



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster Comunicación Corporativa

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster Comunicación Corporativa

duración total: 1.500 horas

horas teleformación: 450 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

La comunicación corporativa se ha convertido en un elemento clave para cualquier empresa. Debido a las nuevas formas de consumo, como consecuencia de la globalización y el desarrollo de Internet como canal de venta, las empresas se han visto obligadas a reinventarse, digitalizarse y lograr una conexión con sus públicos (internos y externos). Esto ha supuesto el surgimiento de negocios más dinámicos, comunicativos y accesibles para los consumidores, convirtiéndose éstos últimos en protagonistas de la estrategia de comunicación. Solo aquellas empresas que logren conectar con los valores demandados por los consumidores lograrán posicionarse de forma ventajosa en el mercado. Es por ello, que la comunicación se ha convertido en el eje clave para lograr transmitir los valores corporativos, conectar con el cliente, y establecer relaciones a largo plazo basadas en la confianza.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Adquirir habilidades directivas esenciales para lograr el liderazgo en la empresa.
- Adquirir un alto grado de inteligencia emocional para liderar equipos y estrategias.
- Conocer las claves de la comunicación interna y externa.
- Gestionar el branding y gestión de marca.
- Aplicar una estrategia de comunicación integrada y global.
- Aprender a liderar equipos, implementar sistemas de motivación y gestionar el estrés laboral.
- Aplicar políticas de responsabilidad social corporativas y mejorar la reputación de la organización.
- Adquirir conceptos básicos de protocolo empresarial e institucional.

para qué te prepara

El Master Comunicación Corporativa te aportará las claves para dirigir y liderar la estrategia global de comunicación en cualquier empresa. Tras finalizar la formación, serás capaz de aplicar una estrategia de comunicación estratégica tanto a nivel interno como externo, logrando mejorar las relaciones con todos los públicos de la organización (trabajadores, accionistas, consumidores, instituciones...). Gracias a habilidades directivas y la capacidad de liderazgo, unidas al dominio de la comunicación interna, externa y social serás capaz de potenciar la imagen corporativa de la empresa, mejorando su posición competitiva y repercutiendo directamente en las ventas.

salidas laborales

El Master Comunicación Corporativa de INESEM te capacita para trabajar como Director en el Departamento de Comunicación de cualquier negocio. Consultor de Comunicación Corporativa, Experto en Comunicación Interna, Especialista en branding y gestión de marcas, Experto en Comunicación Integral, Responsabilidad Social Corporativa, además de la capacidad de liderazgo, desarrollo de equipos y gestión de estrategias comunicativas.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Protocolo Empresarial e Institucional'
- Manual teórico 'Branding y Gestión de Marca'
- Manual teórico 'Comunicación Interna y Externa'
- Manual teórico 'Comunicación Interna y Externa'
- Manual teórico 'Comunicación Integrada de Marketing'
- Manual teórico 'Desarrollo de Competencias y Motivación'
- Manual teórico 'RSC y liderazgo sostenible'
- Manual teórico 'Inteligencia Emocional y Autoconocimiento para el Liderazgo'
- Manual teórico 'Gestión del Liderazgo de Grupos en las Organizaciones'
- Manual teórico 'Liderazgo y Habilidades Directivas'



profesorado y servicio de tutorías

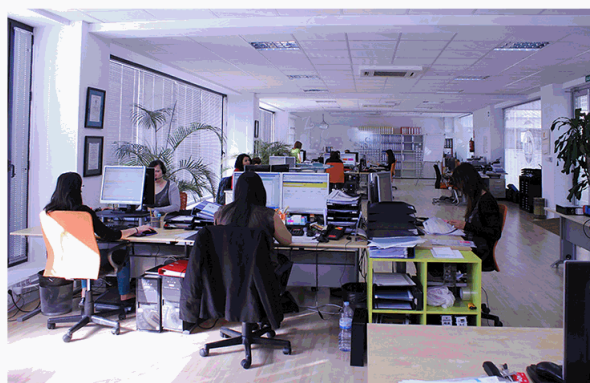
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

MÓDULO 1. LIDERAZGO Y HABILIDADES DIRECTIVAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA NUEVA GESTIÓN DIRECTIVA

1. Qué es la Gestión Directiva
2. La función directiva, evolución hacia el management
3. La dirección como equipo
4. El empoderamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN Y GESTIÓN DEL ENTUSIASMO

1. Consejos para mantener al equipo motivado
2. Técnicas de motivación
3. La gestión del entusiasmo
4. Claves para estimular a equipos de trabajo
5. Liderazgo capaz de entusiasmar

