

REDES SOCIALES EN LA COMUNICACION INTERNA DE LA EMPRESA

Objetivos

1. 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.
2. Saber hacer un plan de comunicación interna para implementarlo en la organización.
3. Dominar el uso de las redes sociales para aplicarlo al desarrollo de la CI en la organización.

Parámetros de evaluación

1. Diferenciar la CI de otros tipos de comunicación.
2. Reconocer los objetivos de un responsable de comunicación interna.
3. Reconocer los elementos básicos de la CI.
4. Definir una estrategia de comunicación basada en la misión y visión de una organización.
5. Desarrollar un plan de CI.
6. Diferenciar redes de uso personal de las de uso laboral.
7. Desarrollar las redes sociales de uso laboral.
8. Adaptar contenidos al ámbito laboral (curación).

Programa

Unidad 1. Conceptualización de la Comunicación Interna.

1. Conceptualización de la comunicación interna.
 - 1.1 ¿Qué es la Comunicación Interna?
 - 1.2 La importancia de la Comunicación Interna.
 - 1.3 La comunicación interna y su impacto en la organización.
2. El responsable de comunicación interna.
 - 2.1 Objetivos de un responsable de comunicación interna.
 - 2.2 Habilidades del responsable de comunicación interna.
3. ¿Qué no es la comunicación interna?

Unidad 2. El plan de Comunicación Interna.

1. Plan de comunicación interna.
 - 1.1 Diagnosticar las necesidades de comunicación interna.
2. Identificar la misión, la visión y los valores de una empresa.
3. Las fases del plan de comunicación: analítica, estratégica y táctica.
4. El plan de comunicación interna: DAFO y CAME.
5. El plan de comunicación interna: Definir el público y trazar objetivos SMART.
6. El plan de comunicación interna: KPIs básicos a tener en cuenta.
7. Requisitos y alineación del plan con otros elementos de la organización.
8. Implementar un plan de comunicación interna.

Unidad 3. Redes sociales y comunicación interna.

1. Estrategias de comunicación interna basadas en social media.
2. Manuales de uso de redes sociales para empleados.
 - 2.1 ¿Qué beneficios puede aportar una política de redes sociales para empleados?
3. Las herramientas 2.0 en los procesos críticos internos.
4. Intranet, renovando un clásico en la filosofía 2.0.
5. La formación en la creación de un ecosistema de comunicación interna.
6. ¿Comunicación interna o conversación interna?

Material desarrollado por

Francisco Javier Cristófol Rodríguez

DOCTOR EN COMUNICACIÓN

Experiencia profesional

Consultor Independiente de Comunicación (Freelance) 2008 - Actualidad.

Responsable de Comunicación (Educsi - Educación Jesuita) 2017 - 2019.

Responsable de Comunicación (Escuela de Negocios ESIC Málaga) 2011 - 2015.

Colaborador (Diario ABC) 2013 - 2015.

Gestión de Contenidos en Redes Sociales (Los 40 Principales) 2010 - 2013.

Competencia docente

Profesor Adjunto Comunicación y Educación (Universidad Loyola).

Profesor Investigación, Financiación y Políticas (MEDAC).

Profesor Universitario de Grado en Marketing Digital y Modelos de Negocios (ESIC Business & Marketing School).

Profesor Universitario de Grado en Comunicación y Marketing Digital, Director y Evaluador de TGM y TFM (UNIR, Universidad Internacional de la Rioja).

Profesor en Fundación Educativa Jesuitinas.

Formación académica

Doctor en Comunicación y Medios (Universidad de Málaga).

Grado en Periodismo (Universidad de Málaga).

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Málaga).

Máster Gestión Comercial y Dirección de Marketing (ESIC).

Máster en Periodismo Universidad San Pablo CEU.

Fundamentos del Aprendizaje Cooperativo (University of Minnesota).