



Escuela Europea
de Dirección y Empresa

A professional photograph of a man in a dark pinstriped suit, white shirt, and blue patterned tie, holding a brown leather folder. He is looking directly at the camera with a slight smile. In the background, two women in business attire are seated at a table, smiling and looking towards the camera. The setting appears to be a modern office or meeting room.

Curso Experto en Comunicación
Empresarial y Calidad Internacional

Tipo	Experto	Modalidad	Distancia / On line
Duración	120 horas	Precio	Consultar

Experto en Planificación de Plantillas, Selección de Personal y Selección por Competencias

Presentación

La comunicación es el todo en una empresa y de ella penden todas las demás áreas relativas al contacto con el público al que se dirige una organización. Sin embargo, no sólo es imprescindible una comunicación dirigida al exterior, pues sin una buena comunicación interna, la anterior se haría más que difícil. De hecho, para que una organización funcione de forma eficaz es imprescindible desarrollar e implantar un buen plan de comunicación.

A su vez, el mejoramiento de la calidad, en sus diferentes manifestaciones, es un tema que preocupa a la sociedad. Las empresas privadas y los negocios corporativos, buscando la supervivencia y el desarrollo, han incorporado desde hace más de una década diferentes estrategias y procedimientos para asegurar la mínima calidad de los productos o servicios que elaboran u ofrecen. La administración pública, por su parte, ha vivido también una revolución silenciosa en la búsqueda de la eficiencia y modernización gubernamental, adoptando un modelo gerencial orientado a racionalizar el aprovechamiento de los recursos públicos y mejorar la calidad de los servicios.

El programa de este curso que ofrece EUDE, Escuela Europea de Dirección y Empresa, brinda al alumno una visión actual de la actividad empresarial dentro del terreno de la comunicación y lo amplía al ámbito de la calidad y la satisfacción del cliente, además de obtener la capacitación y habilidades de todo lo que tenga que ver con la comunicación no sólo orientada al exterior, sino también -y no menos importante- dentro de la empresa.

Objetivos

- Conocer la importancia de la Comunicación Interna y los elementos que la componen.
- Ser capaz de transmitir los mensajes de forma clara para que lleguen de forma eficaz al público objetivo.
- Establecer un buen Plan de Comunicación Externa y ejecutarlo de la forma correcta.
- Entender la Comunicación como herramienta de Gestión Empresarial.
- Identificar las funciones y características de un Director de Comunicación. Relacionar la Comunicación Externa con la Imagen, Identidad y Cultura Organizacional.
- Conocer los Procesos de un Plan de Comunicación para ser capaz de elaborarlo de manera efectiva así como su posterior evaluación.
- Establecer coherentemente los objetivos de la Comunicación.
- Entender la Comunicación Corporativa como elemento estratégico aplicable en la gestión de crisis.
- Reconocer y diferenciar los elementos que componen la identidad visual Saber gestionar de forma efectiva la Imagen Corporativa.

- Contemplar la evolución histórica del término de la calidad hasta llegar a la definición actual y, además, presenta a los maestros o “gurús” de la calidad exponiendo sus teorías y principios de gestión.
- Analizar la norma ISO 9001, la norma más utilizada para la implementación de Sistemas de Gestión de la Calidad en las organizaciones. Además, se analizará el proceso de certificación de estos sistemas.
- Conocer otros modelos de sistemas de gestión, como los sistemas de gestión ambiental, los sistemas de seguridad alimentaria, etc. Estos sistemas inciden en el correcto funcionamiento de la organización y en la imagen que proyecta ésta hacia el exterior, por lo tanto podrían considerarse extensiones de la gestión de la calidad.
- Revisar los esquemas de certificación de producto, tanto los referidos a la calidad de los productos y servicios como los referidos al comportamiento ambiental de los mismos.
- Conocer herramientas de gestión global en las organizaciones, como EFQM, 6 Sigma, Benchmarking y modelos de Responsabilidad Social Empresarial.
- Relacionar los conceptos de calidad y satisfacción del cliente

Metodología

En EUDE transformamos la distancia en una oportunidad para la formación. Aprovechamos las nuevas tecnologías para acompañar, aconsejar y ayudar al alumno en este fascinante viaje a través del aprendizaje.

El alumno recibirá el temario, dependiendo de sus necesidades, en formato papel o digital, a través de manuales o mediante el propio Campus Virtual de la escuela.

Todas las lecciones han sido desarrolladas por profesionales en la materia. Cada uno de los temarios están adaptados a la práctica de modo que resulten amenos, cercanos y, cuanto más, prácticos. La estructura común de éstos es de la siguiente manera: prólogo, módulos, anexos, casos prácticos, bibliografía y glosario. Además, cada tema va acompañado de cuestionarios que permitirán al alumno afianzar sus conocimientos y medir su ritmo de estudio.

