

● | 2023

**PROGRAMA
INTERNACIONAL
EJECUTIVO**

COMUNICACIÓN INTERNA

EXPERIMENTA CONECTA INDAGA

LIDERA



TE PREPARAMOS PARA LIDERAR EL CAMBIO.



PERFIL PROFESIONAL

- El Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Interna es un curso intensivo diseñado cuidadosamente para responsables de áreas de comunicación interna y recursos humanos, estudiantes de las carreras de Comunicación, Periodismo, Psicología Organizacional, así como profesionales que estén interesados en complementar su formación académica y en desarrollar su potencial.
- El grupo es reducido, para garantizar la participación y el debate de los asistentes. La selección minuciosa de los alumnos garantiza un grupo homogéneo, condición clave para un aprendizaje profundo y desarrollar el networking cualitativo con compañeros y docentes.



DURACIÓN Y MODALIDAD

- Carga lectiva: 24 horas
- 12 sesiones síncronas
- Metodología 100 % online
- Clases en directo



FECHA DEL PROGRAMA Y HORARIO

- **Inicio:** 12 de octubre
- **Martes y Jueves:** 19:00 - 21:00 horas (UTC -5)



DIPLOMAS DEL PROGRAMA

- Diploma Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Interna de EIC
- Diploma Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Interna de UPAL

COMPE TENCIAS

El Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Interna es un programa de formación integral que profundiza en la necesidad de un nuevo enfoque y aproximación en el diseño y desarrollo de la estrategia de comunicación interna vinculado a los objetivos del negocio.

En el contexto actual, la comunicación interna juega un rol más estratégico, cada vez más necesario para diversas organizaciones. Es por ello que muchos profesionales de las comunicaciones están interesados en conocer mejor este escenario y adquirir nuevos conocimientos para desempeñarse en este rol dentro una organización.

Este programa entrega las herramientas necesarias para introducirse en las comunicaciones internas de una organización, pudiendo entender mejor su rol y cómo generar planes estratégicos de CI vinculados a los objetivos de la organización.

El Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Interna ofrece el acceso a las nuevas herramientas y competencias que los profesionales necesitan para alcanzar el máximo impacto y conseguir los objetivos marcados. Además, aborda los temas más relevantes que deben dominar los profesionales que quieren tener una visión global del escenario actual, especialmente aquellos que desean ocupar puestos de responsabilidad en una sociedad donde empresas y organizaciones han de reforzar su competitividad y propuesta de valor en un mundo cada vez más complejo y globalizado.

Gracias a su diseño y especialización, el programa ofrece la actualización de conocimientos de la mano de grandes referentes en activo. Tanto el contenido como el claustro y los casos tratados se seleccionan para atender la demanda de todos aquellos directivos que buscan una perspectiva internacional. Durante el programa, se compartirán algunos casos de estudio, sobre todo, se ofrecerán elementos prácticos y conocimientos que te permitirán poner en marcha estas acciones en tu día a día.

Realizar este programa garantiza obtener los conocimientos y las herramientas necesarias para abordar los retos que plantea la sociedad de la información actual en un entorno globalizado y orientar de manera conveniente una carrera como directivo. Además, aporta un valor adicional, porque permite desarrollar el networking cualitativo con compañeros y docentes.



OBJETIVOS

El Programa Internacional Ejecutivo en Comunicación Interna está concebido para que los asistentes aprendan a conocer y leer una organización, permitiendo así poder generar una estrategia de comunicación interna acorde a sus necesidades y su cultura.

- **Comprender** el rol estratégico de la comunicación interna y su vinculación con los objetivos organizacionales.
- **Comprender** los ámbitos relevantes de diagnóstico previo a la generación de una estrategia de comunicación interna.
- **Adquirir** conocimientos de cómo diseñar un plan de comunicación interna.
- **Adquirir** conocimientos y capacidades para poder desarrollar estrategias a partir de las necesidades de los diferentes grupos de interés.
- **Facilitar** la gestión de proyectos con más agilidad y rapidez para llevar a la práctica ideas innovadoras a través de metodologías que mejoren los procesos internos.

METODOLOGÍA

El enfoque del curso implica el uso de metodologías dinámicas e interactivas que permitirán a los participantes aprovechar al máximo las sesiones y actividades propuestas.



