



SELECT  
BUSINESS SCHOOL

# MÁSTER

## MÁSTER EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL +  
RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS

SBS029



## DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para directivos, ejecutivos y profesionales de empresa con crecientes niveles de responsabilidad que quieran asegurar su recorrido ascendente en la empresa con una especial elevación y consolidación de competencias.

## ¿QUIÉNES SOMOS?

SELECT BUSINESS SCHOOL es una Escuela de Negocios líder y pionera en programas de formación Mixtos (A distancia + Online) especializada en desarrollo de programas formativos del entorno Administración y Dirección de Empresas y Marketing.

Pertenece a GRUPO ESNECA FORMACIÓN, el Grupo de Formación líder a Nivel Nacional, con 11 escuelas y más de 6000 alumnos anuales, con una satisfacción media de nuestros alumnos (\*) de 9'1 sobre 10, donde nuestras escuelas aparecen como líderes en demanda y satisfacción de los alumnos.

(\*) Información basada en opiniones de nuestros alumnos en la página líder nacional en formación (<http://www.emagister.com/>)

## MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ONLINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

## SALIDAS PROFESIONALES

Algunos trabajos o roles que suelen ser desempeñados por titulados con este máster son los siguientes:

- Responsable en Comunicación Corporativa
- Redactor, reportero, ENG, corresponsal.
- Gestión de la base de datos
- Gestión del contenido web
- Gestión de la marca empresarial
- Community manager, social media manager.
- Organización de eventos

## POSIBILIDAD ESTANCIAS FORMATIVAS EN EMPRESAS

El Máster puede incluir Estancias Formativas en Empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.

## DURACIÓN

La duración del curso es de 1.500 horas.

## IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: 3880€

**IMPORTE ACTUAL: 1940€**

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA", de SELECT BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de AEC y AEEN máximas instituciones españolas en formación y calidad

Los diplomas llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo - DQ y Universidad de CLEA con un reconocimiento de **60 ECTS**.

# CONTENIDO FORMATIVO

## PARTE 1. HABILIDADES DIRECTIVAS PARA EL EMPRENDEDOR

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO

1. El proceso directivo
2. Liderazgo
3. Motivación

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

4. Introducción
5. El contenido de los procesos de dirección
6. La dimensión estratégica de la dirección
7. Dimensión ejecutiva de la dirección
8. El desarrollo de la autoridad

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación
3. Cuestiones prácticas

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS RELACIONES GRUPALES

1. El funcionamiento del grupo
2. El rol en el grupo
3. El liderazgo en el grupo
4. La comunicación en el grupo

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

1. Técnicas de grupo grande
2. Técnicas de grupo mediano
3. Técnicas de grupo pequeño
4. Técnicas de trabajo o producción grupal
5. Técnicas de dinamización grupal
6. Técnicas para el estudio y trabajo de temas
7. Técnicas de evaluación grupal

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7 LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS (I)**

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. La asertividad
3. La empatía
4. La escucha activa
5. La autoestima

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO**

1. Liderazgo
2. Enfoques en la teoría del liderazgo
3. Estilos de liderazgo
4. El papel del líder

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. PREVENIR, AFRONTAR Y RESOLVER EL CONFLICTO**

1. Estrategias para prevenir el conflicto
2. La gestión de conflictos: principios básicos
3. Estrategias para resolver conflictos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIÓN LABORAL**

1. La motivación en el entorno laboral
2. Teorías sobre la motivación laboral
3. El líder motivador
4. La satisfacción laboral

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA COMUNICACIÓN**

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras de la comunicación
4. La comunicación efectiva
5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

## **UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA**

1. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
2. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
3. La comunicación interna de la empresa
4. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
5. La comunicación externa de la empresa
6. La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
7. Herramientas de comunicación interna y externa

## **PARTE 2. OPERACIONES DE COMUNICACIÓN**

### **UNIDAD FORMATIVA 1. COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES PROFESIONALES.**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1 PROCESOS Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN SITUACIONES PROFESIONALES DE RECEPCIÓN Y TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN**

1. La comunicación como proceso.
  - Funciones.

- Elementos.
  - Diferencia entre información y comunicación.
  - Fases de la comunicación.
  - Lenguajes utilizados para comunicaciones.
  - Clases de comunicación: auditivas, visuales y táctiles.
  - Selección y organización del contenido de mensajes.
2. Técnicas de comunicación efectiva.
- Factores que influyen en los comportamientos y señales de escucha.
  - Barreras y dificultades.
  - Soluciones.
  - Comunicaciones eficaces: feed-back, escucha empática y activa.
3. La comunicación y la empresa.
- Principios de la comunicación.
  - Formas de comunicación en la empresa: interna y externa.
  - Comunicaciones internas: verticales, transversales y formales e informales.
  - Comunicaciones externas: entrada y salida.
  - Medios empleados en las comunicaciones empresariales.
  - Comunicaciones urgentes.
4. Los flujos de comunicación:
- Diagramas de flujo.
  - Información gráfica.
5. Pautas de comunicación e imagen corporativa.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. PAUTAS DE COMPORTAMIENTO ASERTIVO EN SITUACIONES DE TRABAJO**

