

Diplomado

Comunicación Empresarial Estratégica

La situación actual en el campo empresarial exige estrategias de comunicación inteligentes dirigidas a los distintos públicos de la organización, haciendo uso de las distintas tecnologías y medios de comunicación.

El diplomado permite al participante conocer las ventajas y beneficios que ofrece la implementación de distintas estrategias que contemplan la aplicación de las más avanzadas tecnologías de información.

Objetivo General:

Obtener los conocimientos, herramientas y habilidades necesarias para definir, ejecutar y evaluar el desarrollo de un programa Integral de Comunicación Empresarial que contemple, el uso de las más eficientes estrategias destinadas al desarrollo de acciones comunicativas, que faciliten la relación tanto con los públicos internos como con los externos.

Dirigido a:

Estudios de licenciatura en comunicación, relaciones públicas, mercadotecnia, publicidad, periodismo, administración, ciencias políticas, sociología, psicología organizacional, recursos humanos. Subdirectores, directores, vicepresidentes y presidentes de áreas de comunicación y/o relaciones públicas, consultores independientes.

Contenido:

Módulo: 1

Comunicaciones digitales de nueva generación.

El alumno podrá diseñar, desarrollar y evaluar efectivas estrategias de comunicación utilizando las nuevas tecnologías, en concreto los blogs. Con esta nueva herramienta, el alumno será capaz de construir un blog y ser productor de sus propios contenidos tanto personales como corporativos, logrando un mayor acercamiento a sus públicos.

Temario

1. Los blogs en los nuevos escenarios comunicativos.
2. Tipología de blogs corporativos.
3. Blogs para la comunicación interna y externa.
4. Aplicaciones prácticas.

Duración: 12 horas

Módulo: 2

Nuevas tecnologías de información en el desarrollo de la comunicación empresarial estratégica.

El alumno conocerá cuáles son las avanzadas tecnologías de información que admiten un empleo estratégico en la gestión de la comunicación empresarial de grandes corporativos.

Temario

1. La comprensión del entorno actual.
2. De la organización tecnológica a la organización digital.
3. Internet como impulsor de cambio para la transformación organizacional.
4. Marketing estratégico para la era digital.
5. Modelos de negocios.
6. Tecnologías de información para la administración del conocimiento en las organizaciones.

Duración: 12 horas

Módulo: 3

Imagen pública.

El participante reconocerá la importancia de la imagen pública en la gestión de la comunicación empresarial estratégica.

Temario

1. La importancia de la imagen pública.
2. El concepto de imagen /percepción.
3. Condiciones para crear una imagen.
4. Metodología para la definición y producción de la imagen.
5. Auditoría de imagen.
6. Tipos de imágenes /imágenes subordinadas.
7. La imagen personal y la imagen institucional.

Duración: 12 horas

Módulo: 4

La comunicación productiva

El participante conocerá las teorías y conceptos de la comunicación productiva, los cuales representan uno de los marcos referenciales más importantes hoy en día para el estudio de la comunicación organizacional.

Temario

1. La comunicación en la empresa como función estratégica
2. Su planeación en sistemas organizacionales.
3. Benchmarking en comunicación interna
4. Comunicar en tiempos de cambio
5. Aplicaciones prácticas

Duración: 12 horas

Módulo: 5

Relaciones públicas.

El participante reconocerá la importancia de las relaciones públicas en las organizaciones.

Temario

1. Relaciones públicas: una necesidad de las organizaciones.
2. El área interna y el outsourcing para desarrollar la función de relaciones públicas.
3. Interacción con audiencias clave.
4. Nuevos horizontes en las relaciones públicas.

Duración: 12 horas

Módulo: 6

Comunicación en escenarios y situaciones de crisis.

El participante reconocerá la importancia de elaborar, como parte de la gestión comunicativa estratégica ordinaria, planes orientados a anticipar y reaccionar positivamente ante posibles escenarios y situaciones críticas.

Temario

- La importancia de anticipar las crisis.
 - Diagnóstico y reconocimiento de nuestras vulnerabilidades.
 - Tipología de posibles crisis.
 - La conformación de equipos expertos en el manejo de crisis.
1. La importancia del seguimiento noticioso en las situaciones de crisis.
 2. Las acciones comunicativas para el manejo de la comunicación en situaciones de crisis.
 3. Evaluación, aprendizaje y la necesidad de emprender los ajustes pertinentes.

Duración: 12 horas

Módulo: 7

Cabildeo

El participante reconocerá al cabildeo como una de las actividades más importantes y especializadas de la comunicación empresarial estratégica.

Temario

1. La industria del cabildeo en México.
2. Importancia del cabildeo en las relaciones entre gobiernos.
3. Importancia del cabildeo con las autoridades gubernamentales.
4. Importancia del cabildeo con diputados y senadores.
5. El cabildeo en las relaciones entre partidos políticos.
6. Metodología, técnicas de persuasión y negociación.

Duración: 12 horas

Módulo: 8

Media Training

Utilizar técnicas y protocolos de presentación de mensajes clave a medios impresos y electrónicos. Optimizar las interacciones con la prensa controlando posibles confrontaciones y desarrollar rapport con los periodistas. Optimizar las oportunidades de prensa convirtiendo las preguntas hostiles en respuestas prepositivas.

Temario

1. Panorama de los medios de comunicación en México
2. Los mensajes clave: institucionales y coyunturales
3. Características del vocero oficial
4. Técnicas de la entrevista
5. Transiciones y señales
6. Modelos para el manejo de entrevistas difíciles
7. Entrevista radiofónica y televisiva
8. Comunicación no verbal en la televisión
9. Decálogo para el trato con periodistas

Duración: 12 horas

Informes e inscripciones:

Centro de atención norte en la zona metropolitana.

Teléfono: 01 (55) 5864.5758

Fax: 01 (55) 5864.5798 ó 5864.5796

actualiza.cem@servicios.itesm.mx