POR QUÉ SER PARTE DE EIC

BENEFICIOS CLAVE

- Fomento de la capacidad ejecutiva, potenciando el pensamiento estratégico, impulsando la iniciativa profesional y mejorando las habilidades directivas de cada individuo.
- Desarrollada a través de un ecosistema digital de nivel internacional.
- Reforzada con entornos de aprendizaje que permitirán que los estudiantes interactúen con los mentores durante las clases síncronas.
- Componentes asíncronos a disposición desde el primer día de clase.
- Grabación de las sesiones síncronas para poder revisarlas de forma continua.



LÍDERES INTERNACIONALES

Contamos con mentores internacionales que destacan en mercados altamente competitivos.



FLEXIBILIDAD

Los estudiantes de los programas y másteres accederán a sesiones en vivo. Todas las clases quedarán grabadas y alojadas en el aula virtual. En caso el estudiante no pueda conectarse, podrá revisar los materiales en la plataforma.



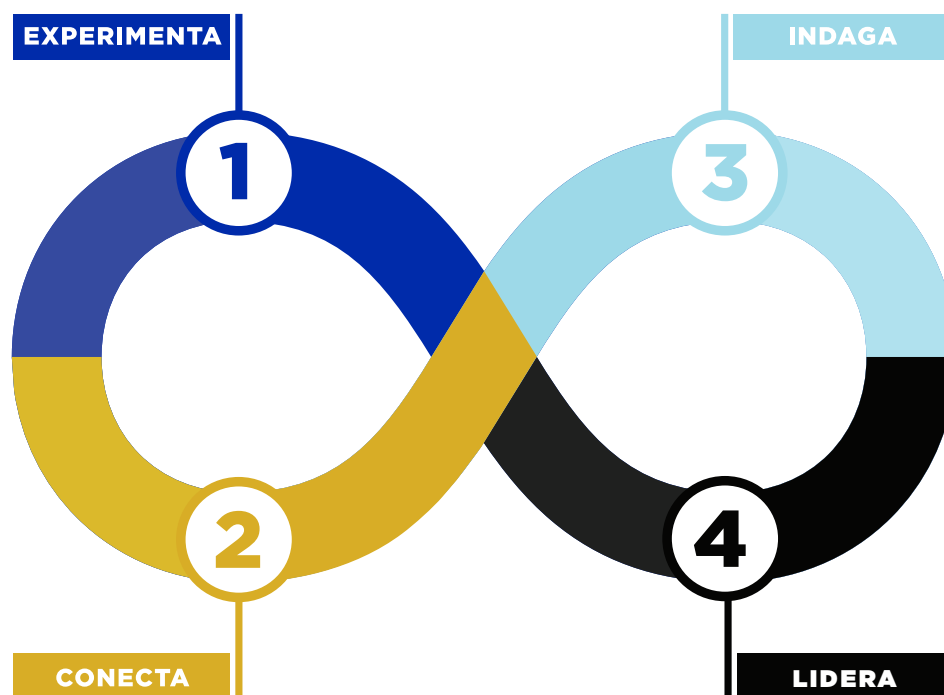
EIC ALUMNI

Una comunidad diseñada para los egresados de EIC. Luego de culminado el programa, se mantiene la cuenta de correo electrónico, el acceso a seminarios y charlas gratuitas y exclusivas.

A close-up photograph of a person's hands pointing at a laptop screen. The person is wearing a light-colored shirt and a white smartwatch. The background is blurred, showing other people in a meeting setting. The image is overlaid on a black rectangular background.

**IDEAS
QUE
CAMBIAN
AL MUNDO.**

MODELO DE APRENDIZAJE



EXPERIMENTA

Un aprendizaje basado en proyectos, investigación formativa y creación de conocimientos de manera colaborativa con base en las intervenciones en la comunidad.

INDAGA

Podrás conceptualizar los nuevos conocimientos a través de un acompañamiento y coaching del docente a las actividades individuales o grupales, como parte de la formación profesional.

CONECTA

Lidera tu propio aprendizaje en una escuela centrada en la persona, en donde promovemos el autoconocimiento, la formación de equipos, la inclusión y la autonomía.

LIDERA

Desarrollarás las competencias necesarias para liderar y conducir grupos de personas. Aplicarás tus conocimientos, saberes y experiencias en casos, oportunidades o problemas reales contextualizados.



CONTENIDOS DEL PROGRAMA

1. ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA: ANÁLISIS DE TENDENCIAS INTERNACIONALES. Por Christian Gutiérrez:

La comunicación interna es una disciplina en pleno auge. Una tendencia al alza que dota a las organizaciones de un valor intangible esencial para lograr la captación y permanencia del talento. Las empresas líderes han desarrollado hábitos y estrategias en la gestión de la comunicación interna que pueden ser analizados y replicados. Otro elemento que permite analizar la trazabilidad de la evolución de la disciplina son distintas investigaciones como los informes de Latin American Communication Monitor, el Diagnóstico CI2023 LATAM y la Encuesta de CI de la Universidad ECCI.

