FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de

Comunicación Corporativa

Herramientas para gestionar de forma eficaz la comunicación corporativa en la era digital.

CURSO BONIFICABLE

Iniciativas Empresariales
estrategias de formación

MANAGER BUSINESS SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Comunicación Corporativa

Presentación

En toda empresa existen muchos contenidos que se pueden transmitir y una buena gestión de la comunicación es fundamental para el logro de los objetivos empresariales.

En este curso se dan a conocer las estrategias y herramientas comunicativas necesarias para poder determinar qué tipo de informaciones de la empresa se deben comunicar, a quién y en qué sentido, y conocer cómo se debe desarrollar la comunicación empresarial para que sea eficaz y que repercuta en el aumento de la rentabilidad de la empresa.

Además, la comunicación externa, interna, online y de crisis deben ir unidas en el mismo sentido, ofreciendo distintos tipos de contenidos para crear una misma línea comunicativa que influya en la buena imagen de la empresa.

Dominar el funcionamiento de la comunicación empresarial, desde el diseño y organización de un sencillo gabinete de comunicación hasta la dirección del mismo, formada por un amplio equipo, es fundamental en cualquier empresa que desee optimizar beneficios.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1. La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
2. *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
3. *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
4. *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com - www.iniciativasempresariales.com

Comunicación Corporativa

Objetivos del curso:

- Introducción al concepto de comunicación corporativa así como el poner en marcha este tipo de comunicación en la empresa y cómo planificarla para lograr los objetivos empresariales e incrementar beneficios.
- Cómo inciden las nuevas tecnologías en la comunicación corporativa.
- Identificar las acciones y estrategias que se pueden llevar a cabo para lograr una comunicación interna eficaz.
- Quién debe ser el portavoz de la empresa y cómo prepararlo para que sus intervenciones sean exitosas.
- Adquirir conocimientos sobre las acciones y estrategias de comunicación que puede llevar a cabo la empresa con los diferentes grupos con los que se relaciona y qué herramientas y técnicas utilizar.
- Conocer las herramientas de comunicación que puede utilizar para difundir las informaciones de la empresa (notas de prensa, comunicados, ruedas de prensa, redes sociales, web, foros, blogs, etc.).
- Conocer cómo se gestiona la comunicación online desde el gabinete de comunicación, con qué tipo de herramientas y cuáles son las principales ventajas que conlleva disponer de una buena comunicación online.
- Aumentar la presencia de la empresa en el entorno digital y obtener una mayor reputación.
- Conocer qué acciones y estrategias se han de desarrollar ante una situación de crisis empresarial.
- Conocer las herramientas a utilizar para lograr una adecuada prevención de una crisis o para mitigar sus efectos una vez finalizada.
- Quiénes deben ser los actores de la comunicación en los momentos de crisis y cómo deben actuar.

> “Una buena gestión de la comunicación en su empresa le ayudará a conseguir sus objetivos empresariales”

Dirigido a:

Profesionales de la Comunicación, Directores de Marketing, Directores Comerciales, personal de RRHH, así como a todas aquellas personas de la organización que quieran ampliar sus conocimientos en técnicas y estrategias eficaces de comunicación.
Válido también para Mandos Intermedios, Responsables de Área y Departamentos o Personal de Dirección que quieran mejorar la comunicación en su empresa.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com - www.iniciativasempresariales.com

Comunicación Corporativa

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio
5 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario
En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación
para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning

Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.
En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.

Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.

* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Comunicación Corporativa

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Qué es la comunicación corporativa y cómo aplicarla en nuestra empresa

10 horas

La comunicación corporativa se refiere, tanto a la forma en que una empresa se comunica a nivel interno y externo, como al conjunto de las actividades que se realizan para que esa comunicación pueda llevarse a cabo, procurando, además, en ese proceso comunicativo, ofrecer la mejor imagen y reputación posible de la empresa.

1.1. Hacia el concepto de comunicación corporativa.
1.1.1. Comunicación e información.
1.1.2. Características de la sociedad actual.
1.1.3. Aspectos primordiales para lograr una buena comunicación empresarial.
1.1.4. Qué es la comunicación corporativa.

