

ESPECIALISTA EM COMUNICAÇÃO INTERNA NAS ORGANIZAÇÕES

Título atribuído pela CEPADE (Universidade Politécnica de Madrid)

250 horas (15 ECTS)

13 de Abril de 2009 – a Janeiro de 2010

Objectivos

- Compreender a necessidade de planear e integrar a comunicação interna dentro de uma estratégia empresarial.
- Aprender as bases e tendências da comunicação interna nas organizações.
- Conhecer e saber como utilizar os métodos de análise e diagnóstico da comunicação interna.
- Saber como desenvolver e validar o Plano de comunicação interna.
- Tomar consciência e conhecer os vários instrumentos de comunicação interna e as suas aplicações na organização.
- Aprender a utilizar eficazmente a linguagem escrita para chegar aos públicos internos.
- Conhecer as estratégias e instrumentos mais eficazes para envolver o público interno.
- Analisar as bases da estratégia de comunicação interna nos diversos sectores.

Professores:

Ana Moreno, Professora da UPM. Engenheira Industrial, Doutorada em Psicologia Social e das Organizações.

Ángel Mahou, Director do Departamento de Desenvolvimento de Recursos Humanos da Rede Eléctrica. Engenheiro Industrial pela ETSIIM e PDD pelo IESE.

António Rodrigo, Director de Comunicação Interna do Grupo Inforpress.

Licenciado em Ciências da Informação pela Universidade Complutense de Madrid e Master em Jornalismo Profissional da Imprensa Espanhola e da UCM.

Betsana Peña, Responsável de e-comunicação do Grupo Inforpress. Licenciada em Comunicação Social. Master em Informação Económica da UCM e doutoramento em Organização e Gestão de Empresas.

Cristina Sagredo, Responsável de comunicação, sector energia de Siemens. Licenciada em psicologia pela Universidade Pontifícia de Comillas, Master em Direcção de Recursos Humanos por CESEM, e Master em Desenvolvimento Directivo pela Universidade de Alcalá de Henares.

Esther Castaño, Directora de Comunicação Interna da Iberdrola desde o ano de 2003. Licenciada em CC. da Informação (Jornalismo), pela Universidade CEU San Pablo e licenciada em Sociologia, pela Universidade Nacional de Educação à Distância. Master em Gestão Comercial e Marketing, pela escola de negócios ESEM e Master em Recursos Humanos Executive, pelo ICADE.

M^a Ángeles Huerta, Profesora da UPM. Responsável de comunicação e marketing de Bodega Vihucas. Professora associada na Escola Técnica Superior de Engenheiros Industriais da UPM (Engenharia da organização).

María del Barco, responsável de Investigação da Inforpress. Licenciada em Sociologia pela Universidade Complutense e técnica superior em Gestão Comercial e Marketing.

Santiago Herrero Villa, professor de CEPADE (Área de relações com a UE). Licenciado em CCII pela UCM. Jornalista e consultor independente em Comunicação para o desenvolvimento.

Yolanda Domingo, directora de publicações do Grupo Inforpress. Licenciada em Ciências da Informação pela UCM e Master em informação económica da APIE.

Metodologia

Trata-se de um programa em formato e-learning, o que permite ao aluno trabalhar com total flexibilidade de horários e localização. Através da plataforma virtual da CEPADE, o aluno acede a toda a documentação necessária para o estudo de cada um dos módulos. Tem à sua disposição um tutor em cada um dos módulos, a quem pode dirigir as suas dúvidas.

Cada módulo inclui:

- Material de estudo, em formato pdf, que o aluno pode descarregar desde a plataforma virtual.
- Exercícios de revisão e Questionários de Controle (imprescindíveis para passar de um módulo ao outro).
- Bibliografia recomendada.
- Casos práticos.

No final de cada módulo, os alunos deverão realizar um trabalho final seguindo as instruções do(s) tutores(es).

No final do curso, os alunos devem realizar, seguindo as instruções dos coordenadores do curso, um Trabalho Final que consiste no planeamento de uma estratégia completa de Comunicação Interna adaptada ao meio empresarial. Os participantes recebem a indicação de possíveis entidades onde devem realizar as tarefas de investigação sectorial e de mercado necessárias para planear uma estratégia de Comunicação Interna adequada e eficaz.