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN Y CREACIÓN DE MARCA

1. La importancia de la marca interna
2. Identidad de marca: clave para la comunicación interna
3. Estrategia de comunicación para dar a conocer la marca
4. Marca interna y externa como catalizador del cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CLAVES PARA LA ORIENTACIÓN A RESULTADOS Y LA CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS

1. Equipos de trabajo
2. Tipos de equipos de trabajo
3. Roles de los miembros del equipo
4. Liderazgo orientado a resultados
5. Claves para la gestión orientada a la consecución de logros

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL COMPROMISO DENTRO DE LOS EQUIPOS, ¿CÓMO CONSTRUIRLO?

1. Compromiso, valor clave de los equipos de trabajo
2. Generar compromiso entre los trabajadores
3. Cómo movilizar y mantener el compromiso

MÓDULO 2. INTELIGENCIA EMOCIONAL Y AUTOCONOCIMIENTO PARA EL LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PODER DEL AUTOCONOCIMIENTO

1. Definición de Autoconocimiento
2. Importancia del Autoconocimiento
3. Fases del Autoconocimiento
4. Autoconocimiento personal
5. Autoconocimiento profesional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCIENCIA EMOCIONAL

1. La competencia emocional es la conciencia emocional
2. Conocimiento de las propias emociones
3. Desarrollar la conciencia emocional
4. Inteligencia emocional y conciencia emocional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REGULACIÓN Y AUTONOMÍA EMOCIONAL

1. Conceptualización de la Autonomía Emocional
2. La vinculación afectiva
3. La teoría del apego
4. Educación de la Autonomía Emocional
5. Por qué desarrollar la autonomía emocional
6. Características de la Dependencia Emocional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

1. Qué es la Inteligencia Emocional
2. Principios de la Inteligencia Emocional
3. Componentes de la Inteligencia Emocional
4. Dominios de la Inteligencia Emocional y competencias asociadas
5. Relación entre Liderazgo e Inteligencia Emocional
6. El Inventario de Prácticas de Liderazgo
7. El instrumento desarrollado por Wong y Law para medir la Inteligencia emocional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTILOS DE COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIAS

1. La importancia de saber comunicar
2. El estilo de comunicación Pasivo o Inhibido
3. El estilo de comunicación Agresivo
4. El estilo de comunicación Asertivo
5. La escucha activa
6. La empatía
7. Mensaje YO
8. Estrategias de comunicación de empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APTITUDES DE COMUNICACIÓN

1. Comunicación, la aptitud más valorada
2. Aptitudes del comunicador
3. Comunicación oral efectiva
4. Importancia de la comunicación en el liderazgo

MÓDULO 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación
2. Elementos y características de la comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Obstáculos comunicativos
5. Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación
2. Proceso de escucha
3. Importancia de la empatía en la comunicación
4. Reformulación de comunicaciones
5. Cómo lograr la aceptación incondicional
6. La habilidad de personalizar
7. La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2. Formación en Comunicación de los Directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral
3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales
4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

MÓDULO 4. BRANDING Y GESTIÓN DE MARCA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

1. ¿Qué es una marca?
2. Naturaleza y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS DE CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca: Brand Equity
3. Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA MARCA Y SU COMUNICACIÓN

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
8. El packaging
9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

MÓDULO 5. COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y SUS COMPONENTES

1. ¿Qué es la comunicación?
2. El marketing como raíz de la comunicación digital
3. Otros componentes del marketing
4. Comunicación Integral de Marketing (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROMOCIÓN DE VENTAS

1. Introducción

2. Características y objetivos de la promoción de ventas
3. La estrategia promocional
4. Las tácticas promocionales
5. La promoción de venta online
6. Medición de la eficiencia promocional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Naturaleza y concepto de las relaciones públicas
2. Causas del desarrollo de las relaciones públicas
3. Técnicas de relaciones públicas
4. Los eventos y las ferias
5. La comunicación en situación de crisis
6. Las relaciones públicas en Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PATROCINIO

1. Concepto, causas y objetivos del patrocinio
2. Tipologías de patrocinios
3. Evaluación de la eficacia y eficiencia del patrocinio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MARKETING DIRECTO E INTERACTIVO

1. El marketing directo en la actualidad
2. Variables del marketing directo
3. La base de datos
4. Medios convencionales para el marketing directo
5. Marketing directo en Medios masivos