1. Estilos de respuesta en la interacción verbal:
- Asertivo
  - Agresivo.
  - No asertivo.
2. El comportamiento verbal.
3. El comportamiento no verbal.
4. Principales técnicas de asertividad: disco rayado, banco de niebla, aserción negativa, interrogación negativa, autorrevelación, libre información, compromiso viable.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS CONFLICTOS CON PERSONAS INTERNAS O EXTERNAS DE LA EMPRESA**

1. El conflicto en las relaciones de trabajo.
- Características de los conflictos.
  - Tipos de conflictos: grupal, individual, normativo económico, pacífico, violento, positivo, negativo.
2. Tratamiento de los conflictos.
- Identificación del conflicto.
  - Causas y consecuencias de los conflictos.
  - Conflictos relacionados con la tarea.
  - Conflictos relacionados con las relaciones interpersonales.
  - Comportamientos y señales básicas.
  - Pautas de actuación personal como forma de solución: el diálogo.
  - El conflicto como oportunidad de cambio.

## UNIDAD FORMATIVA 2. COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA EN LA EMPRESA.

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN ORAL

#### 1. El lenguaje oral.

- Concepto y características.
- Características de los mensajes orales.
- Elementos de la comunicación oral.
- Funciones de la comunicación oral.
- Clases de comunicación oral: inmediatas, individuales o colectivas.
- Planificación de la comunicación oral.
- Formas de comunicación oral: entrevista, reunión, debate.

#### 2. La comunicación no verbal.

- Los mensajes en la comunicación no verbal: voluntarios e involuntarios.
- Recursos no verbales en la comunicación oral: entonación, gestuales y espaciales.
- Aspectos importantes en la comunicación no verbal: mirada, postura, gestos.

#### 3. La comunicación verbal y no verbal en la comunicación presencial.

- Pautas de comportamiento e imagen corporativa.
- Normas para conversar.
- Reglas para escuchar.
- Criterios de calidad: empatía, amabilidad.
- Tratamiento de las objeciones.
- Las quejas y reclamaciones.

#### 4. La comunicación telefónica.

- El teléfono en la actividad empresarial.
- Pautas de atención telefónica en la empresa: voz, sonrisa, silencio, expresión, etc.
- Reglas para efectuar una llamada de teléfono.
- Pasos para contestar una llamada de teléfono.
- Protocolos de tratamiento.
- Barreras y dificultades en la transmisión de información.
- Tipos de llamadas telefónicas.
- Sistemas de comunicación telefónica en la empresa.
- Búsqueda de información telefónica.

#### 5. Normas de seguridad, registro y confidencialidad en la comunicación presencial y telefónica.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN ESCRITA

#### 1. La escritura como medio de comunicación.

- El mensaje escrito: concepto.
- Características del mensaje escrito.
- Tipos de comunicaciones escritas.
- Principios en la redacción para la eficacia del mensaje escrito.
- Planificación de los textos.
- La corrección sintáctica y gramatical.
- Los signos de puntuación.
- Las abreviaturas y siglas.

#### 2. Equipos y sistemas de comunicación escrita.

- Los sistemas de comunicación: concepto.
- El ordenador.
- Otras herramientas de comunicación: fax.

#### 3. Comunicaciones escritas internas de carácter breve.

- Concepto.

- Tipos de comunicaciones internas.
- Los avisos: concepto y forma de elaboración.
- Los rótulos: tipos de soporte y papeles, instrumentos y técnicas.
- Los comunicados de régimen interior: concepto y forma de elaboración.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. APLICACIONES Y MEDIOS INFORMÁTICOS QUE INTERVIENEN EN LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL**

1. El correo electrónico:
  - Elementos que lo componen.
  - Envío de correos.
  - Recepción de correos.
  - Archivo de correos.
2. La agenda electrónica:
  - Contactos.
  - Tareas.
  - Notas.
  - Calendario.
3. Procesador de texto:
  - Estructura de un procesador de texto.
  - Funciones de un procesador de texto.
  - Gestión de documentos.
  - Modelos de documentos: fax, memorandum, etc.
  - Aplicación de formato a documentos.
  - Edición de documentos.
4. Impresión de documentos.

