

PROGRAMA TÉCNICO

**TÉCNICO EN COMUNICACIÓN E IMAGEN
CORPORATIVA**

Programa Técnico



ÍNDICE

TÉCNICO EN COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA	1
Programa Técnico.....	1
1. CARACTERÍSTICAS.....	3
1.1. DESCRIPCIÓN BREVE DEL CURSO	3
Horas Certificadas	4
Plazo máximo de realización	4
Modalidad	4
1.2. HORAS CERTIFICADAS, MODALIDAD	4
1.3. DESTINATARIOS	4
2. OBJETIVOS.....	5
3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN	5
3.1. METODOLOGÍA	5
3.1.1. A distancia	6
3.1.2. Online	6
3.2. EVALUACIÓN.....	6
4. PROGRAMA.....	7
LA COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA Y POLÍTICA.....	7
Módulo 1. Breve historia de los efectos que los medios de comunicación de masas ejercen sobre las personas.....	7
Módulo 2. La comunicación periodística.....	7
Módulo 3. Relaciones institucionales: el lobby.....	7
Módulo 4. La comunicación política.....	7
Módulo 5. Enseñanzas comunicacionales.....	8
EL PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL.....	8
Módulo 1. Antecedentes históricos	8
Módulo 2. Definición de identidad visual.....	8
Módulo 3. La función comunicativa de la identidad visual	8
Módulo 4. El programa de identidad visual	8
Módulo 5. Metodología en la creación de un programa de identidad	8
Módulo 6. Enseñanzas comunicacionales.....	8
Módulo 7. Referencias	8
LA COMUNICACIÓN PÚBLICA: PRESENTACIONES EFICACES.....	8
Módulo 1. Fundamentos de la comunicación pública	8
Módulo 2. La puesta en acción: presentaciones eficaces	9
Módulo 3. Resumen de enseñanzas (o a modo de síntesis)	9
DESARROLLO PERSONAL.....	9
Módulo 1. Definición de desarrollo personal.....	9
Módulo 2. Principios de salud	9
Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales.....	9
Módulo 4. Referencias	9
5. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO	10
6. CERTIFICACIÓN	11
7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA.....	11
8. FORMAS DE PAGO	11
9. CONTACTO	12

1. CARACTERÍSTICAS

1.1. Descripción breve del curso

La **Imagen Corporativa** es la parte invariable de la comunicación que proporciona un mayor grado de reconocimiento por parte del público. Refleja la cultura de la organización: su personalidad visual.

Para el mercado lo que importa es como nos perciben los públicos de la empresa: esto implica el conocimiento y el dominio de las técnicas de comunicación corporativa. Mediante una adecuada gestión de las relaciones humanas, la empresa es capaz de garantizar una identidad sólida y, por ende, de proyectar una imagen coherente y organizada.

La **comunicación pública** es una actividad que responde a diversos criterios de acción comunicativa. Conocerlos en profundidad es un requisito básico para lograr realizar buenas presentaciones determinar el alcance de una presentación, las intenciones de partida y los recursos disponibles para reconducirla hacia el lugar deseado por el emisor.

El **gabinete de prensa** tienen como objetivo convertir a la empresa en una fuente creíble de información, de forma que se favorezca su actividad principal; esto se consigue de forma paulatina y acumulativa, es decir, incrementando progresivamente la notoriedad de las actividades que se comunican.

La **comunicación política** expresa las intenciones de las acciones futuras o pasadas que regulan las relaciones sociales, en un sentido justificativo, es decir, como opción libremente elegida con un fin definido.

En este curso además se trabajarán las habilidades sociales, una habilidad social es una CAPACIDAD PERSONAL que se desarrolla en el seno de un grupo, para mejorarlo. Es efectiva cuando:

- Responde a objetivos concretos

- Mejora las relaciones
- Se desarrolla en un contexto de asertividad

Las habilidades sociales se desarrollan en contextos determinados. **COMO EL ENTORNO NO PUEDO CAMBIARLO, LO MÁS IMPORTANTE PARA DESARROLLAR HABILIDADES SOCIALES ES EL CRECIMIENTO PERSONAL.**

Embarcarse en la aventura del crecimiento personal significa admitir tres cosas fundamentales:

2. Que tenemos malos funcionamientos que hay que corregir
3. Que tenemos elementos esenciales en nuestras vidas que hay que cuidar
4. Que tenemos cosas positivas que hay que potenciar

1.2. Horas Certificadas, Modalidad

Horas Certificadas	105
Plazo máximo de realización	3 meses
Modalidad	A distancia/ Online

1.3. Destinatarios

Directivos y mandos intermedios con responsabilidades corporativas y en la gestión de la comunicación y la imagen de la empresa, directores de marketing, emprendedores, directores de recursos humanos, imagen y comunicación, responsables de comunicación política y personas interesadas en el fenómeno de la imagen.

