

Diplomado Internacional Poscrisis

La Comunicación de las Organizaciones en la era digital

Creado y dirigido por joanCosta[™]



“

Toda crisis es una oportunidad. Pero a condición de ser rápidos y saber aprovecharla. Las mejores soluciones no precisan dinero, sino inteligencia y decisión”

Enteramente online. 7 módulos Duración 4 meses (210 horas)

Abierta la matrícula

Con doble Acreditación Profesional

Retos y oportunidades

Esta crisis actual sin precedentes es planetaria, por tanto no caben diagnósticos globales ni modelos generales preestablecidos. Este virus ataca a los individuos, a cada quien de modo diferente según su estado de salud y sus defensas. Lo mismo ocurre con cada una de las empresas desde las más grandes a las pymes, así como los gremios, asociaciones y colectivos. Se requieren soluciones individualizadas. Cada empresa tiene su problemática.

Te interesa

El Curso **Optimización de la Productividad** aborda los puntos clave para superar la crisis y aprovechar las oportunidades. Es un Curso **riguroso y práctico**. Concentrado en tiempo **breve** y enteramente **online**. Basado en la **realización de proyectos, de aplicación inmediata**. Con profesores-profesionales **internacionales**. Método de teletrabajo con materiales específicos, sesiones sincrónicas de videoconferencia y **diálogo constante con los profesores**. Y con la doble Certificación de Estudios de Joan Costa Institute (España) y la Universidad Akali (México).

Optimización de la Productividad

Las empresas necesitan reactivar y optimizar la productividad. Gestionar la crisis y tomar decisiones. Plantearse estrategias creativas de renovación sustentadas en la cadena de valor que hace a la empresa competitiva. Liderar equipos, motivar y compartir las decisiones tomadas para aprovechar las oportunidades al máximo.

La gestión de los vínculos con el colectivo interno, los públicos de interés y los externos es clave. Hoy más que nunca. La fuerza del equipo es prioritaria.

El valor competitivo, cuando se trata de lanzar o relanzar un producto o un servicio en el nuevo escenario, requiere estrategias creativas. Y una de las oportunidades actuales y en el futuro es el comercio electrónico, cuyo crecimiento mundial es un dato irrefutable. La gestión del ecosistema digital será un descubrimiento apasionante para tu empresa.

Plan de estudios y Profesorado

El Programa Profesional "Optimización de la Productividad" consta de 5 módulos de 20 horas cada uno, con una duración de 2 semanas cada módulo. Con un total de 100 horas en 10 semanas de duración.

1. Gestión de crisis y toma de decisiones

El escenario resultante de una crisis obliga a la organización a plantear una estrategia de renovación, tanto de su presencia en el mundo conectado y de su interacción con él, como de las relaciones con el conjunto de públicos estratégicos, con el énfasis en la integración activa del colectivo interno, que es la gran fuerza de la organización. Liderar una situación de crisis como la actual, requiere motivar y compartir las decisiones tomadas, que deben ser comprendidas y asumidas por todos los actores internos para el éxito de la superación crítica de la organización.



Prof. José Carlos Losada

2. La gestión de los vínculos en el nuevo escenario

El objetivo real de la comunicación no se limita a la emisión de mensajes para informar o persuadir, sino que apunta a construir vínculos de calidad con los públicos internos y externos. En el nuevo el escenario poscrisis es necesario, más que nunca, que las organizaciones gestionen esos vínculos con la vista puesta en una prioridad: conseguir un auténtico compromiso recíproco, desarrollando sus proyectos con un enfoque altamente participativo y basado en los principios de la inteligencia colaborativa. Es decir, que los públicos sean no solamente los destinatarios, sino también cocreadores y corresponsables al servicio de la sostenibilidad y el bien común.



Prof. Guillermo Bosovsky

3. Innovación estratégica en productos y servicios: cómo crear experiencias

Se trata aquí de aprender a relanzar o reposicionar un producto o servicio, o lanzar y posicionar uno nuevo dotándolo de una propuesta de valor competitiva y convertirlo en una experiencia única. Últimamente se ha producido una verdadera revolución en el sistema de producción, distribución, promoción y políticas de precios de los productos y servicios. El valor competitivo ya no se encuentra en los sistemas de producción, sino en los intangibles, especialmente en los valores, lo cual sitúa la comunicación y la creatividad en el centro de la estrategia corporativa.



Prof. Jordi Morató

4. El auge del comercio electrónico

Uno de los grandes cambios propiciados por el Covid 19 ha sido el crecimiento del comercio electrónico a nivel mundial, convirtiéndose en una alternativa real y cuantificable al comercio físico, tanto para grandes empresas como para pequeños comerciantes. El comercio electrónico ha crecido de tal manera que según los datos globales de las empresas de logística y de reparto, señalan que el incremento de los envíos a domicilio ha crecido un 50%. El estudiante descubrirá los pilares del comercio electrónico, con el fin de aplicar todo aquello que debe tenerse en cuenta para abrir una tienda online y conocer cómo es nuestro cliente digital.

Prof. Diego Rivera

5. Estrategias digitales poscrisis

El estudiante aprenderá cómo enfocar los diferentes vértices de la comunicación online, tales como la gestión del ecosistema digital -donde conviven web, blog, redes sociales y otras plataformas-, *el community management*, la creación de la línea editorial y plan de contenidos en la era poscrisis, y cómo podemos integrar estos elementos dentro de nuestra estrategia digital. Así mismo, llevaremos a cabo una aproximación a conceptos esenciales que se han de tomar en consideración para integrar o potenciar el ecommerce dentro de tu estrategia digital.



Prof. Diego Rivera

PhD José Carlos Losada

Profesor titular de Comunicación Institucional y Corporativa en la Universidad de Murcia (España). Consultor en Comunicación y Branding y asesor de empresas e instituciones. Director de proyectos de investigación para instituciones públicas y privadas. Autor de varios libros y artículos publicados en medios internacionales.

PhD Guillermo Bosovsky

Investigador social y psicólogo por la Universidad Nacional de Buenos Aires. Especializado en consultoría estratégica. Profesor del Máster Internacional DirCom y Master-Brand. Director de DOXA y Director de Estudios de Joan Costa Institute. Profesor y conferenciante en diversas Escuelas de Negocios en Europa y América.

PhD Jordi Morató

Periodista corporativo. Profesor de Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual en la Universidad Autónoma de Barcelona. Director de Comunicación del Colegio de Enfermería de Barcelona. Especialista en Gestión de la comunicación en las organizaciones del ámbito sanitario. Director de Información de Joan Costa Institute.

Diego Rivera

Co-fundador y Director de Lennon Labs, Consultora en Transformación Digital. Profesor de Creatividad Online en el Máster en Dirección y Gestión del Marketing Online de la Universidad de Málaga. Profesor de Branded Content en la Universidad de La Rioja, y autor de obras sobre los algoritmos en el marketing online.