## **PARTE 3. RELACIONES PÚBLICAS**

### **MODULO 1. COMUNICACIÓN**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN**

1. Concepto de la comunicación
2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Tipos de comunicación
5. Efectos y obstáculos de la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA**

1. Comunicación e información
2. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
3. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
4. Tipos de comunicación en la empresa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA**

1. La comunicación interna
2. La comunicación externa
3. Herramientas de comunicación interna y externa



## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL**

1. La Comunicación comercial
2. Fuentes de información de la comunicación comercial
3. Identidad e imagen corporativa

## **MODULO 2. PUBLICIDAD**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD**

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE**

1. El departamento de publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA**

1. La agencia de publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD**

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad
4. Estrategias publicitarias

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS**

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Cómo montar una operación de Relaciones Públicas

## **MODULO 3. RELACIONES PÚBLICAS Y LA WEB 2.0: EXPERTO EN MARKETING VIRAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA**

1. Concepto de protocolo
2. Tipos de protocolo
3. Protocolo en la empresa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING**

1. Introducción
2. La publicidad y la Web
3. El marketing unidireccional de la interrupción
4. Antiguas normas del marketing
5. Las relaciones públicas y la prensa
6. Antiguas normas de las relaciones públicas
7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas

## **UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER**

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

## **UNIDAD DIDÁCTICA 13. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)**

1. Medios sociales
2. Redes sociales

## **UNIDAD DIDÁCTICA 14. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)**

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

## **UNIDAD DIDÁCTICA 15. MARKETING VIRAEL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES**

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

## **MÓDULO 4. CDROMMARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS**

## **PARTE 4 PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN**

### **MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. APROXIMACIÓN AL PROTOCOLO**

1. ¿Qué es el protocolo?
2. El sesgo cultural en el protocolo
3. Actos públicos/Actos privados
4. Normativa sobre protocolo
5. Protocolo y sector privado
6. Tipos de protocolo

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DESTACADOS EN EL PROTOCOLO**

1. Ámbito Universitario
2. Los espectáculos públicos
3. Ámbito Judicial
4. Ámbito Militar
5. Corporaciones Locales
6. Ámbito Empresarial
7. Ámbito Social

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTOCOLO SOCIAL**

1. Introducción: el concepto de cortesía
2. Las fórmulas de tratamiento
3. Saludos y despedidas
4. Las presentaciones
5. La puntualidad
6. El vestuario
7. Ceremoniales y costumbres sociales mundiales
8. Cuándo fumar

## **MÓDULO 2. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN**

1. Conceptualización de la comunicación
2. Elementos constitutivos de la comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Obstáculos en la comunicación
5. Tipos de comunicación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS**

1. Habilidades conversacionales
2. La escucha
3. La empatía
4. La reformulación
5. La aceptación incondicional
6. La destreza de personalizar
7. La confrontación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA**

1. La publicidad
2. Identidad corporativa

## **MÓDULO 3. PROTOCOLO INSTITUCIONAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÍTULOS NOBILIARIOS, TRATAMIENTOS HONORÍFICOS Y CONDECORACIONES**

1. Títulos nobiliarios
2. Los tratamientos honoríficos
3. Las condecoraciones

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA CORONA ESPAÑOLA**

1. La Familia Real
2. Simbología Real
3. Atribuciones reales
4. Honores correspondientes a la Corona
5. La Casa Real y las relaciones con la Corona

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. ELEMENTOS Y SIMBOLOGÍA EN EL PROTOCOLO ESPAÑOL**

1. Elementos y símbolos del Estado
2. Las Comunidades Autónomas

## **MÓDULO 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA**

1. Necesidad del protocolo en la empresa
2. Saber ser y saber estar en la empresa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL**

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2. La formación comunicacional de los directivos
3. Cómo hablar en público
4. El comportamiento ante los medios de comunicación

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES**

1. Cómo se planifica un acto público
2. Tipos de eventos
3. La seguridad en los actos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (I)**

1. Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
2. Formas de composición organizativa de las ferias
3. Organización de un recinto ferial
4. Gestión operativa de un Certamen ferial

### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)**

1. Oferta y demanda de eventos feriales
2. Marketing y comunicación ferial
3. Comercialización del evento

### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)**

1. Precongreso
2. El congreso: días previos y celebración
3. La candidatura
4. El Comité Organizador
5. Definición del Congreso
6. Naturaleza del congreso
7. Objetivos
8. Participantes
9. Elección de sede y fechas

10. La imagen
11. Medios
12. Comité de Honor

### **UNIDAD DIDÁCTICA 16. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)**

1. Las Secretarías del Congreso
2. Financiación del congreso
3. Postcongreso

### **UNIDAD DIDÁCTICA 17. INVITACIONES, PRESIDENCIAS Y PRECEDENCIAS**

1. Las invitaciones
2. Las mesas
3. Las presidencias
4. Las precedencias
5. Colocación de los invitados