



Cursos superiores y seminarios de Gestión de despachos de abogados.

“los alumnos, nuestro mejor activo”

EEN, Escuela Europea de Negocios, fue fundada en 1986 y cumple en 2009 veintitrés años de formación empresarial de postgrado y alta dirección. Dispone actualmente de 11 sedes docentes, cinco en España y seis en diversos países latinoamericanos, siendo una de las escuelas de negocios de mayor tradición y posicionamiento en el mundo de habla hispana. En 2008, la EEN ha sido galardonada con el premio Eduniversal, amparado por el ACUNS de la UNESCO, que la posiciona entre las mil mejores business school del mundo.

SEMINARIO : Aspectos Básicos de estrategia, RRHH y Marketing para abogados y despachos.

Descuento : 20%

Precio sin descuento	Ahorro	Precio GAJ
15 horas : 495 €	99 €	396 €

PROGRAMAS: Gestión de Despachos abogados

Descuento : 30%

60 horas: (Medio) Dirigido a abogados Júnior (menos de dos años de ejercicio).
120 horas: (Avanzado) Dirigido a profesionales Senior (entre dos y 6 años de ejercicio).

Precio sin descuento	Ahorro	Precio GAJ
60 horas : 1.800 €	540 €	1.260 €
120 horas: 3.600 €	1.080 €	2.520 €

BECAS:

Se establecen **tres becas anuales** consistentes en **la totalidad del coste del curso** otorgadas de forma discrecional por la Escuela y en función de la existencia de un plan de creación de despachos que sea viable y previa valoración por parte de un tribunal formado por miembros de la escuela. La becas pueden considerarse desiertas. Los requisitos serán entregados junto con el dossier del curso.

Para más información: EEN, Escuela Europea de Negocios
Tlf. 913 029 210 dg.madrid@een.edu
Avda. de Burgos, 16D. Edificio Euromor. 28036 Madrid



PROGRAMA

CURSO SUPERIOR DE GERENCIA DE DESPACHOS DE ABOGADOS.

MÓDULO 1: DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE DESPACHOS .

1. La empresa de servicios jurídicos: del despacho tradicional al empresarial

2. Definición de líneas de negocio y/o posicionamiento.

3. El business plan

Creación de despacho.
Transformación o fusión.
Despachos familiares y su transformación.

4. Presupuesto.

Elaboración del presupuesto.
Control.
Análisis de desviaciones.

5. Planificación y sistemas de control: El cuadro de mando integral.

6. Sistemas de información

Económicos y Financieros.
Comercial y marketing.
Calidad.
RRHH.

7. Planificación estratégica

Política y cultura de despacho.
Comunicación corporativa.
Pricing.
Políticas de mejora e innovación constante.
Creación de valor para el cliente en entornos indiferenciados.

8. Crecimiento del despacho

Fusiones y adquisiciones.
Alianzas estratégicas nacionales e internacionales.



9. Marco Regulatorio.

Profesional y deontológico
Societario
Fiscal
Laboral

MÓDULO 2: GESTIÓN DE PERSONAS Y RRHH.

9 .Estructura organizativa del despacho de abogados.

Proceso de Selección

El diseño de los puestos y Valoración de los roles de los Socios, gerente, abogados, personal administrativo y colaboradores .

Diseño de la Política Retributiva de los despachos de abogados:

- Retribución fija, estudios de equidad interna, estudios de mercado y diseño de bandas salariales.
- Retribución Variable
- Beneficios Sociales y Retribución Flexible

El plan de carrera del profesional: diseño del plan, objetivos, cumplimiento.

10. Gestión del conocimiento

Identificación e integración del profesional con la firma

- Factores internos
- Factores externos.

Gestionar y retener el talento.

Solución de conflictos, negociación , gestión de fugas

Fusiones, crecimiento y gestión de los puestos de trabajo.

11. Estilos de Dirección y liderazgo.

MÓDULO 3: GESTIÓN FINANCIERA Y CONTABLE

12. Aspectos contables

Conceptos generales de contabilidad

Análisis de los estados contables (Ratios de rentabilidad y rotación).

13. Aspectos Financieros

Análisis patrimonial y análisis financiero mediante ratios.

Financiación (factoring, líneas de crédito, capital)

Técnicas de análisis de la eficiencia y rentabilidad empresarial.

Pricing y facturación.



MÓDULO 4: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

1. Introducción al Marketing de Servicios profesionales.

Posicionamiento

Acciones (Marketing Operativo)

Coste de la oportunidad frente a otras actividades vinculantes del negocio

El valor del profesional para el cliente. Atención al cliente: Cualificación, Seguimiento durante el proceso (comunicación), Postventa.

Herramientas: Presentaciones, Prensa, Publicidad, MKT Directo...

2. El plan de marketing

Análisis interno de la empresa: Análisis de puntos fuertes y puntos débiles

Análisis externo: El entorno, La competencia

Los cinco factores competitivos a analizar en un mercado

Análisis DAFO

Objetivos del plan de marketing

Marketing MIX: Política de producto, Política de precios, Política de distribución y ventas.

Política de comunicación (Publicidad, Promoción, Relaciones Públicas..)

3. Investigación de mercados

Investigación Cuantitativa versus Investigación Cualitativa. El cuestionario.

Estrategia de gestión de marcas: Marca Líder, Marca retadora, Marca seguidora, Marca especializada en nichos, marca personal.

Las materias básicas son las mismas para el curso medio y el avanzado 60 horas.

En el caso del programa medio las materias son ampliadas con habilidades y aplicaremos método del caso, supuestos prácticos. En definitiva tendrán mayor complejidad .

AVISO : La EEN se reserva el derecho a no realizar el/ los cursos en los supuestos que no cubren un número de plazas, pudiendo optar el alumno a la incorporación a otro grupo o la devolución del importe del curso. La presente oferta de descuentos y precios estará vigente hasta el 31 de mayo 2009..