



La comunicación interna como instrumento de gestión en las organizaciones

Uno de los axiomas de Watzlawick, en su teoría de la comunicación humana, dice que es imposible no comunicar. Todo comportamiento es una forma de comunicación.

Durante mucho tiempo, las organizaciones se han centrado más en la comunicación externa y no tanto en la interna, quizá porque no se ha tenido en cuenta como una herramienta que sirve, no sólo para informar o recordar, sino también para motivar y persuadir.

La comunicación interna contribuye a gestionar el conocimiento y favorece los procesos de cambio. Si no se internaliza la comunicación, los/as empleados/as tienen visiones diferentes sobre un mismo trabajo o no comprenden la misión, la visión y los valores. Por eso, el objetivo fundamental de la comunicación interna es alinear a los/as trabajadores/as para conseguir un objetivo común.

Son muchos los beneficios de la comunicación interna, desde la mejora de la implicación del personal, el cambio de actitudes y el aumento del sentido de pertenencia, la motivación, la profesionalidad y la productividad.

ENTIDAD ORGANIZADORA:

Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid.

Duración:

10 horas

Fechas y horario:

25 y 26 de Septiembre de 2019
09:00h-14:00h

Precio:

No socios: 195.-euros

Socio: 15 % Dto.

Socio Corporativo: 20 % Dto.

Para que su empresa pueda ser socia del Club Cámara Madrid y beneficiarse de ésta y muchas más ventajas, consúltenos. Telf.: 91 538 36 00/35 00, por correo clubcamara@camaramadrid.es

Lugar de celebración:

Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid.

Pza. Independencia, nº 1
28001 Madrid

Inscripción online:

www.camaramadrid.es

Tel. 91 538 35 00

jornadas.rrhh.rsc@camaramadrid.es

Ponente: Susana Cruces Dopico

Es Licenciada en Geografía e Historia por la UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID. Es Máster en Recursos Humanos por ICADE-Universidad Pontificia de Comillas y Máster en Gestión Comercial y Marketing por ESIC-Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing.

Ha publicado los siguientes artículos:

"Calidad: una tarea de todos"

"Despertando la pasión por el cliente"

"Si lo sé, lo cambio"

"Y a ti... ¿te motiva el cambio?"

"Las claves del poder personal: un modelo para gestionar Positivamente el cambio"

"En el camino de la reinención; no te desanimas"

"Transforma amenazas en oportunidades"

"Afronta positivamente el cambio"

Objetivos y contenidos del taller:

Objetivos:

Al finalizar el taller, las personas participantes:

- Serán conscientes de la importancia de la comunicación interna y que la eficacia de la misma, depende, en gran medida, de su "actitud dialogante".
- Conocerán el impacto de la comunicación interna en el clima laboral, como elemento de implicación, de motivación del personal y como herramienta de gestión del conocimiento.
- Habrán practicado las herramientas y técnicas, para llevar a cabo un plan de comunicación interna, trabajando sus fases y proceso.

Descripción:

Sesiones de trabajo, en formato "taller", en las que se emplea una metodología activa y participativa, de dinámica individual y de grupo, donde la persona participante se constituye en agente de su propia formación y desarrollo. El eje de trabajo de todo el taller, es la elaboración de un plan de comunicación interna.

Metodología:

- Explicaciones introductorias de cada apartado.
- Ejercicios, dinámicas y actividades de sensibilización.
- Trabajo en grupo para elaborar el plan de comunicación interna.

Temario:

1. Comunicación interna: Concepto, objetivos y evolución.
2. La estrategia comunicacional dentro de la estrategia organizacional.
3. Comunicación interna y gestión del conocimiento.
4. El plan de comunicación interna: Qué es y para qué sirve.
5. Proceso para realizar el plan de comunicación interna.
6. Elementos del plan de comunicación interna.
7. El punto de partida: Diagnóstico y planificación.
8. Definiendo objetivos: Generales y específicos.
9. ¿Quién es mi público objetivo? Criterios de segmentación.
10. El mensaje a transmitir.
11. Hoja de ruta: Etapas, obstáculos a superar y apoyos a obtener.
12. Personas, procesos, medios técnicos y materiales.
13. Periodificación y cuantificación.
14. Herramientas: Canales, medios, soportes.
15. Estrategia y acciones.
16. Las nuevas tecnologías y su impacto en la comunicación interna.
17. La evaluación del plan de comunicación interna.

Dirigido a:

CEOs, directores/as y personal técnico de RR.HH, integrantes de departamentos de comunicación corporativa, etc., que deseen mejorar su gestión empresarial a través de herramientas que fomenten una adecuada comunicación interna.