

EXPERTO EN COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES

II Edición

Certificado de Experto por CEPADE (Universidad Politécnica de Madrid)

250 horas (15 ECTS)

4 de octubre de 2010 - mayo de 2011

Objetivos

- Comprender la necesidad de diseñar e integrar la comunicación interna dentro de una estrategia empresarial
- Aprender las bases y tendencias de la comunicación interna en las organizaciones.
- Conocer y saber cómo utilizar los métodos de análisis y diagnóstico de la comunicación interna.
- Saber cómo desarrollar y validar el Plan de comunicación interna.
- Tomar conciencia y conocer las diversas herramientas de comunicación interna y sus aplicaciones en la organización.
- Aprender a utilizar eficazmente el lenguaje escrito para llegar a los públicos internos
- Conocer las estrategias y herramientas más eficaces para implicar al público interno
- Analizar las claves de la estrategia de comunicación interna en los distintos sectores empresariales.

Profesorado:

Ana Moreno, Profesora de la UPM. Ingeniera Industrial, Dra. En Psicología Social y de las Organizaciones.

Ángel Mahou, jefe del Departamento de Desarrollo de RRHH de Red Eléctrica. Ingeniero Industrial por la ETSIIM y PDD por el IESE.

Antonio Rodrigo, director de Comunicación interna de Grupo Inforpress. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Master en Periodismo Profesional de Prensa Española y la UCM.

Betsana Peña, responsable de e-comunicación de Grupo Inforpress. Licenciada en Comunicación Social. Master de Información Económica de la UCM y doctorado en Organización y Gestión de Empresas.

Cristina Sagredo, responsable de comunicación, sector energía de Siemens. Licenciada en psicología por la Universidad Pontificia de Comillas, Master en Dirección de Recursos Humanos por CESEM, y Master en Desarrollo Directivo por la Universidad de Alcalá de Henares.

Esther Castaño, directora de Comunicación Interna de Iberdrola desde el año 2003.

Licenciada en CC. De la Información (Periodismo), por la Universidad CEU San Pablo y licenciada en Sociología, por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Master en Gestión Comercial y Marketing, por la escuela de negocios ESEM y Master en Recursos Humanos Executive, por el ICADE.

M^a Ángeles Huerta, profesora de la UPM. Responsable de comunicación y marketing de Bodega Vihucas. Profesora asociada en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la UPM (ingeniería de organización).

María del Barco, responsable de Investigación de Inforpress. Licenciada en Sociología por la Universidad Complutense y técnico superior en Gestión Comercial y Marketing.

Jesús Usabiaga, consultor en Comunicación Interna y e-comunicación de Inforpress. Experto en Comunicación Interna en las organizaciones por la Universidad Complutense de Madrid. Master en Comunicación periodística, institucional y de gestión por la UCM. Licenciado en Periodismo por la Universidad del País Vasco.

Santiago Herrero Villa, profesor de CEPADE (Área de relaciones con la UE). Licenciado en CCII por la UCM. Periodista y consultor independiente en Comunicación para el Desarrollo.

Yolanda Domingo, directora de publicaciones de Grupo Inforpress. Licenciada en Ciencias de la Información por la UCM y Master de información económica de la APIE.

Metodología

Se trata de un programa *e-learning*, lo que permite al alumno trabajar con total flexibilidad de horarios y localización. A través de la plataforma virtual de CEPADE, el alumno accede a toda la documentación necesaria para el estudio de cada uno de los módulos. Tiene a su disposición a un Profesor / Tutor en cada uno de los módulos, al que puede dirigir sus dudas.

Cada módulo incluye:

- Material de estudio, en formato pdf, que el alumno puede descargarse desde la plataforma virtual.
- Ejercicios de repaso y Cuestionarios de Control (necesario su cumplimentación para pasar de un módulo a otro)
- Bibliografía recomendada
- Casos prácticos

Al finalizar cada módulo, los alumnos deberán realizar un trabajo de final de módulo siguiendo las instrucciones del profesor o profesores de cada módulo.