2. EL ROL DE LOS LÍDERES: FORMACIÓN Y ENTRENAMIENTO. Por Sofía Córdoba:

Los líderes de las organizaciones se vuelven un canal clave al momento de comunicar. Los líderes construyen un perfil con habilidades propias para el cargo y otras de carácter de agilidad emocional. Esto les permite inspirar, persuadir, construir relaciones, compartir ideas, transmitir valores y hacer que los objetivos se cumplan. Para lograrlo, es importante la comunicación en cascada con sus equipos a través de reuniones efectivas, como con otros públicos de interés: inversores, empleados, clientes, medios de comunicación o funcionarios.

3. CONTRIBUCIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA A LA ORGANIZACIÓN. Por Christian Gutiérrez:

Los pilares de la identidad corporativa (misión, visión, valores y objetivos estratégicos de la organización) son criterios de planificación a mediano plazo. Teniendo en cuenta esta matriz, la comunicación estratégica apoya directamente la obtención de los objetivos vinculados en el marco de la estrategia. Una gestión coordinada de comunicación permite el aumento de la productividad y el incremento de la competitividad. Hay que recordar que, dada la competitividad del entorno, la organización no solo deberá competir en la calidad de los servicios o productos que ofrezca, sino en la calidad de vida laboral que otorgue a sus colaboradores.

4. ATRACCIÓN Y RETENCIÓN: LA MOTIVACIÓN EN LA GESTIÓN DEL TALENTO. Por Patricia Sánchez:

La atracción y retención del talento es un concepto estrechamente ligado para identificar el ciclo de vida completo del colaborador en su trabajo. Para ello, las compañías deben esmerarse en motivar con un clima laboral óptimo, implementar modelos culturales, donde los equipos puedan potenciar sus talentos, capacitarse con programas de employee advocacy, procesos de onboarding y definir su propósito dentro de la organización, generando como resultado un mayor sentido de pertenencia.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

5. BRANDING INTERNO: MARCA EMPLEADORA Y LOS EMPLEADOS COMO EMBAJADORES. Por Rafael Arias:

El branding y la creatividad, como herramientas primordiales en la construcción de una marca empleadora, nos sirve para identificar y desarrollar los mensajes necesarios para cumplir con los objetivos planteados. Se debe potenciar la creatividad desde un punto de vista que resuelva problemas de comunicación atendiendo a los diferentes estilos de vida presentes. Cada uno de los miembros de la organización tiene el rol estratégico de dar a conocer la identidad de esta y respaldar su imagen ante el mercado.

6. TRANSFORMACIÓN CULTURAL Y MANEJO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS. Por Martín Higa:

El contexto actual, en donde prima lo digital y los cambios que se están presentando en las formas de relacionamiento personal, están incidiendo en una nueva gestión de las organizaciones. Ellas desean poder responder de manera ágil y eficiente a las necesidades cambiantes de las personas. Para ello, se vienen desarrollando diversas plataformas y canales. Dichas innovaciones requieren una transformación cultural que integre las necesidades de los empleados de las compañías.

7. CRISIS REPUTACIONAL: CÓMO LOS COLABORADORES PUEDEN AYUDAR A ENFRENTARLA. Por Cateriano Llosa:

Hay situaciones en donde las empresas deben salir a enfrentar la crisis ante los medios de comunicación, pero también deben saber escuchar a sus públicos, tanto a los consumidores, inversionistas, proveedores, como a sus empleados, quienes estarán muy atentos y opinando sobre el tema. Es importante buscar una relación estrecha con ellos. En esa búsqueda, la comunicación aparece como un elemento fundamental, haciéndose cada vez más necesaria, de tal modo que condicionen una salida óptima a la crisis.

