

Master en Dirección y Gestión de Comunicación Corporativa





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos
INESEM

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir
Euroinnova

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS INESEM

INESEM es una **Business School online** especializada con un fuerte sentido transformacional. En un mundo cambiante donde la tecnología se desarrolla a un ritmo vertiginoso nosotros somos activos, evolucionamos y damos respuestas a estas situaciones.

Apostamos por **aplicar la innovación tecnológica a todos los niveles en los que se produce la transmisión de conocimiento**. Formamos a profesionales altamente capacitados para los trabajos más demandados en el mercado laboral; profesionales innovadores, emprendedores, analíticos, con habilidades directivas y con una capacidad de añadir valor, no solo a las empresas en las que estén trabajando, sino también a la sociedad. Y todo esto lo podemos realizar con una base sólida sostenida por nuestros objetivos y valores.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Más de un

90%

tasa de
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



Leaders driving change
Elige Inesem



QS, sello de excelencia académica
Inesem: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INESEM

INESEM Business School ha obtenido reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional debido a su firme compromiso con la innovación y el cambio.

Para evaluar su posición en estos rankings, se consideran diversos indicadores que incluyen la percepción online y offline, la excelencia de la institución, su compromiso social, su enfoque en la innovación educativa y el perfil de su personal académico.



Ver en la web

ALIANZAS Y ACREDITACIONES

Relaciones institucionales



Relaciones internacionales



Accreditaciones y Certificaciones



[Ver en la web](#)

BY EDUCA EDTECH

Inesem es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



Ver en la web



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INESEM

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Inesem.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Inesem cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Inesem cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por AENOR por la ISO 9001.



5. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial** y una **imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos más...



Protección al Comprador

[Ver en la web](#)

Master en Dirección y Gestión de Comunicación Corporativa



DURACIÓN
1500 horas



MODALIDAD ONLINE



ACOMPAÑAMIENTO PERSONALIZADO

Titulación

Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales



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

[Ver en la web](#)

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.

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

Esta formación está diseñada para aquellos profesionales del marketing y la comunicación que desean ocupar un puesto directivo en el Departamento de Comunicación y Marketing en cualquier negocio, así como cualquier perfil directivo que desee adquirir una mayor especialización en comunicación con el objetivo de mejorar el desarrollo de su negocio, mejorar las relaciones con sus públicos y aumentar las ventas. Tras finalizar el Máster el alumnado adquirirá toda la información y destrezas necesarias para ocupar diferentes puestos de trabajo, desde Director de Comunicación Experto en Comunicación Corporativa o Consultor en Comunicación para empresas. Del mismo modo, este Máster se dirige a estudiantes y titulados que deseen especializarse en la dirección y gestión de la comunicación empresarial.

A quién va dirigido

El Máster en Dirección y Gestión de 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 Máster en Dirección y Gestión de 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.

[Ver en la web](#)

TEMARIO

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. CONFLICTO Y NEGOCIACIÓN

1. Distinción entre conflicto y negociación
2. La teoría del conflicto
3. Resolución de conflictos en equipos de trabajo
4. La importancia de la negociación en la dirección de equipos
5. Los tipos de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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 6. 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 7. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 8 DESARROLLAR UN EQUIPO DE ALTO RENDIMIENTO (EAR)

1. Qué es un Equipo de Alto Rendimiento
2. Principios para crear Equipos de Alto Rendimiento
3. Etapas en el desarrollo de EAR

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. CREACIÓN DE LA MARCA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 EN 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 (P\'s)
4. Comunicación integrada 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 eficacia 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 INDIRECTO

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. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL Y LA RSC

1. La Responsabilidad Social Corporativa
2. Ética y RSC
3. El nuevo modelo de empresa
4. La evolución de la RSC
5. Características básicas de la RSC
6. La RSC en las PYMES
7. La actualidad de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS VALORES Y LOS PRINCIPIOS MORALES DE LA RSC

1. Principios éticos de las empresas sostenibles
2. Fundamentos morales de la empresa tradicional
3. Fundamentos morales de la empresa responsable y sostenible

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS NUEVOS MODELOS EMPRESARIALES: SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD

1. Filosofía de la Empresa Socialmente Responsable
2. Características de la Empresas Socialmente Responsable
3. La Generación de Valor en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

1. La Dirección Empresas Responsables
2. La Gestión Empresarial basada en el Gobierno Corporativo
3. Ética y Códigos de Conducta en la Acción Directiva
4. Las Auditorías de Responsabilidad Social Corporativa
5. Diseño de un modelo de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN DE OBJETIVOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

1. Establecimiento de objetivos de RSC
2. Planificación estratégica de la RSC
3. Medición de los avances en RSC
4. Desarrollo de un Modelo de Gestión de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LOS STAKEHOLDERS

1. Introducción al Concepto de Stakeholders
2. El desarrollo de las Relaciones con los Stakeholders
3. Los Stakeholders y el cumplimiento de sus expectativas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ISO 26000 DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

1. La Norma ISO
2. Desarrollo de la Norma ISO
3. Objetivos de la Norma ISO
4. Aspectos relevantes de la Norma ISO
5. Conceptos clave y terminología
6. Contenido de la Norma ISO
7. La figura de los Stakeholders en la Norma ISO
8. Pautas de implantación de la Norma ISO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. MODELO RS10

1. El Modelo RS
2. La RS y su modelo de Responsabilidad Social Corporativa
3. Las Auditorías del modelo RS
4. Estructura del modelo RS
5. Requisitos del RS ante los Stakeholders

6. Control y seguimiento del modelo RS

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL MARKETING SOCIAL EN EL CONTEXTO DE LA RSC

1. Concepto de Marketing Social
2. Aspectos clave del Marketing Social
3. La perspectiva ética del Marketing Social
4. Clases de Marketing Social
5. La RSC y el Marketing 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 10. 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

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

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

 +34 958 050 205

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 formacion@inesem.es

 www.inesem.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 09:00 a 20:00h

Ver en la web

