



Escuela Europea
de Dirección y Empresa



Curso Técnico en Comunicación Empresarial Interna y Externa

Tipo	Técnico	Modalidad	Distancia / On line
Duración	70 horas	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.

La importancia de la comunicación empresarial. El alumno aprenderá a definir correctamente los términos fundamentales de la comunicación interna de la empresa, conocer los conceptos básicos que componen la comunicación, especialmente dentro de la empresa, valorar la importancia y funcionalidad de la correcta comunicación dentro de una compañía y reconocer las consecuencias de una comunicación inadecuada.

En cuanto a la comunicación externa se analizará todo el proceso que se establece entre la empresa y el conjunto de la opinión pública, haciendo hincapié en el desarrollo de planes de comunicación y en la importancia de manejar situaciones conflictivas o de crisis.

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 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 del manual y en el Campus Virtual, 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 del **Manual 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.

El alumno que estudie la modalidad a distancia 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 curso desde la plataforma de formación en Internet. Todo ello incluye, la descarga de toda la documentación.

Materiales

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

- ⇒ Carpetas con soporte papel: para que el alumno pueda manejar los diferentes temarios, auto evaluaciones y casos prácticos a desarrollar en los diferentes módulos. Éstas corresponden exclusivamente a la modalidad distancia.

- ⇒ Escuela Virtual de formación: todos nuestros alumnos que lo deseen pueden solicitar las claves para acceder on line a nuestra escuela virtual, donde encontrarán foros de alumnos, sistema de mensajería, expediente académico, enlaces de interés, descargar de temarios en pdf...

Temario

Módulo 1: La comunicación, un paraguas que nos envuelve. Una breve historia sobre la comunicación. Algunos autores. Comunicación e información. El proceso de la comunicación. La historia nos enseña

Módulo 2: La organización empresarial. La empresa y su entorno. El caso español. La oferta y la demanda. Las leyes del mercado en el siglo XX. Un paso más allá. Una nueva orientación. Para muestra un botón. La estrategia empresarial. Estrategias competitivas. Las organizaciones inteligentes: la empresa del nuevo milenio. Ejercicios prácticos

Módulo 3: El modelo de calidad en la empresa. Tendencias para la evolución. La apuesta por la calidad. Modelos de calidad en el mundo. El Modelo Europeo: EFQM. Liderazgo. Gestión del personal. Política y estrategia. Alianzas y Recursos. Procesos. Satisfacción del cliente. Satisfacción del personal. Impacto social. Resultados. Las normas ISO 9000 y las entidades de certificación. La certificación de calidad

Módulo 4: La identidad corporativa. Cultura empresarial o corporativa. La modificación de la cultura empresarial. La nueva cultura empresarial. Comunicación Corporativa. El comportamiento corporativo. La identidad visual.

Módulo 5: Los flujos de comunicación en la empresa. Principios empresariales. El valor de la comunicación interna. Un modelo de organización abierta. Los flujos de comunicación. Características de la comunicación descendente. Características de la comunicación ascendente. La comunicación horizontal. Apuestas concretas por la comunicación interna

Módulo 6: La comunicación interna en el entramado empresarial. El valor de la comunicación dentro de la empresa. La comunicación como herramienta de gestión. El Plan de Comunicación. Pasos para elaborar un plan de comunicación. Causas del fracaso de una estrategia de comunicación interna. La empresa *Metropolitano de Tenerife*. Espacios sin Humo. Creación del grupo de trabajo. Espacios para fumadores. La comunicación oficial del plan. El Plan de Comunicación Interna

Módulo 7: La participación de los empleados. La gestión del activo humano. Las herramientas de participación. Buzón de sugerencias. Encuestas. Círculos de calidad. Programas de ideas de mejora. Concursos de ideas. Reuniones. Los Profesionales de la comunicación. Ejercicios prácticos

Módulo 8: El liderazgo y la comunicación. Introducción. Marca de liderazgo. Líderes de corazón. Habilidades de comunicación. La Motivación

Módulo 9: Las herramientas físicas de la comunicación interna. Buzón de sugerencias. Tablón de anuncios. Cartas al personal. Sondeos o encuestas de opinión. Reuniones. Intranet. Boletín interno. Hojas informativas. Actos o eventos internos. Consideraciones finales.

Módulo 10: Cómo se redactan los documentos internos. El libro de estilo. Reglas. Evitar confusiones y malentendidos. Forma particular de redacción. Referencias técnicas. Palabras o frases en otros idiomas. ¿Comunicación o propaganda? .El Boletín Interno. Ejercicios prácticos

Módulo 11: Aportación de las nuevas tecnologías a la comunicación. El desarrollo tecnológico como estrategia de competitividad .Intranet

Módulo 12: Conexión entre comunicación interna y externa. Comunicación externa. El manual de identidad corporativa y su papel relacional. Las funciones del departamento de comunicación

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. 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.