Os módulos estão desenvolvidos em Espanhol mas os alunos portugueses poderão enviar as suas questões em Português e interagir desta forma com o(s) tutor(es) no fórum.

A quem se destina?

O Programa '**Especialista em Comunicação Interna**' é dirigido às pessoas que estão envolvidas profissionalmente no planeamento, implantação ou seguimento de estratégias e políticas de comunicação na empresa e que pretendem aprofundar os conteúdos teórico-práticos desta área.

Módulo 1. As bases da comunicação interna nas organizações.

1.1. Aspectos fundamentais das organizações

- 1.1.1. A mudança nas organizações.
- 1.1.2. Tipos de empresas e estrutura organizativa.

1.2. O factor humano na empresa

- 1.2.1. Modelos de liderança e direcção.
- 1.2.2. Valores e prioridades dos colaboradores na empresa.
- 1.2.3. Papel estratégico dos quadros intermédios.

1.3. A rentabilidade empresarial e a comunicação

- 1.3.1. Impacto da comunicação na empresa.
- 1.3.2. Tipos de informação na organização.

1.3.3. Sistema de fluxos de informação nas organizações.

1.4. Tendências em Comunicação Interna

1.4.1. Comunicação interna: o valor dos intangíveis.

1.4.2. Objectivos da comunicação interna numa organização.

1.4.3. A integração da comunicação interna com o plano estratégico de negócio.

Módulo 2. Métodos de análise e diagnóstico da comunicação interna.

2.1. Estudos de comunicação interna: fundamento e estrutura

2.1.1. A importância de escutar e diagnosticar para estabelecer estratégias eficazes de comunicação interna.

2.1.2. Variáveis essenciais para a medição.

2.1.3. Tipologias de estudos. Impacto de cada um.

2.1.4. O papel do investigador neste processo.

2.2. Estudos quantitativos

2.2.1. Tipologia e características.

2.2.2. Instrumentos para fazer um estudo útil e fiável. Questionários.

2.2.3. Aspectos positivos e limitações de este tipo de estudo.

2.3. Fase qualitativa

2.3.1. Características das técnicas qualitativas.

2.3.2. Instrumentos para realizar este estudo e como aplicá-los.

2.3.3. Truques para fomentar a participação dos principais envolvidos no estudo.

2.4. Auditoria visual e documental

2.4.1. Tudo comunica: auditoria visual.

2.4.2. Fundamentos da investigação documental.

2.4.3. Variáveis a medir neste estudo.

2.4.4. Como auditar a intranet/portal do colaborador

2.5. Outros instrumentos de investigação

2.5.1. O benchmarking: interno e externo.

2.5.2. Caixas de sugestões e o canal ascendente.

Módulo 3. Planificação estratégica da comunicação interna e a sua adaptação à realidade da empresa.

3.1. Elaboração do Plano de Comunicação Interna

3.1.1. Conceito e dimensões do plano de comunicação interna.

3.1.2. Definição de objectivos.

- 3.1.3. Definição de papéis e responsabilidades dos princípios envolvidos.
- 3.1.4. Exemplos práticos de planos de comunicação.
- 3.2. Definição de um plano de acções de acordo com os objectivos do Plano de Comunicação Interna
 - 3.2.1. Planificação de acções.
 - 3.2.2. Conformidade de equipas de apoio: conselho assessor e rede de correspondentes.
- 3.3. Avaliação e follow-up do Plano de Comunicação
 - 3.3.1. Estabelecimento de indicadores e categorias.
 - 3.3.2. Metodologia de follow-up
 - 3.3.3. Correção de desvios.
- 3.4. Resolução de problemas de comunicação interna
 - 3.4.1. A integração de culturas em fusões e aquisições.
 - 3.4.2. A liderança dos managers. Envolvimento dos quadros intermédios.
 - 3.4.3. A comunicação como estratégia.
 - 3.4.4. A actuação em crise.
 - 3.4.5. Os instrumentos como suporte da comunicação interna.

Módulo 4: Instrumentos eficazes para a comunicação interna.