Asimismo, al finalizar el curso completo, los alumnos deberán realizar, siguiendo las instrucciones de los coordinadores del curso, un Trabajo Final de Grado que consistirá en el diseño de una estrategia completa de Comunicación Interna adaptada al marco empresarial. Se indicará a cada participante las posibles entidades donde deberán realizar las tareas de investigación sectorial, de mercado, etc. necesarias para diseñar una estrategia de Comunicación Interna adecuada y eficaz, según lo aprendido en el curso.

Webtraining de impacto

Los participantes podrán participar de forma opcional y gratuita en 2 conferencias de impacto en formato webtraining a lo largo del curso.

En estos webtraining podrán conocer los casos de éxito en Comunicación Interna de grandes empresas, de la mano de sus responsables de comunicación.

Estos webtraining serán programados con tiempo y difundidos a través del Campus Virtual del curso a todos los participantes.

** Webtraining: formación interactiva vía web de una hora de duración.*

¿A quién va dirigido?

El Programa Experto en Comunicación Interna va dirigido a todas aquellas personas que estén involucradas profesionalmente en el diseño, implantación o seguimiento de estrategias y políticas de comunicación en la empresa y que deseen profundizar en los contenidos teórico-prácticos de esta disciplina.

PROGRAMA DETALLADO:

Módulo 1. Las bases de la comunicación interna en las organizaciones.

- 1.1. Aspectos fundamentales de las organizaciones
 - 1.1.1. Teoría del cambio en las organizaciones empresariales
 - 1.1.2. Tipos de empresas y estructura organizativa
- 1.2. El factor humano en la empresa
 - 1.2.1. Modelos de liderazgo y dirección
 - 1.2.2. Valores y prioridades de los empleados en la empresa hoy
 - 1.2.3. Papel estratégico de los mandos intermedios
- 1.3. La rentabilidad empresarial y la comunicación
 - 1.3.1. Impacto de la comunicación en la compañía
 - 1.3.2. Tipos de información en la organización
 - 1.3.3. Sistema de flujos de información en las organizaciones
- 1.4. Tendencias en Comunicación Interna
 - 1.4.1. Comunicación interna: el valor de los intangibles
 - 1.4.2. Objetivos de la comunicación interna en una organización
 - 1.4.3. La integración de la comunicación interna con el plan estratégico de negocio.

Módulo 2. Métodos de análisis y diagnóstico de la comunicación interna.

- 2.1. Estudios de comunicación interna: fundamento y estructura
 - 2.1.1. La importancia de escuchar y diagnosticar para establecer estrategias eficaces de comunicación interna
 - 2.1.2. Variables esenciales para la medición
 - 2.1.3. Tipologías de estudios. Impacto de cada uno.

- 2.1.4. El papel del investigador en este proceso
- 2.2. Estudios cuantitativos
 - 2.2.1. Tipología y características
 - 2.2.2. Herramientas para hacer un estudio útil y fiable. Encuestas
 - 2.2.3. Aspectos positivos y limitaciones de este tipo de estudio
- 2.3. Fase cualitativa
 - 2.3.1. Características de las técnicas cualitativas
 - 2.3.2. Herramientas para realizar este estudio y cómo aplicarlas
 - 2.3.3. Trucos para fomentar la participación e implicación de los actores principales del estudio
- 2.4. Estudio visual y documental
 - 2.4.1. Todo comunica: estudio visual
 - 2.4.2. Fundamentos de la investigación documental
 - 2.4.3. Variables a medir en este estudio
 - 2.4.4. Cómo auditar la intranet/portal del empleado
- 2.5. Otras herramientas de investigación
 - 2.5.1. El benchmarkig: interno y externo
 - 2.5.2. Buzones de sugerencias y el canal ascendente

Módulo 3. Planificación estratégica de la comunicación interna y su adaptación a la realidad de la empresa.

