

# Propuesta de capacitación

## Curso “Comunicación Corporativa Estratégica”



Modalidad presencial o en línea

- A. Objetivo
- B. Plan de trabajo
- C. Propuesta formativa
- E. Inversión



## A. Objetivo



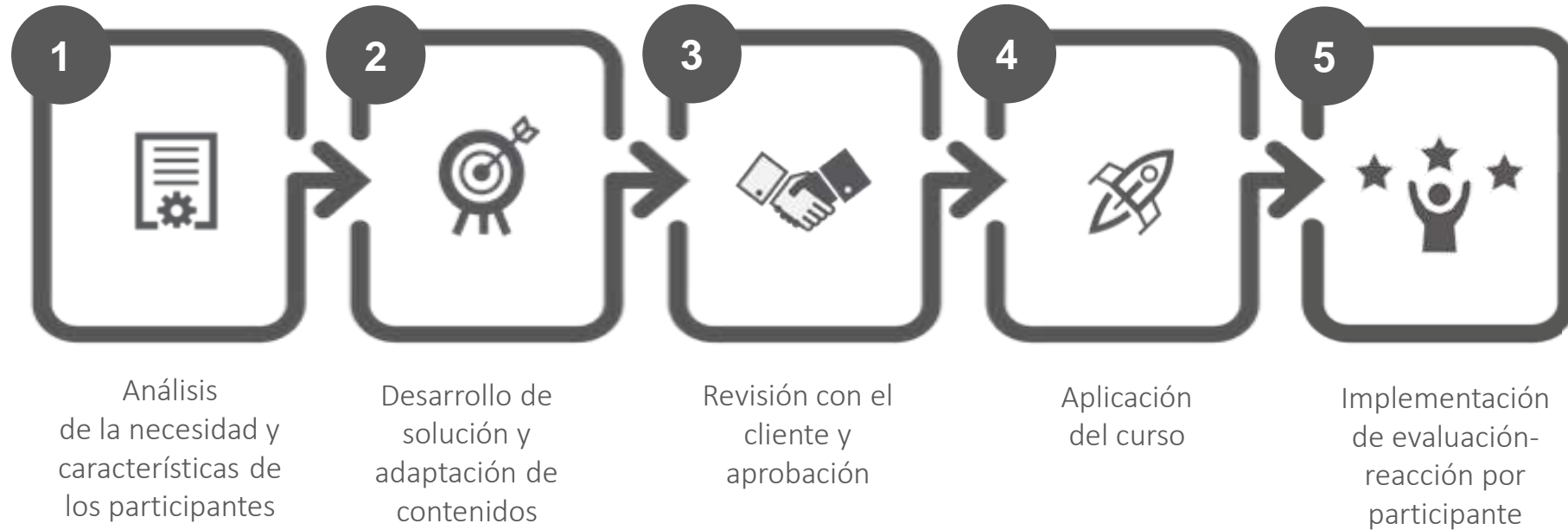
El objetivo del curso es brindar los conocimientos para la gestión de una comunicación integral y efectiva en la organización, a través del cuidado de la identidad corporativa y el desarrollo de mensajes adecuados para las diversas audiencias de interés.

**“La comunicación humana es la clave  
del éxito personal y profesional”**  
*Paul J. Meyer*

## B. Plan de trabajo

**PLAN**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.



## C. Propuesta formativa



1

**Módulo 1:**  
Qué es la Comunicación  
Corporativa

2

**Módulo 2:**  
Identidad Corporativa

3

**Módulo 3:**  
Comunicación  
Interna

4

**Módulo 4:**  
Comunicación Externa  
y Relaciones Públicas

5

**Módulo 5:**  
Responsabilidad  
Social Corporativa

6

**Módulo 6:**  
Manejo de Crisis  
Corporativas

7

**Módulo 7:**  
Marca  
Empleadora

8

**Módulo 8:**  
Comunicación  
Digital



## Módulo 1:

### “Qué es la Comunicación Corporativa”

#### Objetivo del módulo:

Conocer qué es y en qué consiste la Comunicación Corporativa, en busca de asegurar la implementación de planes integrales y efectivos en la organización.

#### Contenido temático:

- 1 Qué es la Comunicación Corporativa.
- 2 Áreas de influencia de la Comunicación Corporativa.
- 3 Funciones y no funciones de la Comunicación Corporativa.
- 4 Establecimiento de procesos para una comunicación efectiva.
- 5 Los líderes como principales comunicadores corporativos.
- 6 Importancia de la medición de efectividad de la comunicación.
- 7 Desarrollo de planes de Comunicación Corporativa integrales.

