ESCUELA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DE UNIDAD EDITORIAL

EL MUNDO

Curso de Desarrollo Profesional Online Comunicación Corporativa 2.0

Nuevas oportunidades para los profesionales de las relaciones públicas

II Edición Online

Fecha de celebración: del 22 febrero al 9 mayo de 2016

Número de horas: 120 horas

Duración: 2 meses y medio

Modalidad: on-line

Coste de la matrícula: 990€ (exento IVA)

Título: Experto en Comunicación Corporativa 2.0

CURSO BONIFICABLE

Link al Curso:

http://www.escuelaunidadeditorial.es/cursos-de-desarrollo-profesional/comunicacion-corporativa-2-0

PRESENTACIÓN:

El nuevo contexto digital está cambiando la forma en la que se propaga la información. Esto representa un nuevo abanico de posibilidades para los profesionales de la comunicación y de las relaciones públicas. Las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), los blogueros (su importancia y su influencia, así como la necesidad de establecer una relación profesional con ellos), la nueva forma de trabajar de los periodistas (cómo llegar a él y saber qué es lo que busca) son claras pistas que abren nuevas formas de comunicación entre las empresas y su público objetivo.

Actualmente los nuevos medios y la conversación social son un elemento más para dotar de una estrategia eficaz de comunicación empresarial en el nuevo contexto en el que nuestros públicos, periodistas y clientes, han pasado de ser lectores a buscadores, disponiendo de infinidad de fuentes de información para acceder al contenido corporativo.

Sin embargo en España siguen siendo pocas las compañías que utilizan un mix de comunicación offline y online para sacarle un mayor rendimiento a su información.

A QUIÉN VA DIRIGIDO:

El programa se dirige a aquellas personas con interés, iniciativa y capacidad para desarrollar estrategias innovadoras en lo que a la gestión de la comunicación 2.0 se refiere.

- Directores de Comunicación
- Directores de Marketing
- Responsables de Relaciones con los Medios
- Responsables de Comunicación Externa
- Jefes de Gabinetes de Prensa
- Directores de Relaciones Externas
- Directores de Relaciones Públicas
- Social Media Managers
- Directores de Relaciones Institucionales
- Directores de Agencias de Comunicación
- Miembros de Gabinetes de Comunicación
- Periodistas

Antes de comenzar cada edición del curso, realizaremos una encuesta a los inscritos al mismo para determinar su nivel de conocimiento y utilización de las TIC en su trabajo, y así poder adaptar contenidos y actividades a sus necesidades.

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS:

Objetivos generales del curso:

- Aprender a **utilizar los medios sociales** como nuevo canal de comunicación
- Conocer las **oportunidades** que presenta el nuevo entorno digital para los profesionales de comunicación

Objetivos específicos:

- Conocer las oportunidades que presenta el nuevo entorno digital para los profesionales de comunicación
- Determinar los objetivos de la presencia corporativa en los social media
- Aprender a utilizar los medios sociales como nuevo canal de comunicación
- Aprender a utilizar e integrar herramientas 2.0 en la estrategia de Comunicación y Relación con los Medios
- Conocer cuáles son los canales 2.0 que interesan al DIRCOM
- Aprender a optimizar la sala de prensa para compartir información: la migración del Gabinete de Prensa al Social Media Newsroom
- Cómo contar con blogueros
- Conocer cómo trabaja y aprender a relacionarse con los periodistas 2.0
- Identificar a los verdaderos "influencers" de tu marca o producto
- Gestionar una crisis de reputación on- off line
- Saber monitorizar nuestra estrategia en los Medios Sociales
- Fidelizar a nuestros clientes y usuarios.
- Cuál es la inversión 2.0, qué costes y desarrollo implica.

Competencias:

- Aprender a manejar herramientas 2.0 aplicables al campo de la comunicación corporativa
- Saber cómo identificar digitalmente las fuentes de información relevante y saber cómo buscar y seleccionar la información
- Desarrollar ideas propias: creatividad, innovación
- Aprender a resolver problemas y tomar decisiones
- Trabajar en equipo
- Compartir y transmitir los resultados de la información
- Analizar de forma crítica el entorno
- Generar estrategias digitales
- Adaptarse a los lenguajes de los públicos objetivos

Los profesores buscan que el estudiante analice las posibilidades que le ofrece el nuevo entorno digital para llegar a su público en su estrategia de comunicación corporativa, comprendiendo el comportamiento de la sociedad ante el nuevo marco y busca a su vez que el alumno considere que la estrategia 2.0 no es única, ya que al comparar diversas fuentes descubren que existen diferentes puntos de vista sobre una misma situación.

CONTENIDOS DEL CURSO:

Los contenidos que planteamos para este curso están elaborados a partir de los objetivos de aprendizaje del curso. Hemos elaborado los contenidos a tratar a partir de los desempeños esperados de los directores de comunicación de empresas ante las nuevas oportunidades que ofrecen las TIC. De esta forma, intentamos asegurar la empleabilidad futura de los mismos.