- 3.1. Elaboración del Plan de Comunicación Interna
 - 3.1.1. Concepto y dimensiones del plan de comunicación interna
 - 3.1.2. Identificación de objetivos
 - 3.1.3. Definición de roles y responsabilidades de los actores implicados
 - 3.1.4. Ejemplos prácticos de planes de comunicación
- 3.2. Diseño de un plan de acciones alineado con los objetivos del Plan de Comunicación Interna
 - 3.2.1. Planificación de acciones
 - 3.2.2. Conformación de equipos de apoyo: consejo asesor y red de corresponsales
- 3.3. Evaluación y seguimiento del Plan de Comunicación
 - 3.3.1. Establecimiento de indicadores y categorías
 - 3.3.2. Metodología de seguimiento
 - 3.3.3. Corrección de desviaciones
- 3.4. Resolución de problemas de comunicación interna
 - 3.4.1. La integración de culturas en fusiones y adquisiciones
 - 3.4.2. El liderazgo de los managers. Implicación de los mandos intermedios
 - 3.4.3. La comunicación como estrategia

- 3.4.4. La actuación en caso de crisis
- 3.4.5. Las herramientas como soporte de la comunicación interna

Módulo 4: Herramientas eficaces para la comunicación interna.

- 4.1. Soportes de comunicación
 - 4.1.1. Primera aproximación conceptual a las herramientas de comunicación interna
 - 4.1.2. La aplicación de las nuevas tecnologías a la comunicación interna como soporte
- 4.2. El canal interpersonal
 - 4.2.1. La comunicación en cascada
- 4.3. Revista interna
 - 4.3.1. Definición de los objetivos de la revista interna
 - 4.3.2. Contenidos universales de la revista
 - 4.3.3. Establecimiento de procesos de trabajo
 - 4.3.4. Organización del trabajo en la revista
 - 4.3.5. Redacción eficaz de la revista interna
- 4.4. Portal del Empleado
 - 4.4.1. El nuevo Portal del Empleado
 - 4.4.2. Responsable del Portal: ¿es necesario un comité específico?
 - 4.4.3. Tendencias consolidadas del portal del empleado
 - 4.4.4. El e-learning a través del Portal
 - 4.4.5. Accesibilidad
 - 4.4.6. Diseño gráfico del portal
- 4.5. Los blogs como instrumento de diálogo entre la empresa y sus públicos
 - 4.5.1. Acercamiento a los blogs
 - 4.5.2. Cómo poner en marcha un blog corporativo
 - 4.5.3. Los blogs en la comunicación interna

Módulo 5. La redacción, clave del éxito para la eficacia de los planes de comunicación interna.

- 5.1. Manuales de estilo para las herramientas
 - 5.1.1. Contenidos básicos del manual
- 5.2. Soportes audiovisuales y multimedia
 - 5.2.1. Ventajas
 - 5.2.2. Tipologías
- 5.3. Cómo conseguir que nos lean
 - 5.3.1. Cualidades del lenguaje en la empresa
 - 5.3.2. Cómo escribir para los que nos leen

- 5.3.3. Cómo engancharles desde el principio
- 5.3.4. Claves para ser legible
- 5.3.5. Análisis de noticias
- 5.4. Cómo ordenar los contenidos
 - 5.4.1. Técnicas para encontrar las principales ideas
 - 5.4.2. Fases del proceso de escritura
 - 5.4.3. Análisis de noticias
- 5.5. Esquema de la noticia
 - 5.5.1. Titular, antetítulo, subtítulo
 - 5.5.2. Cuerpo de texto: entradilla, ladillos, entrecorillados
 - 5.5.3. Ejercicio: Redacción de titulares y entradillas
- 5.6. Redacción digital
 - 5.6.1. Nociones básicas de la redacción digital
 - 5.6.2. Textos e hipertextos

Módulo 6. Marketing interno.

