%20business%20etiquette&f=false><https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=IdMnk8LUVeYC&oi=fnd&pg=PA2&dq=international+business+etiquette&ots=BcUlK2ixZX&sig=5ACHzRLWq-pGP73FAtC-F7E8Ywk#v=onepage&q=international%20business%20etiquette&f=false><https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-14240-6_18><https://www.behave.co.il/the-importance-of-international-business-etiquette-and-intercultural-communication/> |
| **Proporcionado por** | CCEM & OPEN IT |