

Programa Ejecutivo
Innovación para el Crecimiento

Management y Comunicación Interna

Liderar proyectos. Liderar equipos

Estrategias Digitales de Gestión

Comunicación de Síntesis

Creado y Dirigido por

joanCosta



Programa Ejecutivo DirCom de Innovación para el Crecimiento

El nuevo Programa Ejecutivo DirCom que aquí se presenta, tiene por objeto el aporte de conocimientos y habilidades para los responsables de la Comunicación, Management, Talento Humano, Marketing, Información y liderazgo de proyectos y de equipos en momentos de cambio y orientados al futuro.

La importancia creciente de la Cultura Corporativa, las Comunicaciones internas, la elaboración de proyectos transformadores, la incidencia de la revolución digital y la necesidad de una cultura de comunicación de síntesis de alto valor informativo y ejecutivo, constituyen en conjunto un **nuevo management empresarial e institucional** para el crecimiento sostenible.

El Programa Ejecutivo DirCom, creado por *Joan Costa Institute* y dirigido por Joan Costa, es un curso intensivo de 10 semanas de duración basado en **experiencias prácticas de aprendizaje**. Cada módulo incluye la realización de ejercicios prácticos de aplicación inmediata y 3 días de Foro de debate obligatorio. Y un total de 16 horas de sesiones sincrónicas de videoconferencias durante todo el Programa Ejecutivo.

Ficha técnica

Modalidad: totalmente Online

Impartición: 4 módulos online

Duración: 10 semanas

Certificado Acreditativo de Joan Costa Institute



Plan de Estudios

1. Cultura Corporativa y Comunicación Interna

La Cultura Corporativa es la suma de su propósito o misión, transmitida desde el liderazgo y que impregna las decisiones y la conducta de la organización. Algo que se aprende con el ejemplo de los directivos y que no requiere formación porque es la materialización de la Identidad Corporativa: lo que hace a la organización única, directa e incopiable.

La Comunicación Interna es el sistema nervioso que irriga la vida de la organización. Trabajaremos en el redescubrimiento de las fortalezas y valores fundamentales que son el soporte de nuestra identidad para optimizarlos actualizándolos de cara al proyecto de cambio. Y planeamos una estructura fundada en la simplicidad inteligente que incluye el filtrado selectivo de datos e información para reducir la complejidad en la toma de decisiones.

2. Liderar proyectos, Liderar equipos

Las organizaciones necesitan referentes que las orienten al futuro. Los líderes son los que hacen seguidores. No es una cuestión de autoridad o de jerarquía, sino de sensibilidad, empatía y orientar energías hacia donde son necesarias para evitar disfunciones y construir oportunidades de crecimiento para todos. Liderar proyectos es estimular a escala individual. La estrategia es inseparable de las personas que la operan y que estructuran compromisos a partir de liderazgos solventes. Promover liderazgos con este perfil es construir futuro.

La comunicación de síntesis es estrategia y requiere formación. Las agencias de directivos y profesionales están copadas y el día a día con sus urgencias lo ocupa todo. La síntesis es brevedad y consiste en hablar menos, no consumir un tiempo desproporcionado para decir lo que se requiere decir, y evitar repeticiones. En las organizaciones, el principal terreno de la brevedad son las reuniones, y los que tienen responsabilidad deben dar ejemplo de sus breves y precisos cuando dirigen una reunión. Aplicaremos métodos de comunicación de síntesis, que son la expresión de la cultura corporativa.



3. Estrategias digitales en gestión y Comunicación integrada

La revolución digital y la transformación tecnológica actual de las organizaciones. Evolución de los hábitos: la transcepción, nuevas formas de consumo audiovisual, el fenómeno multipantalla, el tiempo encontrado. Las claves tecnológicas en el mundo de los negocios. Internet y las redes sociales. De la comunicación a la confianza. Los contenidos y el storytelling. Branded Content, evolución de la comunicación hacia las imágenes y el vídeo. Social business. El papel de los medios sociales en la rentabilidad integral de las compañías. Casos y Ejercicios prácticos.

4. Comunicación de síntesis y Visualización estratégica

Hacer visible y comprensible lo que no se ve, no se sabe o no se entiende, es el objetivo principal de la Comunicación de Síntesis. Pondremos bajo el foco la importancia de la comunicación visual y la necesidad de crear, a través de un proceso de análisis y síntesis, una clara exposición visual de los proyectos de cambio y sus procesos para su ejecución de forma clara, convincente y motivante. Aplicaremos las mejores formas de visualizar datos e ideas complejas dependiendo de su naturaleza y del objetivo de comunicación mediante diferentes metodologías incluyendo el razonamiento analógico.

Información: jci@joancostainstitute.com