

CURSO ONLINE DE ESPECIALIZACIÓN EN

Comunicación Corporativa Digital

Datos del Curso

Fecha de inicio: **5 de noviembre de 2024**

Fecha de fin: **10 de diciembre de 2024**

Duración: **70 horas**

Modalidad: **online**

Precio: **790 euros**

Días y horario: **24/7**

Coordinadora del Programa:

segundo@unidadeditorial.es

Presentación del Programa

La comunicación digital ha dibujado un nuevo escenario que ha transformado la manera en que se relacionan las organizaciones y las personas. Los públicos finales no sólo han tomado el protagonismo de los flujos de información, sino que han abierto el camino a las empresas al uso e integración de otros soportes y lenguajes. Plataformas, redes sociales, salas de prensa digitales, aplicaciones, foros, You Tube... las posibilidades para la transmisión de los mensajes corporativos se han multiplicado. Esto ha obligado, al mismo tiempo, a que los responsables de comunicación incorporen habilidades de las que carecían para gestionar no sólo la visibilidad y reputación de la compañía, sino también para contribuir, más que nunca, a la consecución de los objetivos de negocio. En ese camino deben aprender a rentabilizar un contexto marcado por un concepto de influencia distinto y en el que los canales permiten crear comunidades afines que deben crecer y alimentar con información al propio negocio.

CURSO ONLINE DE ESPECIALIZACIÓN EN

Comunicación Corporativa Digital

A quién va dirigido

Personas con interés, iniciativa y capacidad para desarrollar estrategias innovadoras en comunicación. Especialmente para profesionales con competencias en Comunicación Corporativa, Comunicación Interna, Reputación Corporativa, Relaciones con los Medios, Marketing y funciones relacionadas..

Profesores del curso

- Laura Vázquez Viaño, Directora de Marketing Digital en Torres & Carrera.
- Cristobal Fernandez, profesor de la UCM y experto en comunicación institucional.
- Gustavo Cordeiro, Partnerships News Lead at Google
- Natalia Sara, Directora de Señor Lobo & Friends.

Objetivos del programa

1. Conocer las oportunidades que presenta el entorno digital para los profesionales de la comunicación.
2. Determinar los objetivos y las estrategias alineadas con el negocio
3. Aprender a utilizar los recursos de los entornos digitales e integrarlos en un plan de comunicación digital coherente y ajustado a los recursos disponibles.
4. Gestionar una crisis de reputación on- off line
5. Saber monitorizar una estrategia en Medios Sociales