



Curso Internacional online en REPUTACIÓN CORPORATIVA

Últimas tendencias

Creado y dirigido por

El Curso Internacional online en Reputación Corporativa

Las últimas tendencias marcadas por el DirCom definen la agenda de las empresas. La gestión de la reputación corporativa integra:

- la reputación corporativa multistakeholder
- la imagen de empresa / producto / servicio multipúblicos: consumidores, usuarios y opinión pública.

Este enfoque innovador necesitaba el Curso que aquí presentamos. El primero en su género para la formación específica en gestión de la Reputación.

Plan de estudios

El Curso consta de 6 módulos de 1 mes de duración cada uno. Es impartido enteramente online por un claustro de profesores-profesionales internacionales.

1. El DirCom en la era de la Reputación

La Reputación Corporativa y su engarce sinérgico con el sistema de identidad, incluidos en el management estratégico de activos intangibles. La Cultura organizacional en la

construcción de la Reputación. La Marca Corporativa, intangible de primer orden y vehículo memorístico que sintetiza el perfil valorativo global de la organización, y su importancia en el proyecto reputacional. Ejercicios prácticos.

2. La investigación y las métricas para la Reputación

La investigación cualitativa y la inteligencia colaborativa aplicadas a la producción de *insights* y al proceso de creatividad en la elaboración de estrategias para la Reputación de organizaciones concretas. La medición de la Reputación en internet y en las redes sociales. Los estudios *tracking* de la Reputación. Sus funciones en la gestión estratégica de las organizaciones. Ejercicios prácticos:

3. Planificación y gestión de la Reputación

El papel de las tecnologías de la información en la gestión de los intangibles y la aparición y el papel de los *Webfluentials*. El modelo de gestión de la reputación, a través de los *stakeholders*, a partir del estudio y análisis de la percepción de esos grupos de interés. Cómo medir la reputación a partir de la información publicada en los medios de comunicación. Ejercicios prácticos:

4. Riesgo reputacional y su prevención

Investigación de los riesgos reputacionales de la organización: determinación de los escenarios de crisis potenciales y su influencia en la reputación. Internet como escenario creciente de riesgos para la reputación de la organización. La preparación de la organización para los riesgos reputacionales: La preparación humana: entrenamiento de portavoces y directivos. Ejercicios prácticos:

5. Liderazgo reputacional

Construcción de la estrategia de liderazgo según el mapa de *stakeholders*. Modelos de acción a largo plazo. Recursos a disponer. Alineamiento del liderazgo interno y externo. El liderazgo reputacional en el marco de la globalización y la sociedad de redes. La gestión del cambio organizacional en un contexto de incertidumbre. El liderazgo reputacional y la licencia social operativa. Ejercicios prácticos:

6. Periodismo de fuente en la gestión de la Reputación

Los valores intangibles son los verdaderos protagonistas de las organizaciones. Esto sitúa la comunicación en una posición estratégica donde se evalúan los intangibles a partir de indicadores comunicativos. Aprenderás a identificar los hechos noticiosos de las organizaciones, a conocer las particularidades del trabajo periodístico y a utilizar las técnicas propias del periodismo de fuente. Ejercicios prácticos

Las ventajas de este Curso

Capacitar al DirCom y a los responsables de la comunicación en la gestión reputacional, es hoy tan importante para la creación de valor, como para la excelencia y la competitividad de las empresas y organizaciones.

Este Curso ofrece los conocimientos y habilidades para la gestión de los activos intangibles que integran la Reputación. Dominarás el manejo de los métodos y técnicas de la Imagen pública y la Marca Corporativa. El Curso incluye la investigación y las métricas para el diagnóstico y las estrategias reputacionales, el mapa de *stakeholders*, el relato corporativo y el plan de conexión e interacciones. Pero también te asegura evitar los riesgos reputacionales, a lo cual el Curso dedica la atención que el tema merece. Otros puntos fuertes para el DirCom son la gestión de las variables del Liderazgo: buen gobierno, innovación, reputación interna, ciudadanía, solvencia financiera y ética. Con el apoyo instrumental indispensable del periodista de fuente, que es la mano derecha del DirCom en la gestión reputacional.

El Curso de Reputación Corporativa firmado por Joan Costa es el más avanzado y el único en su género. Ofrece una formación completa y sobre todo práctica, a cargo de un equipo de profesores internacionales de primera línea con amplísima experiencia profesional y en consultoría corporativa.

Más información:

Mercè Costa

mercecostam@gmail.com

