



Escuela Europea
de Dirección y Empresa



Curso Técnico en Comunicación Empresarial Interna y Externa

Tipo	Técnico	Modalidad	Blended E-Learning
Duración	Consultar	Precio	Consultar

Curso Técnico en Comunicación Empresarial Interna y Externa

Presentación

Para que una organización funcione de forma eficaz es imprescindible desarrollar e implantar un buen plan de comunicación.

La Comunicación Interna conlleva todas aquellas técnicas que, no sólo sirven para tener un sistema de Comunicación rápido, sino para transmitir las nuevas situaciones que debe afrontar la Organización para posteriormente comprender y percibir la información de forma correcta. Por lo tanto, la Comunicación Interna se configura como una manera de superar resistencias y así favorecer las relaciones humanas dentro de la empresa.

En la actualidad, la óptima Comunicación con clientes, proveedores, accionistas y la sociedad en general, debiera ser uno de los objetivos primordiales. Por ello se hace necesario un Plan de Comunicación Externa eficiente como herramienta de impulso del éxito empresarial. En este curso aprenderemos a desarrollar estrategias que mejoren las diferentes vías de Comunicación tanto Interna como Externa.

Objetivos

Objetivo General

Dotar al alumno de herramientas y técnicas que faciliten y optimicen la comunicación interna existente en la Organización así como la comunicación externa utilizada como valor estratégico.

Objetivos específicos

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.

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, CD-ROM 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: Blended E-Learning

El **Blended Learning** supone una verdadera alternativa a la formación tradicional y totalmente distinta a la semipresencial (metodología basada en simples clases de apoyo). Por un precio realmente competitivo, el alumno dispone de la posibilidad de realizar cómodamente su formación a distancia, con la ayuda personalizada de todo un equipo de tutores y al mismo tiempo llevar a cabo las sesiones de trabajo en grupo necesarias, para adquirir la visión práctica que requiere el programa.

Material

En la modalidad a distancia, los alumnos reciben un manual completo, desarrollado y actualizado plenamente por expertos en cada una de las materias tratadas. Dichos manuales se utilizarán como herramientas de apoyo.

En la modalidad On line, los alumnos recibirán los datos de acceso al campus virtual, a través del cual desarrollarán todo el seguimiento de la formación.

Temario

Módulo 1: 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

Módulo 2: 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

Módulo 3: 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

Módulo 4: 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

Módulo 5: 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.

Taller Presencial

Comunicación Interna de la Empresa

PARTE PRIMERA

- 10:00 - 12:00

La comunicación interna, la asignatura pendiente de la empresa española. Análisis de las empresas del siglo XXI. Nuevos paradigmas. El talento no viene por arte de magia. La comunicación como herramienta de diferenciación en la



empresa. Transparencia. Flujos de comunicación y obstáculos. Tus empleados no te conocen, ¿qué esperan de ti? Responsabilidad social corporativa interna.

DESCANSO: COFFE BREAK 12:00 – 12:15

12:15 - 14:00

- Las herramientas de comunicación y participación. Boletines internos. Jornadas internas. Círculos de mejora. Intranet

DESCANSO: COMIDA 14:00 – 16:00

SEGUNDA PARTE

16:00 – 17:30

- Plan de comunicación interna: análisis del caso “Espacio sin Humos” Objetivo planteado. A quién va dirigido. Plan de acción y frentes principales. Herramientas utilizadas

17:30 – 18:30

- Ejercicio práctico: preparación de unas jornadas internas. Puesta en común y comentario de las ideas más innovadoras

DESCANSO 18:30 – 18:45

18:45 – 20:00

- Visualización de vídeo corporativo de motivación e integración. Con motivo de unas jornadas comerciales en una conocida empresa española, se realiza un montaje audiovisual que trata de establecer sentimiento de orgullo de pertenencia a la organización en los empleados.

Comunicación Externa de la Empresa PARTE PRIMERA

10:00 – 11:30

- La relación de las organizaciones con los medios de comunicación. Análisis de las empresas del siglo XXI. Nuevos paradigmas. La comunicación como herramienta de diferenciación ¿Qué son las relaciones públicas? Consideraciones básicas sobre los medios de comunicación.

11:30 – 12:50

- El plan de comunicación. ¿Cómo se elabora? Fases y etapas: Auditoría de empresa. Mapa de stakeholders. Objetivos. Estrategia. Herramientas. Seguimiento

DESCANSO: COFFE BREAK 12:50 – 13:20

13:05 – 14:00

- Casos prácticos, comentarios y puesta en común de experiencias. Análisis de apariciones de noticias de empresa en medios de comunicación, de notas de prensa, planes de comunicación elaborados para realizar un trabajo de campo de lo visto durante la mañana.

DESCANSO: COMIDA 14:00 – 16:00

PARTE SEGUNDA

16:00 – 18:00

- La comunicación de crisis ¿A qué nos referimos realmente con este concepto? Niveles en una crisis: verde, amarillo y rojo ¿Cómo y cuándo actuar? ¿Quién gestiona una crisis? Las etapas del espiral de crisis Casos de estudio

DESCANSO

Consejos para trabajar con los medios de comunicación, ¿Debo hacer regalos? ¿Qué es un viaje de prensa? ¿Cómo afrontar una entrevista?

18:20 – 19:00

- La comunicación política. Cuando el que habla es un político.

19:00 – 20:00

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 Master 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.