



IMECAF®

[www.imecaf.com](http://www.imecaf.com)

# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

---

ADMINISTRACIÓN



**INVERSIÓN**  
\$2,200.00 + IVA

**DURACIÓN**  
50 HRS.

**MODALIDAD**  
En Línea



# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

## ADMINISTRACIÓN

### OBJETIVO

- Conocer en profundidad los factores que influyen la identidad corporativa.
- Descubrir las estrategias para la identificación y cuantificación del público objetivo de una marca.
- Profundizar en el concepto de filosofía corporativa.
- Estudiar los factores que afectan a la imagen corporativa y su diferencia con la identidad corporativa.
- Estudiar el concepto de comunicación efectiva como herramienta para la construcción de la imagen corporativa.
- Profundizar en el plan de comunicación y sus objetivos
- Conocer las diferentes fases que conformar un plan de comunicación
- Conocer los beneficios de la planificación estratégica para la imagen corporativa
- Profundizar en el plan de imagen y comunicación de una empresa, mediante el análisis de la misma y de sus objetivos.
- Estudiar las diferentes estrategias a abordar en un plan de imagen
- Aprender a desarrollar un plan estratégico de comunicación integral.
- Conocer las diferentes estrategias de comunicación existentes.
- Conocer las diferentes herramientas de comunicación existentes.
- Profundizar en los conceptos de identidad digital corporativa y de reputación online
- Descubrir los perfiles del cliente digital y cómo la empresa debe adaptarse a ellos
- Conocer los principales riesgos que existen en la gestión online y el marco legal actual
- Profundizar en el concepto de marca, su arquitectura y sus tipos.
- Aprender la metodología necesaria para crear una marca.
- Conocer cómo registrar una marca de forma legal.
- Conocer los tipos de crisis y las principales estrategias para abordarlos
- Profundizar en las acciones que hay que llevar a cabo para atajar una crisis
- Aprender qué elementos debe contener un plan de crisis
- Descubrir cómo gestionar una situación de crisis en internet

### TEMARIO



# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

---

## ADMINISTRACIÓN

### I. Identidad, cultura e imagen corporativa

- Identidad corporativa
  - Factores que influyen en la identidad corporativa
  - Posicionamiento de la identidad corporativa
  - Componentes de la identidad corporativa
  - Comunicación de la identidad corporativa
  - Conducta corporativa
  - Comunicación corporativa
  - El manual de identidad corporativa
- Identificación y cuantificación del público objetivo
  - Estudio de la estructura del público objetivo
    - Identificación del público objetivo
    - Jerarquía de los público
  - Infraestructura de la audiencia
  - Estudio del perfil de la audiencia
- Cultura colaborativa
  - Filosofía corporativa
- Imagen Corporativa
  - Estudio de la imagen corporativa
  - Metodología de investigación en la imagen corporativa
  - Diferencia entre imagen e identidad corporativa

### II. La comunicación como instrumento en la creación de la imagen corporativa

- Introducción
- Comunicación efectiva
- Plan de comunicación de la imagen corporativa
  - Objetivos
  - Fase de investigación
  - Fase de planificación
  - Fase de implementación



# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

---

## ADMINISTRACIÓN

### III. Planificación estratégica de la imagen

- Introducción
- La planificación estratégica de la imagen corporativa
  - Posicionamiento de la imagen corporativa
- El plan de imagen y comunicación de una empresa
  - Análisis de la empresa y su entorno
  - Objetivos de la imagen corporativa
  - Estrategias
  - Presupuesto

### IV. Diseño de estrategias de comunicación para la imagen corporativa

- Introducción
- Plan estratégico de comunicación integral
- Estrategias de comunicación
  - Estrategias de comunicación para la imagen
  - Estrategias de comunicación externa
  - Estrategias de comunicación interna
  - Estrategias de comunicación de crisis
  - Estrategias de relaciones públicas y gestión de medios
  - Estrategias responsabilidad social corporativa
- Herramientas de comunicación
  - Herramientas de análisis de la efectividad
  - Herramientas para la comunicación externa
  - Herramientas de comunicación interna
  - Herramientas de comunicación en situaciones de crisis
  - Herramientas de relaciones públicas y gestión de medios
  - Herramientas de responsabilidad social corporativa

### V. La imagen corporativa en internet

- Introducción
- Identidad digital corporativa
  - Reputación online
- El cliente digital



# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

---

## ADMINISTRACIÓN

- Fidelización de clientes en un contexto digital
- La empresa digital
- Riesgos en la gestión online de una empresa
  - Suplantación de identidad digital
  - Registro abusivo del nombre de un dominio
  - Ataques de denegación de servicio distribuido
  - Fuga de información
  - Publicación de información negativa por terceras personas
  - Uso no consentido de derechos de propiedad intelectual
- Marco legal
  - Derecho al honor de las empresas
  - Derecho al olvido
- Recomendaciones en la gestión de la identidad y reputación online

## VI. Gestión de la marca

- Introducción
- ¿Qué es una marca?
  - ¿Hacia dónde van las marcas?
  - Tipos de marcas
  - El valor de la marca
  - Motivos para crear una marca
- Metodología para crear de una marca
  - Branding
- Arquitectura de las marcas
- Estadios por los que pasa una marca
- Claves para crear una marca de éxito
  - Errores a evitar
  - Registro de marcas

## VII. Gestión de crisis

- Introducción
- Tipos de crisis
- Estrategias para situaciones de crisis



# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

---

## ADMINISTRACIÓN

- Acciones para situaciones de crisis
  - Acciones destinadas a los empleados
  - Acciones destinadas a accionistas o inversores
  - Acciones dirigidas a clientes y proveedores
  - Acciones para directivos
  - Acciones orientadas a poderes públicos.
  - Acciones destinadas a la opinión pública
  - Acciones destinadas a las víctimas y sus familiares.
- El plan de crisis
- Gestión de una situación de crisis en internet



# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

---

ADMINISTRACIÓN

## POLÍTICAS DE PAGO

- Precios en **Pesos Mexicanos** - Excepto casos que se indique en otra moneda de manera expresa
- **LIQUIDACIÓN TOTAL** - Aplica previa al inicio del evento
- **DESCUENTO POR PRONTO PAGO** - Aplica liquidando el total de la inversión hasta 5 días hábiles previos al evento
- **POLÍTICAS DE PRECIOS Y DESCUENTOS** - Sujetas a términos y condiciones de IMECAF
- **FINANCIAMIENTO** - NO aplica

## MÉTODOS DE PAGO

### TARJETA DE CRÉDITO / DÉBITO

- VISA y MASTER CARD - No requiere presentación física
- AMERICAN EXPRESS - Si no es por PayPal, requiere presentación física

### MESES SIN INTERESES

- 3, 6, 9 Y 12 MSI - Tarjetas Banamex
- PayPal (Según las opciones disponibles en la plataforma)

### TRANSFERENCIA INTERBANCARIA

- BANAMEX - Clabe 002180414600184021

### DEPÓSITO BANCARIO

- BANAMEX - Cuenta 18402
- Sucursal 4146

### TRANSFERENCIA O DEPÓSITO REQUIERE REFERENCIA

- Colocar cualquiera de los siguientes datos como referencia:
- Nombre, razón social, RFC o número de factura

### BENEFICIARIO

- IMECAF México, SC



**IMECAF®**

Arquímedes 130  
Dpcho. 205  
Col. Polanco,  
CDMX 11570

TEL. 55 1085 1515  
800 236 0800  
info@imecaf.com

[www.imecaf.com](http://www.imecaf.com)



# COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA

ADMINISTRACIÓN

## POLÍTICAS DE CONFIRMACIÓN Y CANCELACIÓN

### PENALIZACIONES

**NO APLICA** - Notificando hasta 6 días hábiles previos al evento

- **20%** - Notificando con menos de 6 días hábiles previos al evento - Se podrá elegir otro Curso pagando la diferencia. En caso de reincidencia, aplica penalización del **100%**
- **100%** - NO SHOW (No Asistencia) o notificando con menos de 72 hrs. hábiles previas al evento
- **CANCELACIONES CON TARJETA DE CRÉDITO / DÉBITO** - Se les descontarán las comisiones efectuadas por el banco emisor (incluyendo la opción de meses sin intereses, en su caso)

## CONFIRMACIÓN OFICIAL

IMECAF notificará **5 días hábiles previos** al evento vía e-mail y/o teléfono del contacto proporcionado por la empresa contratante y ésta deberá confirmar por el mismo medio su asistencia.

Se sugiere realizar la gestión de **viáticos**, en su caso, una vez recibida | IMECAF no se hace responsable por gastos incurridos en este rubro.

IMECAF se reserva la posibilidad de cambios sin previo aviso por causas ajenas a su voluntad - Cursos sujetos a **QUÓRUM MÍNIMO**

© IMECAF México S.C. Todos los derechos reservados

