

SEMINARIO DE  
**PROTOCOLO**

**CHINO**



**KLEINSON**  
LA CONSULTORA  
DE IDIOMAS



**KLEINSON**

LA CONSULTORA  
DE IDIOMAS

# OBJETIVO



El auge de China y su gran desarrollo económico en los últimos años han situado a este país en el punto de mira de grandes corporaciones y empresas del sector del lujo, el comercio y el turismo.

La necesidad de establecer un entendimiento lingüístico y cultural es una máxima a la hora de hacer negocios con el Gigante Asiático. Asimismo, la cada vez mayor capacidad económica de un elevado porcentaje de la población china ha modificado sus hábitos de consumo y su forma de hacer turismo fuera de sus fronteras.

Este nuevo modelo de turista-consumidor chino está abriendo nuevas posibilidades dirigidas especialmente a hoteles y establecimientos de lujo. Sin embargo, existe aún un desconocimiento sobre este nuevo tipo de cliente, sus costumbres, preferencias, cultura y, por lo tanto, sobre el modo más adecuado de tratarlo.

Para cubrir esta necesidad, Kleinson amplía su oferta de idiomas ofreciendo cursos de chino totalmente personalizados y adaptados a las necesidades concretas de cada cliente. Estos cursos se complementan con clases de protocolo y de cultura empresarial china, de crucial importancia a la hora de negociar acuerdos o recibir inversores y turistas chinos.

# PÚBLICO OBJETIVO



Gran empresa con departamento de marketing internacional o interés en hacer negocios con China. Sectores: hotelero, turismo, lujo, logística, comercio, textil, agroalimentario, infraestructuras, energía, bufetes abogados, y consultoría, entre otros.

# METODOLOGÍA



Las clases tienen un elevado componente demostrativo y práctico orientado a la utilización de los conocimientos en escenarios reales.



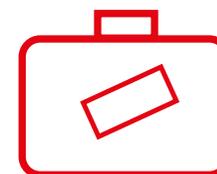
# CURSO 1

## LUJO Y TURISMO CHINO (6-8 horas)



### 1. Idioma

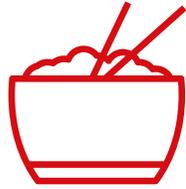
Lenguaje especializado en sector ventas y turismo. Frases de mayor uso en hoteles y establecimientos acuerdos o recibir inversores y turistas chinos.



### 2. Contextualización: el turista chino

¿Qué sabemos del turista chino? ¿Con qué tipo de cliente tratamos? Abordaremos los datos de contextualización en base a los siguientes puntos: En este punto se realizará un acercamiento al turista chino desde varias disciplinas:

- Principales rasgos socioculturales
- Procedencia y estatus social
- Fechas y motivaciones de viaje
- Idioma y uso del inglés



### 3. Protocolo chino

De gran importancia y muy valorado a la hora de organizar eventos, comidas o reuniones. Un buen uso del protocolo chino puede fidelizar a un cliente de por vida. En este apartado los puntos a tratar serán:

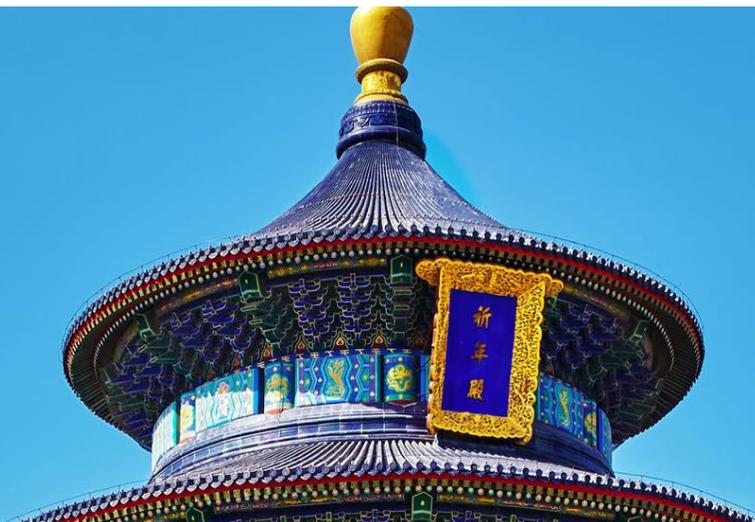
- |                                  |                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| Saludos                          | Situaciones a evitar              |
| Indumentaria y lenguaje corporal | Despedidas                        |
| Protocolo en reuniones y comidas | Consejos prácticos y curiosidades |
| Cultura del regalo               |                                   |
| Principales malentendidos        |                                   |



### 4. Cómo atraer y fidelizar al turista chino

En este bloque se abordarán formas de adaptar determinados aspectos del establecimiento y su personal a las necesidades y particularidades de este tipo de cliente.

