ABIRE
FORMACIÓN

Comunicación Interna

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 20 H

OBJETIVOS

- Conocer los fundamentos de la comunicación para reconocer la necesidad de la comunicación en la organización.
- Saber reconocer la CI como base de la gestión empresarial para incorporarla a los procesos empresariales.
- Entender el papel del responsable de CI para mejorar la implicación de los empleados.
- Saber hacer un plan de comunicación interna para implementarlo en la organización.
- Dominar el uso de las redes sociales para aplicarlo al desarrollo de la CI en la organización.
- Conocer las implicaciones del concepto para concienciar a los empleados de su necesidad.

CONTENIDOS

UD1. Fundamentos de la Comunicación.
1.1. Fundamentos de la Comunicación.
1.1.1. Concepto de comunicación.
1.2. Elementos de la comunicación.
1.3. Breve enunciado de teorías de la comunicación.

UD2. Contabilidad.
2.1. Conceptualización de la comunicación interna.
2.1.1. ¿Qué es la Comunicación Interna?
2.1.2 La importancia de la Comunicación Interna.
2.1.3 La comunicación interna y su impacto en la organización.
2.2. El responsable de comunicación interna.
2.2.1 Objetivos de un responsable de comunicación interna.
2.2.2 Habilidades del responsable de comunicación interna.
2.3. ¿Qué no es la comunicación interna?

UD3. El plan de Comunicación Interna.
3.1. Plan de comunicación interna.
3.1.1 Diagnosticar las necesidades de comunicación interna.
3.2. Identificar la misión, la visión y los valores de una empresa.
3.3. Las fases del plan de comunicación: analítica, estratégica y táctica.
3.4. El plan de comunicación interna: DAFO y CAME.
3.5. El plan de comunicación interna: Definir el público y trazar objetivos SMART.
3.6. El plan de comunicación interna: KPIs básicos a tener en cuenta.
3.7. Requisitos y alineación del plan con otros elementos de la organización.
3.8. Implementar un plan de comunicación interna.

UD4. La comunicación como elemento de estrategia empresarial.
4.1. La comunicación interna como parte de un proyecto global de organización.
4.1.1 La organización. Un proyecto común.
4.2. La comunicación interna, parte del proyecto global.
4.2.1 Involucrar a todos los niveles en la comunicación interna.
4.2.2 La comunicación interna ante situaciones de crisis.
4.2.3 Credibilidad y comunicación interna.
4.3. Concepto de cultura corporativa y su importancia en la comunicación interna.

UD5. Redes sociales y comunicación interna.
5.1. Estrategias de comunicación interna basadas en social media.
5.2. Manuales de uso de redes sociales para empleados.
5.2.1 ¿Qué beneficios puede aportar una política de redes sociales para empleados?
5.3. Las herramientas 2.0 en los procesos críticos internos.
5.4. Intranet, renovando un clásico en la filosofía 2.0.
5.5. La formación en la creación de un ecosistema de comunicación interna.
5.6. ¿Comunicación interna o conversación interna?

UD6. Internal branding.
6.1. Internal branding. Un concepto novedoso.
6.1.1 Concepto de internal branding.
6.2. Marketing y comunicación interna.
6.3. Medir el internal branding.