

Organizado por

Con la colaboración de

Expansión



Google

CURSO ONLINE

COMUNICACIÓN CORPORATIVA DIGITAL





Presentación

Descubre de la mano de grandes expertos las metodologías, técnicas y herramientas que te permitirán optimizar la comunicación digital.

La transformación digital ha revolucionado la manera en que comunican las organizaciones. 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. Vídeos, redes sociales, salas de prensa digitales, formatos multimedia, foros...las posibilidades para la transmisión de los mensajes corporativos se han multiplicado. Esto ha obligado a los responsables de comunicación a incorporar 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 entender un contexto marcado por un concepto de influencia distinto.



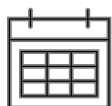
Objetivos del programa

- ✓ Optimizar las oportunidades que presenta el entorno digital para los profesionales de comunicación y determinar los objetivos de la presencia corporativa.
- ✓ Aprender a diseñar un plan de comunicación digital que aproveche las fortalezas de la empresa.
- ✓ Gestionar una crisis de reputación on- off line.
- ✓ Saber monitorizar las estrategias digitales.



Dirigido a: 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 corporativa digital se refiere. Es un programa especialmente indicado para profesionales con competencias en las áreas de Comunicación Corporativa, Comunicación Interna, Reputación Corporativa, Relaciones con los Medios, Marketing y funciones relacionadas



Calendario del curso 2026

- ❖ Del 07 al 13 de mayo. **Socialización de la comunicación corporativa.** [Prof. Laura Vázquez, socia en Incognito..](#)
- ❖ Del 14 al 20 de mayo. **Estrategia de contenidos.** [Prof. Cristóbal Fernández, Vicedecano de Comunicación en UCM.](#)
- ❖ Del 21 noviembre al 27 mayo. **Redes sociales: dinamización y gestión de plataformas.** [Prof. Cristóbal Fernández, Vicedecano de Comunicación en UCM.](#)
- ❖ Del 28 de mayo al 03 de junio. **Monitorización y medición de resultados.** y Prof. [Gustavo Cordeiro, News Partnerships Lead Google](#) y Prof. [Laura Vázquez, Head of Digital Strategy en Torres y Carrera.](#)
- ❖ Del 04 al 11 de junio. **Gestión de crisis digital.** [Prof. Natalia Sara, directora en Señor Lobo & Friends.](#)

MODULO 1. Socialización de la comunicación corporativa

En este módulo aprenderá cómo ha sido la evolución de la comunicación para las empresas y organizaciones en el ámbito digital, así como los elementos clave que intervienen en la misma para planificar de forma correcta una estrategia online.

A lo largo de las últimas dos décadas, el papel de internet ha transformado tanto los flujos de la información como el papel de compañías y públicos. La evolución de las redes sociales ha puesto el énfasis en la generación de diálogo y comunidad, pero en ese contexto, las empresas dudan sobre cómo afrontar el reto de transmitir sus mensajes, formar parte de la conversación y conservar su personalidad. En este módulo, se aprenderá a identificar los elementos y perfiles que están entrando en juego en la comunicación corporativa online, así como a entender las nuevas tendencias en este terreno.

Contenidos del módulo:

- La evolución del medio social: los mercados son conversaciones.
- Objetivos y fases de la presencia corporativa en social media.
- Los ámbitos de la comunicación y las relaciones públicas.
- Retos de la comunicación corporativa en el ámbito digital.
- Los nuevos públicos en el entorno de los medios sociales.
- La relación con los medios: otros canales, otros procesos.
- El contenido de valor añadido como factor clave.
- El storytelling y el social media hub: la capa social del contenido.
- El papel de los empleados y la socialización de la comunicación interna.
- El tono de la comunicación.

MÓDULO 2. Estrategia de contenidos

Tras la introducción al curso y la descripción de la evolución experimentada por la comunicación corporativa en el ámbito digital, entramos en el planteamiento de los contenidos como base de toda estrategia online. Partiendo de la importancia de aportar un valor añadido, el alumno conocerá las diferentes técnicas para desarrollar una narrativa propia y los formatos y soportes en que dicha narrativa puede transmitirse a través de canales digitales.