- Elementos diferenciales en habitaciones y restaurante
- ¿Qué busca el cliente chino?
- Precios y descuentos
- Técnicas de fidelización del cliente chino



# CURSO 2

## CHINO DE NEGOCIOS Y PROTOCOLO EMPRESARIAL

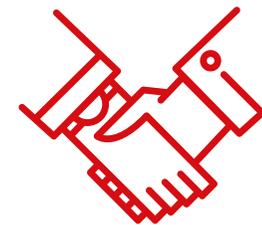
(Estimado 6 horas sin idioma +  
idioma=8 horas)



### 1. Aspectos generales

¿Qué sabemos de China? ¿Con qué tipo de país tratamos?  
Abordaremos los datos de contextualización en base a cuatro  
puntos:

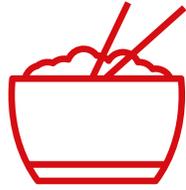
- Localización geográfica, demografía y distribución de la población
- Idioma y uso del inglés
- Entorno político y económico
- Hong Kong y Taiwán



### 2. Cultura de negocios china:

Determinadas formas de actuar se basan en costumbres adquiridas en función de una herencia cultural de miles de años de antigüedad. En este apartado abordaremos temas como:

- Principales rasgos socioculturales
- Conceptos básicos
- Escenarios a evitar
- Consejos prácticos de negociación



### 3. Protocolo chino

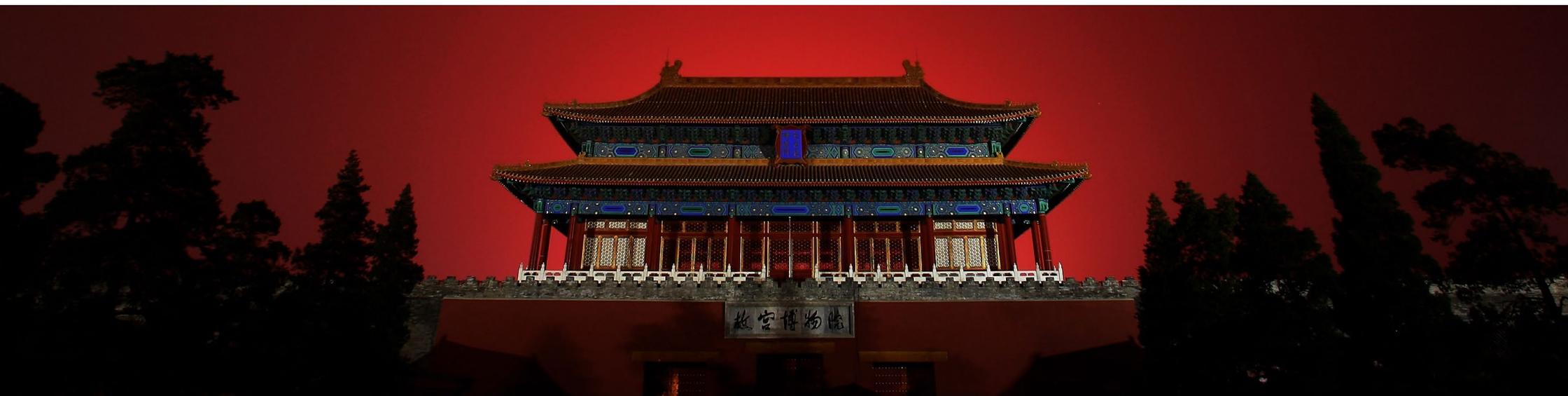
De gran importancia y muy valorado a la hora de organizar eventos, comidas o reuniones. Un buen uso del protocolo chino puede fidelizar a un cliente de por vida. En este apartado los puntos a tratar serán:

- |                                  |                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| Saludos                          | Situaciones a evitar              |
| Indumentaria y lenguaje corporal | Despedidas                        |
| Protocolo en reuniones y comidas | Consejos prácticos y curiosidades |
| Cultura del regalo               |                                   |
| Principales malentendidos        |                                   |



### 4. Idioma

Lenguaje especializado en sector de operaciones de la empresa. Estructuras básicas de idioma y de negociación. Casos prácticos de conversación de situaciones reales en contextos de negociación.





## **PROFESORADO**



Nativo y español para cubrir todas las áreas de idioma y análisis de protocolo y cultura empresarial.

## **DOCENTE**

Licenciada en Periodismo y Estudios de Asia Oriental, posee una extensa trayectoria profesional dedicada a los medios de comunicación y al entorno empresarial, tanto en China como en España, completando sus estudios en la Universidad de Beijing (Beijing Daxue) y en el Instituto CEIBS de Shanghai. Tras varios años de estancia en China trabajando para diferentes empresas españolas y en Touroperadores chinos, se ha especializado en Cultura empresarial y protocolo chino. Actualmente es docente en la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Formadora de Casa Asia y consultora estratégica para empresas.



**KLEINSON**

LA CONSULTORA  
DE IDIOMAS