El curso se compone de los siguientes módulos:

- Módulo I: La socialización de la comunicación corporativa
- Módulo II: Marketing de contenidos
- Módulo III: Los pasos clave para la construcción de un Social Media Newsroom
- Módulo IV: Cómo relacionarse con influencers
- Módulo V: Plan de Comunicación y gestión de crisis 2.0

EQUIPO DOCENTE:

Carlos Molina Guerrero

Director de Marketing y Proyectos de la consultora de comunicación Best Relations
@molinaguerrero
https://es.linkedin.com/in/cmolinaguerrero/es

Ha dedicado los últimos 13 años de su carrera al sector de las Relaciones Públicas. Está especializado en el desarrollo de planes de comunicación integral, con un mayor foco en la generación de estrategias de contenidos y la planificación estratégica en el entorno digital.

Antes de su incorporación a Best Relations, trabajó como consultor independiente de comunicación para empresas de diversos sectores industriales, y fue responsable de Comunicación de Hikari Solar, compañía del sector de las energías renovables. Trabajó durante más de 8 años en la agencia de comunicación Formedia como

director de cuentas, especializado en sectores como el turismo, la tecnología de consumo o la consultoría de negocio.

En el ámbito docente, ha colaborado en el desarrollo de programas de formación para compañías de diferentes ámbitos de actividad y para diversas instituciones: desde universidades, hasta escuelas de negocio e instituciones profesionales.

Es co-organizador de los encuentros profesionales RRPP & Tweets y co-organizador, junto con la consultora Cristina Aced (@blogocorp) del evento digital CarnavalRRPP, que fomenta el debate entre expertos en comunicación sobre cuestiones de interés en el ámbito digital, y en el que han colaborado cerca de un centenar de consultores, periodistas y dircoms en las 3 ediciones celebradas hasta la fecha.

Ignacio Bruyel

Senior Marketing Communications Manager en Philips Lighting

@nachobruyel

https://es.linkedin.com/in/ignaciobruyel/es

Experiencia internacional relevante en gestión de proyectos de marketing y comunicación digital en diferentes multinacionales. Dominio profesional de inglés como francés.

Conferenciante habitual y ponente en formaciones superiores en marketing digital en escuelas de negocios: ESDEN, Escuela de periodismo de Unidad Editorial, The Social Media Family, etc

Especialidades: Transformación digital, marketing de contenidos, MarCom, relaciones públicas 2.0, influence marketing, blogging, redes sociales.

Mª José Cayuela Maldonado

Directora de Comunicación. Blogger. Founder Partner at The Blogs Family. Directora de Comunicación de Stylabel

@mjcayuela
https://es.linkedin.com/in/mariajosecayuela/es

Directiva del mundo de la Comunicación con experiencia de más de 17 años en RR.PP, medios y agencias de comunicación y mundo corporativo empresarial. Periodista multidisciplinar con gran network. Conectora y creativa. Sólida experiencia en el diseño e implementación de planes de comunicación. Afinidad al mundo socio-cultural y asociativo, emprendedora, pionera en el uso de redes sociales. Entusiasta, optimista, flexible, orientada a resultados, operativa y estratégica

Licenciada en Periodismo y Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona. Máster en Dirección Estratégica de Marca y Comunicación de ESADE. PDD y Máster en Dirección de Marketing Digital también por ESADE.

Formadora en empresas, universidades y escuelas de negocio en materias como Comunicación Corporativa, Portavoces, Comunicación Interna, Blogging, Branded Content, Reputación on line y Social Media. He sido profesora en la Facultad de Económicas del IQS, la Universidad Abat Oliba y la Universidad Pompeu Fabra. Tutora del Máster de Dirección Estratégica de Marca y Comunicación de ESADE y del Máster de Comunicación 2.0 de la Universidad de Alcalá. Soy profesora del Máster de Dirección de Comunicación y Gestión Publicitaria de ESIC, del Máster de Dirección de Marketing y Gestión Comercial de ESIC, del Máster en Digital Business de ESIC, de los programas de Comunicación Corporativa 2.0 de Unidad Editorial y en The Social Media Family.

Cristina Aced

Licenciada en Periodismo por la Universitat Pompeu Fabra y Máster en Dirección de Comunicación Corporativa por EAE. Trabaja como consultora en comunicación y docente, y colabora con la Universitat Pompeu Fabra, con la UOC y con el Tecnocampus, entre otras universidades.