En el apartado de Casos Prácticos, que se puede encontrar al final de cada manual, se plantean los ejercicios que permitirán evaluar el aprovechamiento del estudiante.

El equipo de tutores, especialistas en las diferentes áreas de estudio, atenderá a los alumnos a través del teléfono, email, campus virtual o, si fuese necesario, con una reunión presencial (previa cita).

El campus virtual es una herramienta muy útil en el estudio dado que funciona como un foro de encuentro y un espacio de comunicación favoreciendo así la motivación de los estudiantes. En él, el alumno tendrá a su disposición actividades de refuerzo, anexos de documentación, enlaces de apoyo y espacios de participación.

La lectura de la guía de estudios, que el alumno recibirá con el material de estudio o que puede encontrar en el campus virtual, le ofrece mucha más información sobre la organización del tiempo y la localización de recursos, además de aconsejarle sobre la metodología de estudio más adecuada.

Modalidad: A distancia y On line

El alumno que estudie la modalidad a distancia u On line, recibirá el material al completo en su domicilio. De esta manera, no precisa de traslados para evaluaciones ni tutorías.

La modalidad On line supone la completa realización del Máster desde la plataforma de formación en Internet. Todo ello incluye, la descarga de toda la documentación no precisando de traslados para evaluaciones ni tutorías.

Material

El Máster está desarrollado para que el alumno pueda elegir entre diferentes tipos de soporte didáctico:

Carpetas con soporte papel intercambiable: para que el alumno pueda manejar de forma flexible los diferentes temarios, auto evaluaciones y casos prácticos a desarrollar en los diferentes módulos.

Escuela Virtual de formación: todos nuestros alumnos que lo deseen pueden solicitar las claves para acceder a nuestra escuela On line: foros de alumnos, chats con profesores, sistema de mensajería, expediente académico, enlaces de interés, descargar de temarios en formato pdf...

Temario

Área de Comunicación

Comunicación Interna de la Empresa

Introducción al concepto de comunicación. La organización empresarial. El modelo de calidad en la empresa La cultura empresarial. La comunicación en la empresa. La comunicación interna en el entramado empresarial Comunicación interna y activo humano. El liderazgo. Comunicación de crisis. Las herramientas físicas de la comunicación interna. Cómo se redactan los documentos internos. Aportación de las nuevas tecnologías a la comunicación. Conexión entre comunicación interna y externa. Pautas para la creación de un departamento de comunicación interna

Comunicación Externa de la Empresa

Introducción a la Comunicación Externa. Acciones y Funciones de la Comunicación Externa. Comunicación Externa. Algunas de las funciones de la comunicación externa son: El Director de comunicación. Formación del Director de Comunicación. Algunas características del Director de Comunicación. Funciones del Director de Comunicación con respecto a la comunicación externa. Identificación de los siguientes términos: Imagen Identidad, Cultura, Plan de Comunicación, Algunos de los objetivos de la comunicación, los medios más utilizados - ventajas y desventajas, Televisión, Periódicos. La Comunicación Corporativa en la estrategia empresarial. Algunos aspectos a tener en cuenta. Comunicación Corporativa externa de la gestión de crisis Momento de hablar. Actitudes de las empresas frente a las crisis. La identidad corporativa. La identidad visual. Elementos de la identidad visual. Imagen Corporativa. La gestión de la imagen corporativa

Herramientas / Medios de la Comunicación Externa

Las Relaciones Públicas, disciplina de la Comunicación Corporativa. Comunicados de prensa. Conferencias de prensa. Visitas guiadas o recepción de grupos a la empresa o fábrica. Patrocinio y Mecenazgo como herramienta de la Comunicación. Ejemplos de Patrocinio / Diferencias con otras herramientas de comunicación. Posibles diferencias entre patrocinio y mecenazgo. Publicidad aplicada a la Comunicación Externa. Comunicación publicitaria. Respuestas frente a la campaña publicitaria. Planificación Publicitaria Preguntas: Marketing de la comunicación. Planificación de Medios. La importancia del target. Diferentes tipos de efectos sobre el target. Estrategias de medios. Merchandising, otra herramienta de la Comunicación. Funciones y objetivos del Merchandising. Diseño del establecimiento. Objetivos de comunicación en el Merchandising. Objetivos de distribución. Marketing: sistema de comunicación de la empresa. Estrategias de marketing. Estrategia de Diferenciación. La Marca y Comunicación. Ejemplos de marca. El posicionamiento de la marca. La marca y el cliente. Extensión de la marca. Marketing Relacional, comunicación. Algunas claves del marketing relacional

Internet, Mailing y Telemarketing aplicado a la Comunicación Externa

Internet. Algunas de las ventajas y desventajas que nos ofrece este nuevo medio de comunicación. Sitios web. Diseño de la web. Mailing. Telemarketing

Protocolo y Ceremonial

Introducción al Protocolo. El protocolo hoy. Simbología del poder: dos coronaciones, dos realidades. Los actos: tipos. Real Decreto 2099/83. La presidencia. El papel del anfitrión. La colocación de los invitados. La organización de actos. Las fases de organización de un acto protocolario. La documentación en protocolo. Las invitaciones. Las notas de protocolo. Las listas de invitados. El programa protocolario. Detalles sobre la simbología. Los medios de comunicación. Algunos consejos básicos para la mesa.