- 6.1. Técnicas de marketing interno.
 - 6.1.1. Cómo realizar campañas internas
- 6.4. Marca interna.
 - 6.4.1. Evolución de mercado laboral
 - 6.4.2. Cómo posicionar nuestra marca
 - 6.4.3. Reputación corporativa y público interno
 - 6.4.5. Casos de éxito de celebración del aniversario de una marca como medio de crear “employer branding”
- 6.7. Portal del empleado y marketing interno
 - 6.7.1. Creación de una campaña de marketing interno en el portal
- 6.8. La televisión digital: información e imagen interna
 - 4.6.1 Cómo diseñar un canal interno de televisión
 - 4.6.2 Sistemas, estructura base y contenidos
- 6.9. El valor del compromiso social.
 - 6.8.1. Objetivos y funciones de la Responsabilidad Social Corporativa
 - 6.8.2. Cómo integrar al empleado
 - 6.8.3. El club del voluntariado

Módulo 7: La Comunicación Interna en los principales sectores profesionales.

- 7.1. La Comunicación interna en las Administraciones Públicas.

- 7.1.1. Evolución y situación actual: I Estudio de Comunicación Interna en la Administración Pública
- 7.1.2. Claves de la comunicación interna en la Administración
- 7.1.3 El Portal en las Administraciones Públicas
- 7.2. La Comunicación interna en entidades privadas
 - 7.2.1 Políticas de Comunicación Interna más comunes en el sector industrial
 - 7.2.2 Planes de comunicación y herramientas en pymes
 - 7.2.3. Comunicación interna 24 horas al día, 365 días al año

Módulo 8: La comunicación interna para la gestión del cambio.

- 8.1. La gestión de la incertidumbre
- 8.2. La comunicación interna en casos de crisis
- 8.3. Algunos casos de éxito

Certificado de Experto

CEPADE (Universidad Politécnica de Madrid) e Inforpress (consultora líder en comunicación) lanzan el curso de “Experto en Comunicación interna en las organizaciones”.

La certificación de la Fundación General de la Universidad Politécnica de Madrid CEPAD E y la experiencia de Inforpress de más de 20 años ofreciendo formación en comunicación, avalan este curso.

Los alumnos con titulación universitaria que realicen el curso y aprueben el Trabajo Final de Grado, recibirán la certificación CEPAD E (Universidad Politécnica de Madrid) de “Experto en Comunicación interna en las organizaciones” equivalente a un total de 250 horas o 15 ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System. Sistema Europeo de Transferencia y Acumulación de Créditos, en español y de acuerdo con lo establecido en Bolonia por la Unión Europea). Estos créditos pueden ser aplicados para la realización de un Programa de Especialista (completando con cursos hasta 27 ECTS) o Master (completando con cursos hasta 54 ECTS más un Proyecto Fin de Master) en CEPAD E.

Los alumnos sin titulación universitaria que deseen obtener el certificado de “Experto en Comunicación interna en las organizaciones”, deberán cursar otros 12 ECTS adicionales de entre la oferta de cursos CEPAD E para recibir el indicado certificado. Si no desean obtener el certificado de Experto, se les entregará uno Acreditativo de su participación en el Programa.

****Aviso**** Consulte las tasas de expedición del certificado de experto en la secretaría de CEPAD E (91 456 27 95).

Duración

Este curso de experto tiene una duración de 250 horas, correspondientes a 15 ECTS, que se desarrollarán entre el 4 de octubre de 2010 y mayo de 2011. Hasta el 6 de mayo de 2011 inclusive, se establece el plazo de entrega del proyecto de fin de curso.

Matrícula

El importe de la matrícula es de 2.550 euros, más 16% de IVA. La matrícula incluye los derechos de acceso a los contenidos de cada uno de los módulos, a la biblioteca virtual (artículos, guías, documentación), referencias bibliográficas específicas de cada tema y al servicio de apoyo y tutoría de profesores especializados, titulares de cada módulo.