Contenidos del módulo 2:

- Desarrollo del storytelling y creación de contenido de valor añadido
- Selección de contenidos
- Marketing de contenidos: enfoque estratégico
- Medios propios: la página web corporativa y el blog corporativo
- Branded content
- Periodismo de marca

MÓDULO 3. Redes sociales: dinamización y gestión de plataformas

Una vez definidos los contenidos, utilizaremos las redes sociales como principal medio para compartirlos. Los públicos digitales apenas consumen los contenidos de forma directa en el sitio en el que se alojan, sino que lo hacen en redes sociales. Por eso es importante conocer las principales plataformas, sus usos y posibilidades: para saber a través de cuáles llegar mejor a los públicos de interés y determinar los recursos necesarios para integrarlas en un plan de comunicación.

Contenidos del módulo 3:

- Las posibilidades de las redes sociales en la difusión de los contenidos
- Redes sociales generalistas
- Redes sociales verticales
- El contenido multimedia en las redes sociales: de Instagram y YouTube a Tik tok y Twitch
- El contenido efímero
- Plataformas de mensajería social: WhatsApp
- El tono de la comunicación en las redes sociales

MÓDULO 4. Monitorización y medición de resultados

Todo plan de comunicación digital debe incluir los procedimientos necesarios para medir su evolución y resultados. Antes de iniciar una estrategia, deben fijarse los medidores del rendimiento, o KPIs, para saber si se cumplen los objetivos o si es necesario modificar las acciones marcadas para poder alcanzarlos. El alumno aprenderá los fundamentos de la monitorización de la conversación online, los aspectos a los que deberá prestar mayor

Contenidos del módulo 4:

- Métricas básicas en monitorización online: de la población (seguidores) a la interacción (engagement)
- Métricas web
- Métricas en redes sociales
- Principales herramientas de monitorización y reporting
- Fijación de KPIs
- Tipos de informes y su periodicidad
- Interpretación de datos

MÓDULO 5. Gestión de crisis digital

Saber detectar y prever las consecuencias de una posible crisis digital, así como preparar un plan de respuesta y las pautas para gestionar la crisis, será uno de los objetivos principales de este módulo formativo. Asimismo, los alumnos podrán preparar un manual de crisis.

Contenidos del módulo 5:

- Definición de crisis online
- Tipos de issues y orígenes de una crisis
- Procedimientos de gestión de crisis
- Valoración y el tono de la respuesta
- Gestión de trolls y perfiles hostiles
- Elaboración de un plan de crisis online





Metodología

Para el correcto aprovechamiento del curso, el asistente deberá dedicarle entre 7 y 10 h semanales. Los inscritos se podrá conectar al curso cuando lo desee, aunque deberán de cumplir los plazos de participación en foros y entrega de tareas que se estipule.

Concretamente, para este programa está prevista la entrega de una tarea por cada módulo y un proyecto final. Durante el programa se dispondrá en el Campus Virtual de videoconferencias para realizar tutorías en *streaming*, esas sesiones se grabarán para poder visualizarse en otro momento también.

Los asistentes emplearán su tiempo en:

- Lectura de las documentaciones.
- Visualización de vídeos, en directo a través de webinars y grabaciones.
- Preparación y participación en los foros guiados por los profesores.
- Realización de tareas o ejercicios de aprendizaje práctico

El curso se organiza en torno a cinco módulos que recorren los aspectos básicos de la comunicación corporativa digital, con el objetivo de que los alumnos sean capaces de elaborar un plan de comunicación online de principio a fin.

La superación con éxito del programa permitirá obtener el certificado de especialista en Comunicación Corporativa Digital, de la Escuela de Unidad Editorial.

Más información:

www.escuelaunidadeditorial.es.

E-mail: informacion@unidadeditorial.es

Formación bonificable a través de FUNDAE. Precio: 790 euros. 70 horas.

Condiciones de privacidad

El presente documento es propiedad de ESUE, tiene carácter confidencial y no podrá ser objeto de reproducción total o parcial, tratamiento informático ni transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, registro o cualquiera otro. Asimismo, tampoco podrá ser objeto de préstamo o cualquier forma de cesión de uso sin el permiso previo y escrito de ESUE. El incumplimiento de las limitaciones señaladas por cualquier persona que tenga acceso a la documentación será perseguido conforme a la ley.

Cualquier dato, entregado y/u obtenido por las partes como consecuencia del servicio, única y exclusivamente podrá ser utilizado o aplicado para dicho fin, no pudiendo ser entregados o cedidos a terceros.

Las partes deberán adoptar las medidas de índole técnico y organizativas necesarias para garantizar la seguridad de los datos y evitar su alteración, pérdida tratamiento o acceso no autorizado.