2. OBJETIVOS

- Comprender el alcance y la utilidad de la imagen como vehículo de comunicación.
- Aprender a utilizar imágenes en la comunicación empresarial.
- Dirigir programas de identidad visual.
- Dar a conocer los fundamentos de la comunicación pública.
- Aprender las características básicas del discurso público.
- Aprender a realizar presentaciones eficaces, manejando con soltura las técnicas y los recursos de comunicación pública.
- Comprender el sentido y la importancia de la comunicación periodística.
- Aprender a crear gabinetes de prensa altamente efectivos.
- Conocer la naturaleza y utilidad del lobby. Aprender a crearlos.
- Conocer la naturaleza y significado de la comunicación política.
- Aprender a diseñar estrategias y tácticas de comunicación política.

3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

3.1. Metodología

Nuestra escuela trabaja para conseguir un aprendizaje autónomo e interactivo. Para llevarlo a cabo, favorecemos el aprendizaje colaborativo, fomentando la interactividad entre los propios estudiantes y de estos con el equipo docente.

En nuestros cursos el alumno es el verdadero protagonista de su formación y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje. Nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica “Aprender haciendo” (“Learning by doing”).

Por eso, nuestro campus, cuenta con herramientas de comunicación y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, mensajería interna, correo electrónico, etc.

A continuación se detallan las dos modalidades que ofrecemos a nuestros alumnos:

3.1.1. A distancia

Este tipo de modalidad incluye:

- Envío de material al domicilio del alumno (gastos de envíos incluidos en el precio del curso)
- Plataforma educativa: disponible las 24 horas del día, todos los días del año.

(Esta modalidad sólo está disponible para alumnos residentes en territorio español, incluido Islas Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla)

3.1.2. Online

Este tipo de modalidad supone la completa realización del Programa Formativo a través del Campus Virtual. Incluye toda la documentación y material didáctico necesario para la realización completa de los estudios. No precisa de traslados para evaluaciones.

3.2. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de ejercicios prácticos que se puntuarán de 0 a 10. Para superar el curso, el alumno deberá realizar todos los ejercicios propuestos obteniendo una calificación mínima de 5 en cada uno de ellos. En el caso de que no se alcance la nota deseada, el alumno podrá reenviar el ejercicio tantas veces como considere oportuno hasta lograr su objetivo.

4. PROGRAMA

La comunicación periodística y política

Módulo 1. Breve historia de los efectos que los medios de comunicación de masas ejercen sobre las personas

Módulo 2. La comunicación periodística

- 2.1. El gabinete de prensa
- 2.2. Técnicas de comunicación periodística
 - 2.2.1. Entrevista
 - 2.2.2. Rueda de prensa
 - 2.2.3. Nota de prensa
 - 2.2.4. Lanzamiento de productos o servicios
 - 2.2.5. Encuentros personalizados y viajes de familiarización
 - 2.2.6. Auditorias informativas
 - 2.2.7. Servicio de estudios y documentación
- 2.3. La figura del portavoz
 - 2.3.1. Pautas a seguir durante la comparecencia en Medios
 - 2.3.1.1. La radio: el medio caliente
 - 2.3.1.2. La televisión: la importancia de la imagen
 - 2.3.1.3. Sesiones fotográficas: el lenguaje del instante

Módulo 3. Relaciones institucionales: el lobby

- 3.1. Organizar un lobby

Módulo 4. La comunicación política

- 4.1. Comunicar ideología
- 4.2. La opinión pública
 - 4.2.1. La exposición selectiva
 - 4.2.2. La disonancia cognoscitiva
 - 4.2.3. La espiral del silencio
 - 4.2.4. La canalización de la opinión pública
 - 4.2.5. El rumor
- 4.3. La campaña de comunicación política
 - 4.3.1. La investigación
 - 4.3.2. El plan estratégico
 - 4.3.3. El plan táctico
 - 4.3.4. La realización
- 4.3. Control y evaluación
 - 4.3.6. Secuencia de actividades

Módulo 5. Enseñanzas comunicacionales

El programa de identidad visual

Módulo 1. Antecedentes históricos

Módulo 2. Definición de identidad visual

Módulo 3. La función comunicativa de la identidad visual

- 3.1. Función diferenciadora
- 3.2. Función simbólica
- 3.3. Función designativa
- 3.4. Función asociativa
- 3.5. Función memorística

Módulo 4. El programa de identidad visual

- 4.1. La política de imagen
 - 4.1.1. El posicionamiento filosófico
 - 4.1.2. La estrategia de comunicación
 - 4.1.3. Los puntos fuertes de la organización
- 4.2. El manual de imagen
 - 4.2.1. Principios básicos de identidad visual
 - 4.2.2. El logotipo
 - 4.2.3. El sistema de marca

Módulo 5. Metodología en la creación de un programa de identidad

- 5.1. Percepción que tiene la organización de sí misma
- 5.2. Percepción de los públicos de la empresa
- 5.3. Imagen del sector y posición relativa
- 5.4. Personalidad visual actual
- 5.5. Ejemplo de cuestionario de identidad corporativa

