

Comunicación Interna



Área: GESTIÓN DE PROYECTOS

Duración: 20h

Metodología: online

Objetivos

- Reconocer los elementos de la comunicación.
- Diferenciar los elementos de la comunicación.
- Diferenciar la CI de otros tipos de comunicación.
- Reconocer los objetivos de un responsable de comunicación interna.
- Reconocer los elementos básicos de la CI.
- Definir una estrategia de comunicación basada en la misión y visión de una organización.
- Desarrollar un plan de CI.
- Situar la CI en el organigrama de la organización.
- Entender la CI como herramienta de desarrollo de la cultura corporativa.
- Diferenciar redes de uso personal de las de uso laboral.
- Desarrollar las redes sociales de uso laboral.
- Adaptar contenidos al ámbito laboral (curación).
- Entender el concepto de Internal branding.
- Reconocer su vocación holística en el modelo organizacional

Contenidos y estructura del curso

- Fundamentos de la Comunicación.
 - 1.1 Concepto de comunicación.
- Elementos de la comunicación.
- Breve enunciado de teorías de la comunicación.
- Conceptualización de la comunicación interna.
 - 1.1 ¿Qué es la Comunicación Interna?
 - 1.2 La importancia de la Comunicación Interna.
 - 1.3 La comunicación interna y su impacto en la organización.
- El responsable de comunicación interna.
 - 2.1 Objetivos de un responsable de comunicación interna.
 - 2.2 Habilidades del responsable de comunicación interna.
- ¿Qué no es la comunicación interna?
- Plan de comunicación interna.
 - 1.1 Diagnosticar las necesidades de comunicación interna.
- Identificar la misión, la visión y los valores de una empresa.
- Las fases del plan de comunicación: analítica, estratégica y táctica.

10. El plan de comunicación interna: DAFO y CAME.
11. El plan de comunicación interna: Definir el público y trazar objetivos SMART.
12. El plan de comunicación interna: KPIs básicos a tener en cuenta.
13. Requisitos y alineación del plan con otros elementos de la organización.
14. Implementar un plan de comunicación interna.
15. La comunicación interna como parte de un proyecto global de organización.
 - 1.1 La organización. Un proyecto común.
16. La comunicación interna, parte del proyecto global.
 - 2.1 Involucrar a todos los niveles en la comunicación interna.
 - 2.2 La comunicación interna ante situaciones de crisis.
 - 2.3 Credibilidad y comunicación interna.
17. Concepto de cultura corporativa y su importancia en la comunicación interna.
18. Estrategias de comunicación interna basadas en social media.
19. Manuales de uso de redes sociales para empleados.
 - 2.1 ¿Qué beneficios puede aportar una política de redes sociales para empleados?
20. Las herramientas 2.0 en los procesos críticos internos.
21. Intranet, renovando un clásico en la filosofía 2.0.
22. La formación en la creación de un ecosistema de comunicación interna.
23. ¿Comunicación interna o conversación interna?
24. Internal branding. Un concepto novedoso.
 - 1.1 Concepto de internal branding.
25. Marketing y comunicación interna.
26. Medir el internal branding.

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