1.2. Aplicación de la comunicación corporativa en la empresa:
1.2.1. Los gabinetes de comunicación:
1.2.1.1. Del jefe de prensa a la comunicación corporativa.
1.2.1.2. Tipos de gabinetes de comunicación y funciones de los profesionales.

1.3. El plan de comunicación corporativa:
1.3.1. Cómo desarrollar el plan de comunicación integral.
1.3.2. Componentes de la comunicación corporativa.

MÓDULO 2. Cómo se gestiona la comunicación interna de forma eficaz

14 horas

Se entiende por comunicación interna aquel tipo de comunicación dirigida a los miembros que forman parte de la organización, al capital humano de la empresa. Su principal objetivo es implicar a todos los miembros de la organización en el proyecto empresarial. Se trata de crear en la empresa un buen ambiente de trabajo, que sea cordial, que conlleve menos conflictos y que todos sus miembros trabajen motivados, se sientan implicados en su trabajo y colaboren aportando ideas y soluciones.

2.1. Qué es y para qué sirve la comunicación interna.

2.2. Tipos de comunicación interna en la empresa.

2.3. Cómo deben ser las comunicaciones entre los distintos empleados de la empresa:
2.3.1. Comunicaciones de trabajadores hacia directivos.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com - www.iniciativasempresariales.com

2.3.2. Cómo conocer la opinión de los trabajadores.
2.3.3. Cómo mejorar la motivación de los trabajadores.
2.3.4. Cómo fomentar la comunicación transversal.

2.4. Herramientas de comunicación interna:
2.4.1. Las herramientas de comunicación interna tradicionales.
2.4.2. Las circulares en la actualidad.
2.4.3. Revistas internas, publicaciones o *newsletters.*
2.4.4. Qué manuales son necesarios y para qué sirve cada uno:
2.4.4.1. El manual del empleado.
2.4.4.2. Manual del empleado 2.0.
2.4.4.3. El manual de acogida.
2.4.4.4. Manual de despedida.
2.4.4.5. Código ético de conducta.
2.4.4.6. Carta del director.
2.4.4.7. El libro de estilo.
2.4.5. Del tablón de anuncios tradicional al 3.0.
2.4.6. La máquina del café:
2.4.6.1. Qué hacer para eliminar un rumor.
2.4.7. Cómo organizar una reunión para que sea eficaz.
2.4.8. Cuándo organizar una videoconferencia.
2.4.9. Cómo realizar presentaciones eficaces.
2.4.10. Qué son los estudios de actitud o de motivación y cuándo realizarlos.
2.4.11. Cómo generar espacios donde se reconozca el esfuerzo de los trabajadores.
2.4.12. La intranet como espacio para el intercambio de conocimientos.
2.4.13. Red social interna o corporativa.

MÓDULO 3. La comunicación externa y su función corporativa

16 horas

La comunicación externa es el tipo de comunicación que se establece con cualquier público externo a la empresa con la finalidad de crear, mantener o mejorar sus relaciones, así como proyectar una imagen favorable de la misma o promover sus actividades, productos o servicios.
Los temas que se generen mediante la comunicación externa pueden ser muy variados, pero todos ellos han de reflejar una determinada imagen que será la que se pretenda transmitir desde esa empresa hacia la sociedad.

3.1. Qué es y para qué sirve la comunicación externa.

3.2. Tipos de comunicación externa.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com - www.iniciativasempresariales.com

3.3. La elección del portavoz. Quién debe ser y cómo prepararlo.

3.4. La función de Relaciones Públicas en la comunicación corporativa:
3.4.1. Cómo conseguir una imagen positiva de la empresa.