8. PRINCIPALES ELEMENTOS DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA - ESTRATEGIA Y ENFOQUE. Por Leyes Rubio León:

A través de metodologías de vanguardia, como el strategic thinking, se provee las pautas para implementar modelos, estructuras e iniciativas comunicacionales que respondan a los desafíos del contexto organizacional actual. Un correcto diagnóstico y la comprensión del proceso metodológico para el diseño de un plan estratégico de comunicaciones será la base formativa para maximizar la gestión de mensajes a los distintos públicos. Se evalúan los modelos de estrategias y el desarrollo en tiempo y forma de cada una de las partes del plan.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

9. ENDOMARKETING, ECOSISTEMA DE CANALES Y PLATAFORMAS COLABORATIVAS. Por Mario Hernández Montiel:

La selección de estrategias, acciones y formatos visuales enfocados a mejorar la relación y el bienestar interno de los trabajadores y colaboradores de la empresa se ha sofisticado con plataformas colaborativas y redes sociales especializadas como LinkedIn. Elaborar una matriz de evaluación de canales permite implicarlos en el negocio para generar una mayor motivación, mejora de productividad y con ello generar rentabilidad.

10. STORYTELLING: ¿CÓMO CREAR EL RELATO DE TU ORGANIZACIÓN? Por Leyles Rubio:

Existe una gran diferencia entre presentar hechos y contar una historia basada en hechos. Una tabla llena de datos no captura la imaginación de las personas ni genera *engagement* con las distintas audiencias. En el mundo de las organizaciones, es importante presentar ideas y datos en un contexto que sea capaz de mover emocionalmente a quien nos escucha, y más si estos son los colaboradores. Conectar emocionalmente es un imperativo para establecer una conversación productiva, y eso lo permite un relato bien construido pues hace que los datos y los beneficios de un producto o servicio se transformen en algo memorable, que invita a la acción.

11. MÉTRICAS E INDICADORES PARA LA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN. Por Luis Pástor:

Los datos expresados de manera numérica sirven para analizar tendencias, resultados, comportamientos y más. En la actualidad se manejan muchas herramientas de análisis como tableros de indicadores, bots especialmente diseñados o plataformas colaborativas. La medición e investigación en el campo de la comunicación interna ayudan a conocer cómo está la salud de la organización.

NUESTRA PLANETA DIOCI

**CHRISTIAN GUTIÉRREZ** 🇪🇨[in /Christian Gutiérrez](#)**Jefe de Desarrollo Organizacional y Selección en Propac/Brucosa**

Especialista en comunicación interna, cultura organizacional, riesgos reputacionales, comunicación y gestión de crisis. Psicólogo industrial por la Universidad de Guayaquil, máster en Dirección en Identidad, Publicidad e Imagen Corporativa por la Universidad Camilo José Cela. Cuenta con una diplomatura en Dirección de Comunicación Corporativa por la Escuela Internacional de Comunicación EIC. Actualmente se desempeña como jefe de Desarrollo Organizacional y Selección en Propac/Brucosa. Fue capacitador en Corporación Líderes y ha trabajado como delegado en escuelas de educación profesional como EIC y ESIC Business & Marketing School.

**MARIO HERNÁNDEZ MONTIEL** 🇲🇩[in /Mario Montiel](#)**CEO en MM Desarrollo**

Consultor de empresas, conferencista, tallerista y docente a nivel licenciatura, ingeniería y maestría. Ha publicado tres libros y trabajado en el desarrollo de diferentes firmas, en las áreas de: marketing, administración, crecimiento de personal y capacitación, entre otras. Cuenta con dos licenciaturas, dos especialidades, dos maestrías y un doctorado, así como diferentes cursos y diplomados en áreas de administración, mercadotecnia, marketing digital, desarrollo organizacional y liderazgo, entre otros. Cursó sus estudios en escuelas como UNITEC, el Tecnológico de Monterrey, Sacred Heart University, entre otras

**MARTÍN HIGA TANOHUYE** 🇵🇪[in /Martín Higa Tanohuye](#)**Gerente de Comunicación Corporativa de Repsol Perú**

Especialista en comunicación corporativa y gestión de crisis. Cuenta con más de 22 años de experiencia, liderando campañas y equipos tanto en el sector público como en el privado. Se ha desempeñado en la Dirección de Comunicaciones del Banco de Crédito del Perú, el Seguro Integral de Salud, la Sociedad Nacional de Pesquería y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, entre otros. Además, ha ejercido la docencia en seis universidades peruanas desde el 2006.

**LEYLES RUBIO LEÓN** 🇵🇪[in /Leyles Rubio León](#)**Jefe de Desarrollo Organizacional y Selección en Propac/Brucosa**

Cuenta con más de quince años de experiencia como consultor. Ha asesorado en estrategias de comunicación, storytelling y estrategias digitales a diversas organizaciones con campo de acción en Latinoamérica. Ha ocupado cargos de liderazgo tanto en empresas multinacionales, como de consultoría. Realizó el Máster en Comunicación Corporativa de EAE (España), una especialización en gestión comercial en la UPC (Perú) y el diplomado de Creación Literaria de UTP (Panamá). Ha publicado varios libros de relatos y novelas. Del mismo modo, ejerce la docencia universitaria, coordina clubes de lectura y talleres de escritura.