- 4.1. Suportes de comunicação
 - 4.1.1. Primeira aproximação conceptual aos instrumentos de comunicação interna.
 - 4.1.2. A aplicação das novas tecnologias na comunicação interna como suporte.
- 4.2. O canal interpessoal
 - 4.2.1. A comunicação em 'cascata'.
- 4.3. Revista Interna
 - 4.3.1. Definição dos objectivos da revista interna.
 - 4.3.2. Conteúdos universais da revista.
 - 4.3.3. Estabelecimento de processos de trabalho.
 - 4.3.4. Organização do trabalho na revista.
 - 4.3.5. Redacção eficaz da revista interna.
- 4.4. Portal do Colaborador
 - 4.4.1. O novo Portal do Colaborador.
 - 4.4.2. Responsável do Portal: é necessário um comité específico?
 - 4.4.3. Tendências consolidadas do portal do colaborador.
 - 4.4.4. O e-learning através do Portal.

- 4.4.5. Acessibilidade.
- 4.4.6. Desenho gráfico do portal.
- 4.5. Os blogs como instrumento de diálogo entre a empresa e os seus públicos
 - 4.5.1. Aproximação aos blogs.
 - 4.5.2. Como colocar em prática um blog corporativo.
 - 4.5.3. Os blogs na comunicação interna.
- 4.6. A televisão digital: informação e imagem interna
 - 4.6.1 Como implementar um canal interno de televisão.
 - 4.6.2 Sistemas, estrutura base e conteúdos.

Módulo 5. A redacção, fundamental para a eficácia dos planos de comunicação interna.

- 5.1. Manuais de estilo para os instrumentos
 - 5.1.1. Conteúdos básicos do manual.
- 5.2. Suportes audiovisuais e multimédia
 - 5.2.1. Vantagens.
 - 5.2.2. Tipologias.
- 5.3. Como conseguir que nos leiam?
 - 5.3.1. Qualidades da linguagem na empresa.
 - 5.3.2. Como escrever para quem nos lê.
 - 5.3.3. Como convencer desde o início.
 - 5.3.4. Características para ser legível.
 - 5.3.5. Análise de notícias.
- 5.4. Como ordenar os conteúdos
 - 5.4.1. Técnicas para encontrar as principais ideias.
 - 5.4.2. Fases do processo de escrita.
 - 5.4.3. Análise de notícias.
- 5.5. Esquema da notícia
 - 5.5.1. Título, ante-título, sub-título.
 - 5.5.2. Corpo de texto
 - 5.5.3. Exercício: Redacção de títulos
- 5.6. Redacção digital
 - 5.6.1. Noções básicas da redacção digital.
 - 5.6.2. Textos e hipertextos.

Módulo 6. Marketing interno.

6.1. Técnicas de marketing interno

6.1.1. Como realizar campanhas internas.

6.4. Marca interna

6.4.1. Evolução do mercado laboral.

6.4.2. Como posicionar a nossa marca.

6.4.3. Reputação corporativa e público interno.

6.4.5. Casos de êxito de comemoração de aniversário de uma marca como meio de criar “employer branding”

6.7. Portal do colaborador e marketing interno

6.7.1. Criação de uma campanha de marketing interno no portal.

6.8. O valor do compromisso social .

6.8.1. Objectivos e funções de Responsabilidade Social Corporativa.

6.8.2. Como integrar o colaborador.

6.8.3. O clube de voluntariado.

Módulo 7: A Comunicação Interna nos principais sectores profissionais.

7.1. A Comunicação interna nas Administrações Públicas.

7.1.1. Evolução e situação actual: I Estudo de Comunicação Interna na Administração Pública.

7.1.2. A comunicação interna na Administração Pública.

7.1.3 O Portal na Administração Pública.

7.2. A Comunicação interna em entidades privadas.

7.2.1 Políticas de comunicação interna mais comuns no sector industrial.

7.2.2 Planos de comunicação e instrumentos em PME'S.

7.2.3. Comunicação interna 24 horas por dia, 365 dias por ano.

Módulo 8: A comunicação interna para a gestão da mudança.

8.1. A gestão da incerteza.

8.2. A comunicação interna em caso de crise.

8.3. Alguns casos de êxito.

Título

Os alunos com grau académico superior que realizem o curso e obtenham aprovação no Projecto Final, obtêm o título CEPADE (Universidade Politécnica de Madrid) de Especialista “em Comunicação Interna nas organizações” equivalente a um total de 15 ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System em espanhol e de acordo com o estabelecido em Bolonha pela União Europeia). Estes créditos podem ser aplicados para a realização de um Programa de Especialista (complementando com cursos até 27 ECTS) ou Master (complementando com cursos até 54 ECTS mais um Projecto Final de Master) em CEPADE.