3.5. La función de relaciones mediáticas desde el gabinete de comunicación:
3.5.1. Cómo han de ser las relaciones entre el gabinete de comunicación de la empresa y los medios.
3.5.2. Cómo crear nuestra agenda de contactos en los medios.
3.5.3. Cómo lograr presencia en los medios de comunicación.
3.5.4. Cómo seleccionar el mejor canal de comunicación. Roles de los medios en la sociedad.
3.5.5. Cómo puede influir un gabinete de comunicación en la agenda de los medios de comunicación.
3.5.6. Cuándo utilizar cada herramienta para divulgar una información en los medios y cómo se hace hoy en día en el entorno digital:
3.5.6.1. Notas de prensa o comunicados.
3.5.6.2. Convocatorias de prensa.
3.5.6.3. Ruedas de prensa.
3.5.6.4. Foto-noticia.
3.5.6.5. Reportaje, entrevista, publirreportaje o noticia pactada.
3.5.6.6. Exclusiva.

3.6. Para qué y cuándo organizar un evento:
3.6.1. Qué elementos hay que tener en cuenta en la planificación de un evento.

3.7. Por qué es bueno desarrollar acciones de Responsabilidad Social Corporativa.

MÓDULO 4. Gestiones de comunicación online. Cómo aumentar la presencia de nuestra empresa en la red

10 horas

La presencia en las redes de las empresas es cada vez mayor ya que son una de las vías más importantes para la promoción de productos y/o servicios, implica una mayor difusión pública a un menor coste y una comunicación más directa e interactiva con el cliente y con otros profesionales. Los profesionales de comunicación han de utilizar recursos comunicativos y herramientas específicas de manera que dirijan las conversaciones hacia la línea política comunicativa que interese en cada momento.

4.1. Qué es y para qué sirve la comunicación online.

4.2. Cómo lograr una identidad positiva:
4.2.1. Diferencia entre presencia, reputación, popularidad e influencia. Principales herramientas de medición.

4.3. Cómo debe ser la web de la empresa:
4.3.1. La importancia del diseño.
4.3.2. Qué dominio escoger.
4.3.3. Claves para crear contenidos que convenzan y que aumenten el posicionamiento.
4.3.4. Cómo navega el usuario por una web. Claves para ofrecer una buena usabilidad.

4.4. Cómo gestionar las redes sociales de la empresa:
4.4.1. En qué redes sociales incluir a la empresa: generalistas, profesionales o especializadas.
4.4.2. Qué tipos de contenidos deben aparecer en las redes sociales.
4.4.3. Herramientas informáticas para la gestión de las redes sociales.

4.5. Fomento de las aplicaciones móviles.

MÓDULO 5. La comunicación de crisis empresarial

10 horas

Una crisis empresarial se produce como consecuencia de un acontecimiento o suceso que supone un cambio repentino en su rutina y organización, con resultados potencialmente negativos para la empresa. Ante estas situaciones, hay que reaccionar rápidamente y con eficacia, tomando las medidas pertinentes para solucionar los problemas que pueda haber ocasionado esta crisis.

5.1. Qué es una crisis empresarial y por qué se produce.

5.2. Gestión de la comunicación de crisis:
5.2.1. Qué estrategias de comunicación utilizar para convencer al público.
5.2.2. Cómo controlar las reacciones durante la gestión de la crisis.
5.2.3. Principales herramientas de la comunicación de crisis.

5.3. Fases de la comunicación de crisis.

5.4. Cómo anticiparse a la crisis desde el gabinete de comunicación:
5.4.1. La planificación de la crisis.
5.4.2. Qué es la auditoría de comunicación.
5.4.3. Definir los posibles riesgos de crisis.
5.4.4. Establecer quiénes deben ser los actores de la comunicación en los momentos de crisis y cómo deben actuar:
5.4.4.1. El portavoz en situaciones de crisis empresarial.
5.4.5. Identificar los públicos destinatarios de la comunicación en los momentos de crisis y prever reacciones.
5.4.6. Cuándo y cómo realizar simulaciones de crisis.
5.4.7. Cómo controlar lo que está sucediendo y los daños generados. El tablero de abordo o seguimiento.

5.5. Cómo actuar en la fase de post crisis.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com - www.iniciativasempresariales.com

Comunicación Corporativa

Autor

Maria Valls
Licenciada en Ciencias de la Información, especializada en el área de imagen visual y auditiva. Profesional con amplia experiencia en la dirección de un gabinete de comunicación sanitario y en medios de comunicación audiovisuales. Blogger y asesora de comunicación.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.