**LUIS PÁSTOR** 🇪🇸[in /Luis Pástor Herrera](#)**CEO de Advance Consultora y director de MERCO Ecuador**

Diplomado en Big Data UC-Chile, máster en Investigación de Mercados UNIR-España, máster en Marketing EAE-España, máster en Comunicación Corporativa EAE-España, Certificate in Marketing Research UGA-USA, máster en Gestión del Conocimiento EOI-España, master en Análisis y Tratamiento Estadístico de Encuestas UNED-España, posgrado en Innovación y Competitividad-Miami Business School-USA. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad del Azuay. Professional Researcher Certification (PRC)-Insights Association-USA.

**PABLO CATERIANO LLOSA** 🇵🇪[in /Pablo Cateriano Llosa](#)**Director General en Métrica Perú**

Tiene 12 años de experiencia como consultor en la implementación de estrategias de comunicación corporativa, relaciones públicas, influencer marketing, asuntos públicos y manejo de crisis. Ha trabajado en el área de Redes Sociales en Edelman - Nueva York. Es abogado de profesión, cuenta con una especialización en gestión comercial en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y es magíster en Comunicación Corporativa por Northeastern University. Profesor del curso de Imagen Corporativa y Reputación en la Universidad de Lima. Jurado ocasional en los premios ANDA, Effie y PRWeek Global Awards. Ha trabajado en campañas de comunicación corporativa para más de 50 empresas de diferentes sectores.

**PATRICIA SÁNCHEZ** 🇨🇷[in /Patricia Sánchez](#)**VP Gestión Humana Operaciones e Infraestructura de StarHolding Group**

Cofundadora de On Action Learning. Profesional altamente calificado en el área de talento humano, y con una extensa experiencia en el ámbito del reclutamiento y selección, adiestramiento, manejo de cambios organizacionales y clima laboral. Licenciada en Relaciones Industriales por la Universidad Católica Andrés Bello. Certificada como Coach por el International Coaching Institute. Certificada como Chief Happiness Officer.

**RAFAEL ARIAS** 🇵🇷[in /Rafael Arias](#)**Creative director at Digitas Guatemala**

Director creativo peruano con más de 12 años de trayectoria en publicidad y marketing. Graduado de la Toulouse Lautrec, ha colaborado con agencias líderes como Ingenia, Publicis, Ogilvy, McCann, Wunderman Thompson, Mullenlowe y Digitas en Perú y Guatemala. Actualmente se desempeña como director creativo en MOSCA Data Driven Agency (WOL Group) en Ciudad de Guatemala. Con experiencia en marcas globales, regionales y locales como Alicorp, ABInBev Regional, P&G, Nestlé y ENEL, entre otras, Rafael ha sido galardonado en festivales como IDEAS, IAB MIXX, Effies, Ojo de Iberoamérica, Festival el SOL, Ad Stars, FIAP y Caracol de Plata.

**SOFÍA CÓRDOBA** 🇨🇷[in /Sofía Córdoba Novoa](#)**Consultora estratégica y formadora ejecutiva en Boutique de Comunicación**

Comunicadora social-periodista. Máster en Dirección Estratégica y Liderazgo por Centrum Business School y especialista en este mismo campo en el IE Business School de España. Cuenta con más de 20 años de experiencia en más de 100 organizaciones públicas y privadas de Perú, Estados Unidos y Colombia, en las que se ha desempeñado como gerente y consultora en comunicación estratégica. Directora del Comité de Mercadeo del Consejo Empresarial Colombiano de Perú y creadora de Comunidad, el primer ecosistema de comunicadores internos en Latinoamérica, con más de 250 miembros de ocho países.

PROGRAMA INTERNACIONAL EJECUTIVO | COMUNICACIÓN INTERNA |

TU FUTURO SIN LÍMITES



ESCUELA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN



E I C

ESCUELA INTERNACIONAL
DE COMUNICACIÓN



eicomunicacion.com



[@eicomunicacion](https://www.facebook.com/eicomunicacion)



[@eicomunicacion](https://www.instagram.com/eicomunicacion)



Escuela Internacional
de Comunicación



Escuela Internacional
de Comunicación



ESTAMOS LISTOS PARA ATENDERTE

¡CLICK AQUÍ!



EXPERIMENTA CONECTA INDAGA LIDERA