MÓDULO 6. GESTIÓN POR COMPETENCIAS, MOTIVACIÓN Y ESTRÉS LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MODELOS ACTUALES EN LA GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Visión histórica de la gestión de personas
2. Los nuevos paradigmas conceptuales de la gestión de personas
3. Reconceptualización del trabajo humano Del Taylorismo a la competencia laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS

1. Las competencias, un nuevo enfoque para la gestión empresarial
2. Competencias en el contexto laboral
3. ¿Cómo se adquieren las competencias?
4. Competencias, tipología y significado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1. Gestión por competencias
2. Objetivos del proceso de gestión por competencias
3. Características de la gestión por competencias
4. Beneficios del modelo de gestión por competencias
5. Definición e implantación de un sistema de gestión por competencias
6. Políticas o estrategias de un sistema de gestión por competencias
7. Metacompetencias

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN

1. Importancia de la política retributiva
2. Objetivos del sistema retributivo
3. Elementos del paquete retributivo
4. Factores que afectan al diseño de la estrategia de retribuciones
5. Evaluación del desempeño por competencias y retribución

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Importancia de la comunicación en la empresa
2. Comunicación interna

- 3.Herramientas de comunicación
- 4.Plan de comunicación interna
- 5.La comunicación externa
- 6.Cultura empresarial o corporativa
- 7.Clima laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA

- 1.Teorías de la motivación
- 2.Tipos de motivación y estándares de eficacia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL ESTRÉS LABORAL

- 1.Introducción
- 2.Concepto y Modelos Teóricos del estrés laboral
- 3.Desarrollo del Estrés Laboral
- 4.Tipos de estrés Laboral
- 5.Causas del Estrés Laboral
- 6.Síntomas del estrés laboral
- 7.Consecuencias del Estrés Laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL BURNOUT

- 1.¿Qué es el Burnout?
- 2.Tipos de Burnout
- 3.Fases del Burnout
- 4.Causas del Burnout
- 5.Síntomas del Burnout
- 6.Consecuencias del Burnout
- 7.Relaciones entre Estrés y Burnout

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PREVENCIÓN Y MANEJO DEL ESTRÉS LABORAL

- 1.Medidas de prevención e intervención
- 2.Técnicas para la prevención del estrés
- 3.Intervención en situaciones de crisis

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PARA EL TALENTO

- 1.Las competencias en la gestión del talento
- 2.Diferenciación de competencias para el talento
- 3.Aplicaciones del modelo de competencias
- 4.Competencias y generación de valor
- 5.Detección de necesidades de capacitación y desarrollo del recurso humano por competencias
- 6.El área de talento humano

MÓDULO 7. GESTIÓN DEL LIDERAZGO DE GRUPOS EN LAS ORGANIZACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS RELACIONES EN EL GRUPO

- 1.¿Cómo funciona el grupo?
- 2.El rol del individuo dentro del grupo
- 3.La gestión del liderazgo en el grupo
- 4.El proceso de comunicación dentro del grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO

- 1.Liderazgo en grupos
- 2.Enfoques en la teoría del liderazgo
- 3.Clasificación de los tipos de líder
- 4.El rol de la figura del líder

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COACHING Y LIDERAZGO EN LA ORGANIZACIÓN

- 1.El coaching como elemento de impulso de desarrollo del liderazgo
- 2.El coaching como estilo de liderazgo

3.El coach que actúa de formador de líderes

4.El líder con función de coach

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÁCTICAS DE MEJORA DEL TRABAJO EN EQUIPO

1.Entrenamiento previo

2.Técnicas de trabajo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA DINÁMICA DE GRUPOS

1.Concepto de dinámica de grupos

2.Aplicaciones de la dinámica de grupos

3.Técnicas grupales

4.Pautas comunes de aplicación y recomendaciones

5.El papel del dinamizador

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

1.Técnicas en grupos grandes

2.Técnicas de grupo mediano

3.Técnicas de grupo pequeño

4.Técnicas de trabajo o producción grupal

5.Tipos de técnicas de dinamización grupal

6.Técnicas de estudio y trabajo de temas

7.Tipos de técnicas de evaluación

MÓDULO 8. RSC Y LIDERAZGO SOSTENIBLE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA EMPRESA SOSTENIBLE

1.Introducción a la RSC

2.Principios y Valores de la Ética

3.La Empresa Tradicional y el Cambio de Modelo

4.Concepto de Responsabilidad Social Corporativa

5.¿Qué elementos debe contener la RSC?

