

Programa Ejecutivo de Comunicación Interna y Cultura Organizacional

Módulo 1

Identidad, marca e imagen corporativa

Profesor:
Joan Costa



La diferencia competitiva ya no pueden asumirla los productos ni los servicios. La única diferencia no copiable y perdurable procede de la Identidad.
Técnicas para redescubrir la Identidad diferencial de la empresa: la memoria autobiográfica y la metarrepresentación de la identidad.
La Cultura en el sistema de comunicación interno. El organigrama emocional reemplaza los dos organigramas tradicionales.
Sociología de la organización. Comunicación integrada y liderazgo.

Módulo 2

Planificación y gestión integral de la comunicación interna

Profesor:
Alejandro Formanchuk



La comunicación interna como esencia de la organización.
El rol del comunicador interno y su práctica concreta en la empresa.
Las Políticas estratégicas de Comunicación Interna.
Diagnósticos y Planes de Comunicación Interna.
La gestión e integración del líder en la Comunicación Interna.
Modelo 6D para desarrollar la Comunicación Interna (metodología propia desarrollada por Formanchuk y aplicada en 16 países)

Módulo 3

Investigación de públicos internos e inteligencia colaborativa

Profesor:
Guillermo Bosovsky



La inteligencia colaborativa en la sociedad actual y en la gestión estratégica.
Las herramientas de la investigación de públicos internos en la planificación de estrategias y proyectos. El nuevo papel de la investigación interna en la creación y la evaluación de proyectos.
La investigación como soporte de las estrategias de engagement en la gestión de intangibles.
Investigación de públicos en el paradigma de la inteligencia colaborativa.

Módulo 4

La transformación cultural de la empresa

Profesor:
Joan Costa



La fuerza de la cultura en el desarrollo de la empresa. Cultura y subculturas.
Los enemigos del cambio. Descentralizar las responsabilidades. Desburocratizar los procesos.
Cambios de mentalidad. Desaprender para aprender lo nuevo.
Clases de cambios: visionario, provocado por una crisis, cultural, procedimental, estructural.
Principios básicos. Modelo general de gestión del cambio. La planificación del cambio.
La nueva organización en red mallada.

Módulo 5

Reputación y cultura corporativa

Profesor:
Guillermo Bosovsky



Tendencias actuales de los públicos de las organizaciones.
Reputación corporativa, institucional, empresarial, personal. Cambios socioculturales en el contexto reputacional actual. Percepciones, experiencias y emociones en relación a la reputación.
Nuevos conceptos de afinidad, compromiso, fidelidad, engagement.
Los emisores y receptores en el nuevo escenario de diálogo reputacional. La Comunicación Interna como pieza clave para la gestión de los intangibles y la reputación.
El concepto de "embajadores de la marca" y actores en la imagen institucional.
Responsabilidad social corporativa. Reputación, identidad, cultura y valores. Las métricas de la reputación. Las crisis de reputación. Reputación y comunicación integral.

Módulo 6

Comunicación Interna 2.0

Profesor:
Alejandro Formanchuk



La gestión de la comunicación interna a partir de un enfoque 2.0.
Las acciones de comunicación interna basadas en la cocreación, participación, y gestionadas de un modo colaborativo.
El rol de la cultura y el liderazgo abierto.
La confluencia y el choque de las generaciones de empleados y directivos.
Las redes sociales internas.
Las herramientas disruptivas para gestionar la comunicación interna.