

CÓDIGO
02B09C02

DURACIÓN
20 horas

NIVEL DE FORMACIÓN
Medio

Dirigido a

Profesionales directivos, mandos intermedios, empresarios individuales, etc., poniendo especial énfasis en aquellos trabajadores que se responsabilicen de la gestión de los recursos humanos de una empresa.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá la importancia de la Comunicación Interna (CI) como base de la gestión empresarial, abarcando el papel del responsable para fomentar la implicación de los empleados, así como hacer un plan de comunicación interna y llevarlo a la práctica.

COMPETENCIAS

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.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

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.

CONTENIDOS

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.