## Módulo 2:

### “Identidad Corporativa”

#### Objetivo del módulo:

Aprender la importancia del desarrollo, posicionamiento y cuidado de la identidad corporativa.

#### Contenido temático:

- 1 Identidad vs. imagen de marca.
- 2 Desarrollo de manual de uso de marca.
- 3 Cultura corporativa.
- 4 El área de Comunicación como guardián de la marca.

## Módulo 3: “Comunicación Interna”

### Objetivo del módulo:

Aprender los pasos principales para implementar estrategias de comunicación interna basadas en los objetivos de negocio y el plan central de comunicación corporativa.

### Contenido temático:

- 1 Diagnóstico de comunicación.
- 2 Establecimiento de un plan anual de comunicación interna.
- 3 Medios de comunicación interna.
- 4 Comunicación vivencial.
- 5 Retroalimentación y escucha activa.
- 6 Involucramiento de líderes en la comunicación interna.
- 7 Medición de efectividad de la comunicación interna.

## Módulo 4: “Comunicación Externa y Relaciones Públicas”

### Objetivo del módulo:

Conocer en qué consiste la comunicación externa y qué herramientas son útiles para su adecuada gestión.

### Contenido temático:

- 1 Desarrollo de un plan de comunicación externa.
- 2 Selección y manejo de medios.
- 3 Relación con medios.
- 4 Preparación de voceros.
- 5 Creación de materiales de comunicación externa.

## Módulo 5:

### “Responsabilidad Social Corporativa”

#### Objetivo del módulo:

Identificar la relevancia de la responsabilidad social como herramienta de comunicación corporativa para el posicionamiento de la identidad de marca.

#### Contenido temático:

- 1 El papel de la responsabilidad social y su relación con la identidad corporativa.
- 2 Desarrollo de un plan de responsabilidad social.
- 3 Involucramiento de los colaboradores en las acciones de responsabilidad social.
- 4 Medición de impacto.
- 5 Contacto y negociación con instituciones.
- 6 Programas de certificación en responsabilidad social.

## Módulo 6:

### “Comunicación de Crisis”

#### Objetivo del módulo:

Establecer los mecanismos adecuados para la prevención, detección y el manejo de crisis corporativas.

#### Contenido temático:

- 1 Desarrollo del manual de manejo de crisis.
- 2 Diseño del comité de crisis corporativa.
- 3 Definición de temáticas de crisis corporativa.
- 4 Monitoreo proactivo de crisis.
- 5 Protocolo de actuación en caso de crisis.
- 6 Plan de seguimiento en caso de crisis.
- 7 Análisis de impacto y resultados tras la crisis.

## Módulo 7: “Marca Empleadora”

### Objetivo del módulo:

Conocer qué es una marca empleadora y cuáles son las herramientas para generar una estrategia adecuada alineada con la identidad corporativa.

### Contenido temático:

- 1 Qué es la marca empleadora.
- 2 Análisis inicial de posicionamiento de marca empleadora.
- 3 Desarrollo de una estrategia de marca empleadora.
- 4 Propuesta de valor del empleado.
- 5 Atracción de talento y experiencia del candidato.
- 6 Embajadores de marca.
- 7 Diseño de una campaña de marca empleadora efectiva.

## Módulo 8: “Comunicación Digital”

### Objetivo del módulo:

Aprender qué es la comunicación online y cómo establecerla de manera efectiva a través de los medios digitales.

### Contenido temático:

- 1 Qué es la comunicación digital.
- 2 Importancia de la reputación en medios digitales.
- 3 Herramientas de comunicación digital.
- 4 Manejo de redes sociales.
- 5 Actividades del Community Manager.
- 6 Seguimiento y medición de medios digitales.
- 7 Manejo de crisis en redes sociales.

## E. Inversión





## Curso “Comunicación corporativa estratégica”:

Costo por participante: \$9,600

### Incluye:

- Programa de 24 horas.
- Cuaderno de trabajo/contenidos.
- Certificado de finalización.

### Requerimientos:

- Entrega de manual de identidad corporativa y elementos gráficos a utilizar: logotipo del cliente, paleta de color, templates corporativos.
- Sala para la sesión o disponibilidad de red de internet estable para cada participante.

- Los costos de la presente cotización no incluyen el 16% de I.V.A.
- Forma de pago: 50% al inicio del proyecto, 50% restante al finalizar el proyecto.
- No incluye renta de salones, sistemas de audio y video, proyectores, alimentos ni bebidas.



Damos estructura a tus ideas



[daniela.paradela@aliadoscreativos.com.mx](mailto:daniela.paradela@aliadoscreativos.com.mx)

55 8532 8234