

Comunicación e Imagen Corporativa

Curso

Objetivos

Suministrar los principales marcos conceptuales y técnicas básicas de gestión de la comunicación.

Capacitar para el diseño, planificación y dirección de estrategias planes y programas de comunicación aplicadas a diferentes tipos de organizaciones.

Conocer y saber utilizar las herramientas y capacidades teórico-profesionales, gerenciales y técnicas necesarias para gestionar un departamento de comunicación.

Dirigido a

Responsables del departamento de comunicación de una empresa, Directores de Marketing y/o Relaciones Institucionales, Directores de Recursos Humanos en cuyo departamento se encuentren asimiladas las competencias internas y externas de comunicación y Profesionales en activo que por su cargo sea necesario conocer las herramientas básicas de comunicación empresarial.

Contenidos

1. INTRODUCCION A LA COMUNICACION

- Qué es la comunicación.
- Su importancia en la sociedad actual.

2. CLAVES PARA LA POLITICA DE COMUNICACION

- Comunicación interna, externa e intermedia.
- Definición y utilidades.
- Identificación de los “Stakeholders” de la empresa.

3. EL PLAN DE COMUNICACION

- Planeamiento estratégico.
- Elaboración del plan.
- Comunicación y cultura.
- Corporativación.

4. EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACION COMO INSTRUMENTO

- Tipos.
- Estructuras.
- Herramientas.

5. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

- El manual de identidad corporativa.
- La literatura de una institución: (revistas, folletos, boletines, memorias...).