

Redes Sociales en la Comunicación Interna de la Empresa

Código del curso: PH02B09C04

Horas: 15

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PH02B09C04

1. Conceptualización de la Comunicación Interna.
 - 1.1 Conceptualización de la comunicación interna.
 - 1.2 ¿Qué es la Comunicación Interna?
 - 1.3 La importancia de la Comunicación Interna.
 - 1.4 La comunicación interna y su impacto en la organización.
 - 1.5 El responsable de comunicación interna.
 - 1.6 Objetivos de un responsable de comunicación interna.
 - 1.7 Habilidades del responsable de comunicación interna.
 - 1.8 ¿Qué no es la comunicación interna?

2. El plan de Comunicación Interna.
 - 2.1 Plan de comunicación interna.
 - 2.2 Diagnosticar las necesidades de comunicación interna.
 - 2.3 Identificar la misión, la visión y los valores de una empresa.
 - 2.4 Las fases del plan de comunicación: analítica, estratégica y táctica.
 - 2.5 El plan de comunicación interna: DAFO y CAME.
 - 2.6 El plan de comunicación interna: Definir el público y trazar objetivos SMART.
 - 2.7 El plan de comunicación interna: KPIs básicos a tener en cuenta.
 - 2.8 Requisitos y alineación del plan con otros elementos de la organización.
 - 2.9 Implementar un plan de comunicación interna.

3. Redes sociales y comunicación interna.
 - 3.1 Estrategias de comunicación interna basadas en social media.
 - 3.2 Manuales de uso de redes sociales para empleados.
 - 3.3 ¿Qué beneficios puede aportar una política de redes sociales para empleados?
 - 3.4 Las herramientas 2.0 en los procesos críticos internos.
 - 3.5 Intranet, renovando un clásico en la filosofía 2.0.
 - 3.6 La formación en la creación de un ecosistema de comunicación interna.
 - 3.7 ¿Comunicación interna o conversación interna?

¿Qué aprenderás?

Diferenciar la CI de otros tipos de comunicación.

Reconocer los objetivos de un responsable de comunicación interna.

Reconocer los elementos básicos de la CI.

Definir una estrategia de comunicación basada en la misión y visión de una organización.

Desarrollar un plan de CI.

Diferenciar redes de uso personal de las de uso laboral.

Desarrollar las redes sociales de uso laboral.

Adaptar contenidos al ámbito laboral (curación).