6.Implantación de la RSC: la peculiaridad de las PYMES

7.Análisis de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS VALORES ÉTICOS DE LA RSC

1.La Empresa Responsable y Sostenible: sus Valores Éticos

2.Valores y principios de la empresa tradicional

3.Valores y principios de la empresa responsable y sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL NUEVO MODELO DE EMPRESA RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

1.Fundamentos de la Empresa Socialmente Responsable

2.Características de la Empresas Socialmente Responsable

3.La Creación de Valor y la RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

1.Dirección de la empresa responsable sostenible

2.El Gobierno Corporativo

3.Ética Directiva en la Empresa Responsable y Sostenible

4.Auditorías éticas y de RSC

5.El Diseño de un Programa de Actuación de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS OBJETIVOS Y LA GESTIÓN DE LA RSC EN LAS ORGANIZACIONES

1.Formulación de objetivos de RSC

2.Planificación y programación de las actividades de la RSC

3.Control y seguimiento de los avances en RSC

4.Metodología para Implantar un Proceso de Gestión de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS

1.Los Grupos de Interés

2.Concepto y Tipología de los stakeholders

3.Las Relaciones con los Grupos de Interés

4.La RSC y los Stakeholders

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y EL MARKETING SOCIAL

- 1.Introducción al Marketing Social
- 2.Características del Marketing Social
- 3.La Responsabilidad Social y la ética en el Marketing
- 4.Tipos de Marketing Social
- 5.Marketing social y Responsabilidad Social
- 6.La ampliación del concepto de marketing
- 7.Plan de Marketing Social
- 8.Resultados de la empresa con programas de Marketing Social Corporativo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA RSC Y LAS ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR

- 1.RSC y los Objetivos de Desarrollo
- 2.La Acción Social
- 3.Patrocinio y Mecenazgo
- 4.Desarrollo de negocios en la base de la pirámide (BDP)
- 5.La gestión del marketing social corporativo por una ONG

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN Y GESTIÓN DEL ENTUSIASMO

- 1.Consejos para mantener al equipo motivado
- 2.Técnicas de motivación
- 3.La gestión del entusiasmo
- 4.Claves para estimular a equipos de trabajo
- 5.Liderazgo capaz de entusiasmar

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN DEL CAMBIO

- 1.Conceptualización
- 2.Modelo de Gestión del cambio organizacional
- 3.Dificultades al implantar un nuevo modelo de gestión
- 4.La resistencia al cambio
- 5 Factores de éxito en la gestión del cambio
- 6.Actividad práctica: Los stakeholders
- 7.Actividad Práctica. Ejercicios para gestionar el entusiasmo

MÓDULO 9. PROTOCOLO EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROTOCOLO

- 1.Conceptos relacionados con el ámbito protocolario
- 2.Código de conducta empresarial y protocolo
- 3.La influencia de la cultura en el protocolo
- 4.Clasificación de actos
- 5.Legislación y normas sobre protocolo
- 6.Protocolo en actos públicos no oficiales
- 7.Tipología del protocolo
- 8.El protocolo de empresa y su necesidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN INTEGRAL EN LA EMPRESA

- 1.Definición de políticas de Comunicación Integral (PCI)
- 2.Las habilidades comunicativas de los directivos
- 3.Planificación de actos públicos
- 4.La seguridad en los actos públicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMAS GENERALES DE COMPORTAMIENTO Y CORTESÍA

- 1.La cortesía como principio del saber estar
- 2.Protocolo de visitas en un despacho
- 3.La exactitud
- 4.La indumentaria y vestimenta apropiadas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INVITACIONES, PRECEDENCIAS Y PRESIDENCIAS

1. Invitaciones sociales y empresariales
2. La importancia de la precedencia en cualquier acto
3. El lugar de las presidencias
4. La ubicación del invitado de honor
5. Acomodación de los invitados
6. Colocación de los invitados en banquetes
7. El saber estar en la mesa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL

1. Organización política del Estado
2. Las Comunidades Autónomas
3. Títulos nobiliarios
4. Los tratamientos honoríficos
5. Orígenes y tipos de condecoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

1. ¿Por qué se necesita un protocolo de empresa?
2. Asistencia de los invitados a los actos
3. Concepto y clasificación de reuniones de negocios
4. Agasajos a hora de negociar
5. Exhibiciones comerciales
6. Acto de inauguración de empresa
7. Organización de visitas a empresa
8. Entrega de distinciones empresariales
9. Planificación de viajes de negocios
10. Negociación y reuniones con delegaciones

MÓDULO 10. TRABAJO FINAL DE MÁSTER