

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E IDENTIDAD CORPORATIVA

Presentación

La comunicación empresarial o corporativa es aquella que se realiza de modo organizado por una empresa y va dirigida a las personas y grupos del entorno social donde realiza su actividad.

El objetivo principal es establecer relaciones de calidad entre la empresa y su público, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

A través de una buena identidad corporativa logramos transmitir la personalidad de la compañía, los valores y filosofía que la fundamentan.

La comunicación empresarial juega un papel fundamental en las organizaciones y/o empresas. No sólo es su principal instrumento para poder estar en contacto permanente tanto con los públicos externos como internos sino que, a su vez, es un componente estratégico probadamente necesario para fortalecer su imagen y así favorecer el éxito mismo del propio proyecto empresarial.

Dirigido a

- Todos aquellos interesados que quieran aprender a gestionar la comunicación corporativa en las entidades y organizaciones, o que estén llamados a ejercer la dirección de comunicación en cualquier organización, empresa y/o institución.
- Profesionales que desean estimular y potenciar sus competencias para dirigir cualquier área de comunicación y gestionar las distintas dimensiones de la comunicación corporativa.

Objetivos

- Comprender la importancia de la comunicación corporativa así como sus implicaciones y/o utilidades en las empresas.
- Aprender a gestionar la comunicación corporativa integrando tanto la dimensión propia de la comunicación interna como de la externa.
- Analizar los usos e implicaciones de la gestión estratégica y global de la comunicación en las empresas y organizaciones.
- Identificar un sistema de gestión óptimo de la identidad corporativa: la creación de marca y/o branding corporativo, la identidad visual y el programa de identidad corporativa (manual de identidad corporativa).
- Familiarizarse con los términos de la comunicación externa, sus dinámicas, usos, técnicas así como sus principales estrategias, funciones y utilidades para los fines de la comunicación corporativa.

TELEFORMACIÓN

Modalidad y duración

- **15 horas** de duración
- Plataforma, contenidos y sistema tutorial adaptado a Bonificaciones de Fundae con acceso a:
 - Contenido Multimedia.
 - Videotutoriales
 - Recursos Adicionales
 - Foros de Debate
 - Tutorías por Aula Virtual
 - Pruebas de evaluación

1) Iniciación a la Comunicación Empresarial

- a) Bases conceptuales de la comunicación empresarial
- b) Funciones básicas de la comunicación empresarial.
- c) Formas y/o dimensiones de la comunicación empresarial.
- d) Componentes y elementos de la comunicación empresarial.
 - i) Identidad corporativa.
 - ii) Imagen corporativa.
 - iii) Cultura corporativa.
 - iv) Filosofía corporativa.
 - v) Reputación corporativa.

2) La gestión estratégica de la Identidad Corporativa

- a) El branding corporativo
 - i) Beneficios del branding corporativo.
 - ii) Pasos y etapas en la gestión estratégica de la identidad.
- b) La gestión de la identidad visual empresarial
 - i) Elementos básicos de la identidad.
 - ii) Pautas para una gestión adecuada de la identidad visual.
- c) El programa de identidad corporativa
 - i) Características de un programa de identidad corporativa.
 - ii) Metodología de la identidad corporativa.
 - iii) El manual de identidad corporativa.

3) La Comunicación Externa

- a) Diseño del plan de comunicación integral
 - i) El plan estratégico de comunicación.
 - ii) Estructura del plan de comunicación.
 - iii) Los planes de comunicación.
- b) La comunicación externa y su gestión
 - i) El marketing corporativo y su gestión.
 - ii) La publicidad corporativa.
 - iii) Las relaciones con los medios.
 - iv) La comunicación digital.
 - v) Las relaciones públicas y/o externas.
 - vi) La responsabilidad social corporativa (RSC).

Contenidos

4) La Comunicación Interna

- a) La función de la comunicación interna y cómo gestionarla
- b) Los flujos de la comunicación interna.
- c) Los canales de la comunicación interna.
- d) Interferencias la comunicación interna.
- e) Los soportes y herramientas de comunicación interna.
- f) La comunicación interna 2.0.

5) La Comunicación de Crisis

- a) Qué es y cómo aparece.
- b) Decálogo de la comunicación de crisis.
- c) Tipos y fases de una crisis.
- d) Claves para la resolución de crisis digitales.
- e) Claves para la comunicación de crisis a nivel interno.

Fechas

Del 14 octubre al 18 noviembre de 2021

El formador

Ramiro Díaz-Maroto Oro

- Comunicador y periodista con más de 15 años de experiencia en dirección de comunicación corporativa e institucional, ha sido director de comunicación en diferentes gabinetes de prensa y/o departamentos de comunicación en sectores tan diversos como el político e institucional, educativo, empresarial, fundaciones, etc.
- Ha compaginado sus responsabilidades profesionales con la docencia. Ha impartido cursos, seminarios, conferencias tanto a nivel nacional como internacional en materia de comunicación, protocolo, organización de eventos y relaciones institucionales.
- Consultor de comunicación ha asesorado a portavoces políticos y empresariales en torno a las técnicas comunicativas y discursivas.



PRESUPUESTO

Hasta 9 alumnos	De 10 a 25 alumnos	De 26 en adelante
112,5 €/alumno	105 €/alumno	90 €/alumno
(7,5 €/h/alumno)	(7 €/h/alumno)	(6 €/h/alumno)

Este curso es 100 % bonificable ante Fundae. Desde BAI ofrecemos realizar la gestión sin coste adicional para la empresa.