@blogocorp

https://es.linkedin.com/in/cristinaaced

Edita desde 2006 Blog-o-corp (www.cristinaaced.com/blog), blog sobre comunicación digital, elegido como uno de los 30 mejores blogs de Europa sobre comunicación y relaciones públicas según la revista Communication Director. Es autora de varios libros sobre comunicación digital, como “Redes sociales en una semana” (Gestión 2000) y “Visibilidad. Cómo gestionar la reputación en Internet” (Gestión 2000, en coautoría). Sus últimas publicaciones son "Relaciones públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital" (Editorial UOC) y “Relaciones públicas 2.1” (autoeditado en Amazon).

Co-impulsora junto a Carlos Molina (@molinaguerrero) de #CarnavalRRPP, una iniciativa participativa para promover el debate en torno a la comunicación corporativa y las relaciones públicas.

ACTIVIDADES:

El curso se caracteriza por crear un ambiente virtual de aprendizaje en el que se promueve una participación activa, una construcción colectiva de conocimiento, investigación y generación de espacios para la reflexión. Queremos conseguir que el alumno aplique los conocimientos teóricos a través de las actividades que plantearemos a lo largo del curso (algunas de forma individual y otras en grupo)

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN:

En este curso el alumno podrá sumergirse con total flexibilidad en un proceso de enseñanza-aprendizaje, participando de manera activa en la construcción de sus conocimientos, teniendo acceso a novedades y recursos relacionados con la

comunicación corporativa 2.0. En comunicación constante gracias a las herramientas que incorpora la plataforma (foros, chat, etc.)

El alumno deberá leer detalladamente los textos que se le faciliten, así como las notas y referencias que se incluyan en el Campus Virtual. Este no es un curso donde se deban aprender conocimientos teóricos, sino que su orientación es hacia la comprensión de esos conceptos y su utilización en la práctica.

Nos basaremos en la participación activa del estudiante al que se pedirá que tenga un pensamiento crítico respecto a las diversas actividades de aprendizaje que plantearemos a lo largo del curso. El estudiante 'construirá' su propio conocimiento y el profesor será un facilitador que ayudará a los alumnos a conseguir las competencias y objetivos definidos.

Se pondrán en práctica metodologías relacionadas con la práctica reflexiva y se estimulará el intercambio de conocimiento, especialmente a partir de la trayectoria profesional, entre los participantes puesto que este bagaje inicial puede ser muy diverso y, por lo tanto, su intercambio enriquecedor.

A lo largo del curso y mientras se llevan a cabo las actividades, se orientará el aprendizaje y se estimulará este intercambio de conocimiento. A los espacios comunes de comunicación, se irán respondiendo las dudas planteadas y se estimularán que sean respondidas por los propios participantes.

CAMPUS VIRTUAL

El curso se realiza a través de nuestra propia plataforma de aprendizaje online: el "Campus Virtual de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial"

EVALUACIÓN:

Los criterios de evaluación de los alumnos en este Curso serán los siguientes:

- Participación en los Foros de debate:
- Realización de las Actividades
- La actitud del alumno a lo largo del curso
- Participación y actitudes de trabajo colaborativo:

La superación con éxito del Curso permitirá obtener el certificado de "Experto en Comunicación Corporativa 2.0" de la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial

La Escuela

La Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial es el centro de formación más importante de España asociado a un gran grupo de medios. Fundada en abril de 2011, la Escuela de Unidad Editorial ha logrado en este tiempo una amplia diversificación de sus productos formativos y cuenta a día de hoy con 6 programas máster, todos ellos con título universitario, 4 módulos formativos de Desarrollo Profesional: Comunicación, Social Media, Marketing y Publicidad y Sector Audiovisual, ofertando a su vez diversos talleres especializados, así como diversos cursos de periodismo y comunicación estrechamente vinculados a las principales cabeceras del grupo: MARCA, EL MUNDO, EXPANSIÓN, TELVA y YO DONA.

Los profesores de la Escuela son profesionales de Unidad Editorial y relevantes expertos del ámbito de la comunicación, el marketing, la publicidad y las nuevas tecnologías. La Escuela UE, con sede en el corazón de la compañía, ha tenido en sus dos primeros años de vida más de 700 alumnos, profesionales, recién licenciados y estudiantes a los que les une una clara pasión por la comunicación y el periodismo.

Unidad Editorial

Es un grupo de comunicación líder en su sector en nuestro país. Bajo este nombre se reúnen cabeceras tan prestigiosas de la prensa española como: EL MUNDO, EXPANSIÓN, MARCA, TELVA, YO DONA y sus versiones digitales, junto a otras revistas especializadas en historia, arte, motor, golf… Unidad Editorial cuenta también con una emisora especializada en deportes, RADIO MARCA.

MÁS INFORMACIÓN:

Sira Santos. Directora Programas Desarrollo Profesional. Escuela Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial

Tel. +34 91 4435309 / Móvil +34 650779336

http://www.escuelaunidadeditorial.es/

https://es.linkedin.com/in/sirasantosdiaz

ssantos@unidadeditorial.es