Os alunos sem grau académico superior que pretendam obter o Título de Especialista “em Comunicação Interna nas organizações”, devem cursar outros 12 ECTS adicionais dentro da oferta de cursos CEPADE para receber o devido Título. Caso não pretendam obter o Título de Especialista, será entregue um Certificado Comprovativo da sua participação no Programa.

Duração

Este curso de especialista tem uma duração de 250 horas, correspondentes a 15 ECTS, que se desenvolvem entre 13 de abril de 2009 e Janeiro de 2010. Até dia 29 de Janeiro de 2010 inclusive, estabelece-se o prazo de entrega do projecto de fim de curso.

Matrícula

O valor da matrícula é de 2.550 euros, mais 16% de IVA. A matrícula inclui os direitos de acesso aos conteúdos de cada um dos módulos, à biblioteca virtual (artigos, guias, documentação), referências bibliográficas específicas de cada tema e ao serviço de apoio e acompanhamento de professores/tutores especializados, responsáveis por cada módulo.

Facilidades de pagamento. Para consultar estas condições, contacte o nº + 034 91 564 07 25.

Inscrição

A inscrição e pagamento do curso podem realizar-se através da Web em <http://www.audentiaformacion.com> ou através do preenchimento de um formulário de inscrição e posterior envio por fax para + 034 91564 44 87.

Para mais informação, pode contactar Irene Maestre através do e-mail imaestre@audentia.es ou pelo telefone + 034 91 564 07 25.

Alterações

Em situações excepcionais, e por motivos alheios à nossa vontade, podemos ter a necessidade de proceder a alterações no programa.

Cancelamentos e substituições

As inscrições no curso de **Especialista em Comunicação Interna nas Organizações** são consideradas formalizadas e a sua reserva fica assegurada, uma vez realizado o pagamento da matrícula. Em caso de cancelamento da matrícula, o mesmo deve ser comunicado por escrito. Apenas devolvemos o valor da inscrição no caso deste curso ser cancelado com uma semana de antecedência face ao seu início. Em quaisquer outras circunstâncias, não são devolvidos 10% do valor da matrícula destinados a gastos administrativos. O valor total da inscrição será devolvido na totalidade, apenas no caso em que o Grupo Inforpress e a CEPADE se vejam obrigados a cancelar este curso.

Protecção de dados

De acordo com a Lei Orgânica 15/1999, informamos que os dados pessoais facilitados neste formulário, vão ser incluídos num ficheiro criado sob a responsabilidade do GABINETE DE IMPRENSA INFORPRESS, S.L. A sua finalidade é a gestão e controle da formação e informação sobre outros cursos e serviços que possam ser do seu interesse, por correio postal, electrónico e/ou fax. Se não permite o uso dos dados com a finalidade de o informar sobre os nossos cursos e serviços assinale aqui.

Pode exercer os direitos de acesso, rectificação, cancelamento e oposição dirigindo-se por escrito para: C/ Villarroel, 214, 1º2ª, 08036 Barcelona. A inscrição num curso de formação supõe a autorização por parte do assistente para que seus dados identificativos sejam incluídos numa listagem com o fim de controlar a assistência ao mesmo.

www.inforpress.es
www.audentiaformacion.com

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

Para inspeção postal



BOLETÍN DE INSCRIÇÃO

Fotocopie esta ficha e envie por fax para o número: +034 915 644 487

DADOS DO PARTICIPANTE

BI/Passaporte:

Nome e Apelidos:

Cargo Departamento:

Telefone e e-mail:

DADOS DA EMPRESA

Empresa:

Morada:

Localidade:

C.P. :

Nº Contribuinte:

FORMAS DE PAGAMENTO

Pagamento através de www.audentiaformacion.com,

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

Transferência bancária para o número de conta: La Caixa: 2100-1317-81-0200001647

Pagamento com cartão Visa:

Titular do cartão Número de cartão _____

Validade __ / __ Data e empresa