

## **TÉCNICO EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL INTERNA Y EXTERNA**

### **PRESENTACION**

#### **CONTENIDOS:**

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.

**Modalidad:** Presencial / On line

#### **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.

#### **EVALUACIÓN DISTANCIA:**

Para el desarrollo de habilidades prácticas, a lo largo del curso se plantean una serie de casos que el alumno debe realizar y remitir, ya sea por correo postal o bien por correo electrónico, a sus tutores. Estos elaboran un informe evaluativo con los resultados obtenidos.

#### **Esta dirigido a:**

Estudiantes de último año de carrera y licenciados en Periodismo, Marketing, Publicidad-Relaciones Públicas, Sociología, Psicología, Pedagogía, Derecho, Relaciones Laborales, Ciencias del Trabajo, Ciencias Políticas, Empresariales, Económicas y Profesionales del Sector que desean ampliar conocimientos.

### **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.

### **METODOLOGÍA:**

Nuestro principal objetivo es el desarrollo de las habilidades prácticas de nuestros alumnos, por ello consideramos fundamental la utilización de una metodología que potencie la participación y la creatividad de los mismos. Esto sugiere la realización de diferentes casos prácticos sustentados en una base teórica moderada. La correcta y eficaz contextualización de las actividades propuestas garantizan el éxito de la formación.

### **MATERIAL:**

El alumno recibirá un completo Manual con toda la documentación necesaria.

### **TEMARIO**

#### **MODULO 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

### **BOLSA DE TRABAJO** (sólo modalidad presencial)

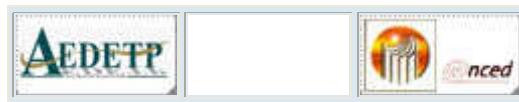
El objetivo de éste departamento es promover y gestionar la incorporación de sus alumnos al mercado laboral.

En el momento de formalizar la matrícula, el alumno deberá entregar CV y fotografía reciente para ser gestionado en la Bolsa de Trabajo. A lo largo del curso, el alumno tendrá la oportunidad de renovar su CV y recibir asesoramiento sobre procesos de selección en los que esté participando o vaya a participar.

FORMASELECT como Escuela de Negocios, pero también como Consultora de Empresas, ofrece a sus alumnos la ventaja de gestionar el CV directamente entre el cliente y nosotros mismos, sin ningún otro tipo de intermediarios. El cliente cuenta con el valor añadido de saber que la base de datos que se le ofrece está perfectamente cualificada para el desarrollo de la labor requerida.

### **HOMOLOGACIONES Y RECONOCIMIENTOS**

La Escuela de Negocios **FORMASELECT** recibe las homologaciones de **AEDETP** (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), **ANCED** (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia). Estas tres 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.



Todas las empresas que han colaborando y colaboran con **FORMASELECT**, quedan satisfechas con el servicio prestado y su confianza se traduce en posteriores acuerdos tanto a nivel de Consultoría como en Formación.

Por tercer año consecutivo, la agencia **TMP Worldwide Advertising & Communications**, nos ha destacado como una de las principales Escuelas de Negocio a nivel nacional

El apoyo de diferentes medios, junto con el respaldo de las mejores empresas e instituciones, es el argumento de éxito y calidad que sostiene nuestra empresa. Respaldan públicamente el servicio de **FORMASELECT**:



### **EMPRESAS COLABORADORAS**

Como garantía y aval de la formación impartida, podemos presumir de tener convenios de colaboración con más de 120 empresas, 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, las empresas colaboradoras con la **Escuela de Negocios FORMASELECT** más destacadas: [VER LISTADO COMPLETO DE EMPRESAS COLABORADORAS](#)



Programa Formativo