Posibilidad de pagos fraccionados. Para consultar dichas condiciones, contacte con la secretaría técnica en el 91 564 07 25.

Inscripción.

La inscripción al curso y su pago podrá realizarse a través del sitio Web <http://www.audentiaformacion.com> o rellenando el formulario de inscripción para su envío por fax al 91.564.44.87.

Para más información, pueden contactar con Irene Maestre en el correo electrónico imaestre@udentia.es o en el teléfono 91.564.07.25.

Cambios

En ocasiones excepcionales, y por razones ajenas a nuestra voluntad, nos vemos en la necesidad de hacer variaciones en los programas.

Cancelaciones y sustituciones

Las inscripciones al curso de Experto en Comunicación Interna en las Organizaciones se considerarán formalizadas y su reserva de plaza estará asegurada, una vez realizado el pago de matrícula. En caso de cancelación de matrícula, deberá comunicarse por escrito. Únicamente se devolverá el importe de la inscripción en el caso de que este curso quede cancelado con al menos una semana laborable de antelación al inicio del curso; en cualquier caso, no se devolverá el 10% del importe de matrícula destinado a gastos de administración. Sólo se devolverá el importe total de la inscripción cuando Grupo Inforpress y CEPADE se viesen obligados a cancelar dicho curso.

Protección de datos

De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, le informamos que los datos personales facilitados en este formulario, van a ser incluidos en un fichero creado bajo la responsabilidad de GABINETE DE PRENSA INFORPRESS, S.L. Su finalidad es la gestión y control de la formación e informarle sobre otros cursos y servicios que puedan ser de su interés, por correo postal, electrónico y/o fax. Si no consiente el uso de los datos con la finalidad de informarle sobre nuestros cursos y servicios marque esta casilla .

Vd. podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndose por escrito: C/ Villarroel, 214, 1º2ª, 08036 Barcelona. La inscripción en un curso de formación supone la autorización por parte del asistente para que sus datos identificativos sean incluidos en un listado con el fin de controlar la asistencia al mismo.

www.inforpress.es

www.audentiaformacion.com

C/ Bueso Pineda, 12
28043 Madrid
Tel. 915 64 07 25

Para inspección postal

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

Fotocopie esta ficha tantas veces como necesite y envíela por fax al número: 915 644 487

DATOS DEL PARTICIPANTE

DNI/Pasaporte:
Nombre y Apellidos
Cargo Departamento
Teléfono e-mail

DATOS DE LA EMPRESA

Empresa
Dirección
Población Provincia
C.P.
CIF

DATOS DE ADMINISTRACIÓN

Responsable de administración
e-mail
Teléfono

FORMAS DE PAGO

Pago a través de www.audentiaformacion.com,

Talón nominativo a: G.P. Inforpress, S.L. (C/ Bueso Pineda, 12 - 28043 Madrid)

Transferencia bancaria al número de cuenta: La Caixa: 2100-1317-81-0200001647

Pago con tarjeta Visa:

Titular de la tarjeta Número de tarjeta _ _ _ _ _

Caduca _ _ / _ _ Fecha y firma

Protección de datos

De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, le informamos que los datos personales facilitados en este formulario, van a ser incluidos en un fichero creado bajo la responsabilidad de GABINETE DE PRENSA INFORPRESS, S.L. Su finalidad es la gestión y control de la formación e informarle sobre otros cursos y servicios que puedan ser de su interés, por correo postal, electrónico y/o fax. Si no consiente el uso de los datos con la finalidad de informarle sobre nuestros cursos y servicios marque esta casilla .

Vd. podrá ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndose por escrito: C/ Villarroel, 214, 1º2ª, 08036 Barcelona. La inscripción en un curso de formación supone la autorización por parte del asistente para que sus datos identificativos sean incluidos en un listado con el fin de controlar la asistencia al mismo.