Módulo 6. Enseñanzas comunicacionales

Módulo 7. Referencias

La comunicación pública: presentaciones eficaces

Módulo 1. Fundamentos de la comunicación pública

- 1.1 la opinión pública
- 1.2 el líder de opinión
- 1.3 la disonancia cognitiva
- 1.4 inducción a la acción

- 1.5 características del público
- 1.6 características del emisor
- 1.7 características del discurso público

Módulo 2. La puesta en acción: presentaciones eficaces

- 2.1 el miedo escénico
- 2.2 medios técnicos e instalaciones
- 2.3 fichas de apoyo
- 2.4 imagen personal
 - 2.4.1. La voz
 - 2.4.2. La comunicación no verbal
 - 2.5.3. ¿cómo concluir con éxito?
- 2.6 la intención comunicativa
 - 2.6.1 funciones comunicativas principales
 - 2.6.2. Funciones comunicativas secundarias

Módulo 3. Resumen de enseñanzas (o a modo de síntesis)

Desarrollo personal

Módulo 1. Definición de desarrollo personal

- 1.1. La sanación
 - 1.1.1. El análisis de las sensaciones
- 1.2. La reeducación
- 1.3. La revitalización o crecimiento en valores

Módulo 2. Principios de salud

- 2.1. El proceso energético de la salud
- 2.2. El estrés
- 2.3. La salud en el nivel físico
 - 2.3.1. Desintoxicación
 - 2.3.2. Nutrición adecuada
- 2.4. La salud en el nivel emocional
 - 2.4.1. Aceptar emociones propias
 - 2.4.2. Expresar emociones a los demás
 - 2.4.3. Emociones en cuatro dimensiones
- 2.5. La salud en el nivel mental
 - 2.5.1. Dos principios fundamentales
 - 2.5.2. Tres instancias principales
- 2.6. La salud en el nivel relacional
- 2.7. La salud en el nivel espiritual

Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales

Módulo 4. Referencias

5. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO



Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (Madrid, 1990) y Experto en Pedagogía de la Imagen.

Director del Área de Competencias Profesionales.

Consultor y Evaluador en el Modelo Europeo de Calidad EFQM. 8 años de experiencia como formador y consultor en liderazgo y desarrollo directivo y organizacional. Proveedor de contenidos online.

Formador en Habilidades Sociales y Directivas, 1.500 horas de formación y más de 50 artículos publicados en revistas y periódicos de ámbito nacional y regional. Experiencia de dos años en la tutorización de alumnos online con la Escuela Europea de Negocios, en CLAY Formación y en la Universidad de Salamanca.

Ha participado como conferenciante en diversos encuentros internacionales, y en varias publicaciones como coordinador y coautor, colaborando, entre otras instituciones, con: la UNESCO, la Agencia Europea para la Cultura, la Conferencia Mundial para Negocios Globales y Desarrollo Sostenido, BearingPoint, la Fundación Encuentro, EADA, o, la Escuela Europea de Negocios.

Director de dos cursos de verano en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander, y, patrocinado por la Fundación Marcelino Botín, para el desarrollo de materiales educativos experimentales sobre Pedagogía de Imagen presentados en el III Congreso Internacional EDUCARED.

En la actualidad, compagina su actividad formativa en instituciones españolas y latinoamericanas, con la consultoría. Desde diciembre de 2000 dirige el Centro de Investigación en Gestión de Conocimiento. Su trabajo se centra en el desarrollo personal y profesional desde un punto de vista creativo, incidiendo en la importancia que tiene el estado anímico de las personas, para regular el flujo energético que sostienen la salud, el éxito y la felicidad.

6. CERTIFICACIÓN

Una vez finalizado este curso el alumno recibirá un certificado expedido por CLAY, Escuela Superior de Formación Online, miembro de las siguientes instituciones que garantizan y certifican la calidad de nuestros estudios:

- **APEL** (Asociación de Proveedores de eLearning)
- **AEFOL** (Asociación Española de Formación Online)
- **AEDETP** (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional)
- **AEDIPE** (Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas)

7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Para realizar la inscripción tiene las siguientes opciones:

- Contactar a través del correo electrónico con el consultor/a que le ha enviado esta información.
- Enviar un correo a la dirección cursos@clayformacion.com donde indique sus datos personales para ponernos en contacto con usted.
- Si reside en España puede llamar al teléfono **902 36 73 76** pero si quiere llamarnos desde otro país tendrá que marcar **0034 923 19 19 62**.

8. FORMAS DE PAGO

Contamos con las siguientes formas de pago:

- Transferencia o ingreso bancario
- Tarjeta de crédito (pago on-line)
- Domiciliación bancaria
- Western Union

9. CONTACTO

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

CLAY Directo (España): 902 36 73 76

International Calling: (34) 923 19 19 62

Fax: 923 13 48 80

Mediante el correo electrónico: cursos@clayformacion.com o el correo de su consultor/a personal.