

RA1. Técnicas de comunicación institucional y promocional

Este resultado de aprendizaje se alcanzará a través de la consecución de los siguientes objetivos, incluidos en diferentes unidades.

OBJETIVOS

Unidad 1. La organización empresarial.

- Analizar la necesidad de establecer estructuras.
- Conocer los principales modelos organizativos empresariales.
- Diferenciar organización formal e informal.
- Conocer la utilidad práctica de los distintos tipos de organigramas.
- Diferenciar las distintas funciones del personal en la organización.

Unidad 6. Comunicación empresarial e imagen corporativa.

- Transmitir una visión general de la comunicación.
- Conocer los elementos de la comunicación.
- Analizar el proceso.
- Reflexionar sobre las barreras y errores de la comunicación.
- Reflexionar sobre la importancia de la imagen corporativa en los procesos de información y comunicación en las organizaciones.
- Asumir la importancia en la comunicación personal y profesional de las redes sociales.
- Valorar las ventajas e inconvenientes de la comunicación en las redes sociales.
- Conocer las principales normas de netiqueta que deben aplicarse en las redes.
- Reflexionar sobre la influencia de este nuevo modo de comunicación en el ámbito de las empresas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1. Caracteriza técnicas de comunicación institucional y promocional, distinguiendo entre internas y externas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los tipos de instituciones empresariales, describiendo sus características jurídicas, funcionales y organizativas.
- b) Se han relacionado las funciones tipo de la organización: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
- c) Se ha identificado la estructura organizativa para una asistencia o la prestación de un servicio de calidad.
- d) Se han relacionado los distintos estilos de mando de una organización con el clima laboral que generan.
- e) Se han definido los canales formales de comunicación en la organización a partir de su organigrama.
- f) Se han diferenciado los procesos de comunicación internos formales e informales.

- g) Se ha valorado la influencia de la comunicación informal y las cadenas de rumores en las organizaciones, y su repercusión en las actuaciones del servicio de información prestado.
- h) Se ha relacionado el proceso de demanda de información de acuerdo con el tipo de cliente, interno y externo, que puede intervenir en la misma.
- i) Se ha valorado la importancia de la transmisión de la imagen corporativa de la organización en las comunicaciones formales.
- j) Se han identificado los aspectos más significativos que transmiten la imagen corporativa en las comunicaciones institucionales y promocionales de la organización.

CONTENIDOS

Los contenidos concretos a impartir para la consecución de los objetivos expresados son:

Unidad 1. La organización empresarial.

- 1. Organizaciones empresariales.
 - 1.1. Concepto y clasificación de organización empresarial.
 - 1.2. Objetivos de las organizaciones empresariales.
 - 1.3. Elementos de las organizaciones empresariales.
- 2. Funciones en la organización empresarial.
 - 2.1. La función directiva.
- 3. Modelos de organización y sus organigramas.
 - 3.1. Organización lineal o jerárquica o de Fayol.
 - 3.2. Organización funcional o de Taylor.
 - 3.3. Organización lineal y de asesoramiento (*staff*).
 - 3.4. Organización por comités.
 - 3.5. Organización matricial.

Unidad 6. Comunicación empresarial e imagen corporativa.

- 1. Comunicación en la empresa.
- 2. Tipos de comunicación en la empresa.
 - 2.1. Comunicación interna en la empresa.
 - 2.2. Comunicación externa en la empresa.
 - 2.3. Comunicación externa a través de Internet.
- 3. Recepción de visitas. Habilidades sociales y protocolo en la empresa.
- 4. Redes sociales.
 - 4.1. Redes sociales generales.
 - 4.2. Redes sociales especializadas.
- 5. Aplicaciones de mensajería instantánea.
- 6. Identidad e imagen corporativa en las organizaciones.
 - 6.1. Identidad corporativa en la empresa.
 - 6.2. Manual de identidad corporativa.
 - 6.3. Imagen corporativa en la empresa.