Área de Normas de Calidad Internacional

Definición de la Calidad

Definición de la calidad. Gurús de la calidad

Normas ISO 9000

Introducción. Sistema de Gestión de la Calidad. Normas ISO 9000. Principios de Sistemas de Gestión de la Calidad. Estructura y apartados de ISO 9001. Objeto y campo de aplicación ISO 9001:2008.

Enfoque a procesos. Certificación de Sistemas

Enfoque a procesos. Certificación de sistemas.

Sistemas de Gestión Ambiental

Necesidades de gestión ambiental en la empresa. Sistemas de Gestión Ambiental. Modelos de sistemas de gestión ambiental. Norma ISO 14001:2004. Requisitos de Sistemas de Gestión Ambiental

Otros esquemas de certificación de sistemas

Certificaciones en industria aeroespacial. Certificaciones en industria de automoción. Seguridad y salud laboral - OHSAS 18001. Normas PECAL 2000. Seguridad de la información - ISO 27001. Acreditación de laboratorios de ensayo y calibración - ISO 17025:2005. Seguridad alimentaria en la empresa. Calidad turística - "Q". Gestión de la Investigación, Desarrollo e innovación. I+D+I. Gestión forestal sostenible. PEFC.

Esquemas de Certificación de Producto

Certificaciones de calidad de producto. Certificaciones ambientales de producto.

Modelo EFQM. 6 SIGMA. Benchmarking

Modelo EFQM. Seis Sigma. Benchmarking.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Introducción. Responsabilidades de la empresa. Enfoque de grupos de interés. Principios de Gestión de la RSE. Prácticas de la RSE por los grupos de interés. Modelos de Gestión de RSE.

Satisfacción del cliente

Introducción. Expectativas del cliente. Valor percibido por el cliente. Medición de la percepción del cliente

Homologaciones

EUDE recibe las homologaciones de AEDETP (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), ANCED (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia) entre otras instituciones. Estas organizaciones homologan y certifican centros de formación con el fin de garantizar unos criterios de calidad formales, para el correcto desarrollo de las acciones formativas propuestas por nuestro centro.

Además, EUDE es socio-fundador de la **Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN)** y miembro de **Cladea** (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración).



Podrás encontrar toda la información actualizada sobre nuestras homologaciones y acuerdos en:

<http://www.eude.es/homologaciones/index.html>

Colaboraciones Empresariales

Uno de los pilares fundamentales de la Escuela de Negocios EUDE, se basa en la colaboración constante con las empresas. Nuestra formación está totalmente dirigida a la práctica y prueba de ello es la exigencia de que nuestros formadores sean profesionales en activo de cada área de la que impartimos formación.

Nuestro posicionamiento en el mercado hace que seamos un escalón intermedio entre la formación académica y la empresa. Esto crea una necesidad en nuestros alumnos y profesionales que tratamos de cubrir con vías de colaboración que permiten tanto el acceso al mercado laboral, como el cambio de dirección en el mismo.

Es por ello por lo que hemos desarrollado un **Servicio de Carreras Profesionales** que genera una bolsa de profesionales dirigida en dos vertientes, el Plan de Prácticas en Empresa y la Bolsa de empleo. Todos nuestros alumnos de curso presencial tienen garantizado el hacer prácticas en empresa. No sólo es importante formarse profesionalmente sino también poder aplicar lo aprendido en un puesto de trabajo real.

Como garantía y aval de la formación impartida, podemos presumir de tener convenios de colaboración con algunas de las más importantes empresas tanto a nivel nacional como internacional, convenios que van desde el acuerdo para poner a los alumnos del centro en disposición para realizar prácticas en las empresas clientes, hasta acuerdos de consultoría y formación a todos los niveles.

Señalamos a continuación, algunas de las empresas colaboradoras con EUDE más destacadas:



Actualmente colaboran con EUDE más de **7000 empresas** a través de Miltrabajos.com, Formaselect Consulting y la propia Escuela de Negocios.



© EUDE

Plaza de Callao, 4 – Gran Vía, 46

6ª Planta

28013 (Madrid)

91 593 15 45

info@eude.es

www.eude.es

No está permitida la reproducción total o parcial del contenido de este PDF, salvo la impresión del mismo sin modificaciones a meros efectos informativos por parte del interesado, no permitiéndose la copia ni alteración del mismo por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, registro u otros métodos sin previo aviso y autorización por parte de los titulares del Copyright.