

Programa Ejecutivo
Innovación para el Crecimiento

**Optimizar y actualizar los conocimientos
y habilidades profesionales y docentes para
el crecimiento sostenible**

Creado y Dirigido por

joanCosta

Programa Ejecutivo Innovación para el Crecimiento

Management y Comunicación Interna
Liderar proyectos. Liderar equipos
Estrategias Digitales de Gestión
Comunicación de Síntesis

El nuevo Programa Formativo que aquí se presenta, tiene por objeto la actualización de conocimientos y habilidades que optimicen la eficacia y la propuesta de valor en la Dirección Estratégica de la Comunicación, Management, Talento Humano, Marketing, Información y Liderazgo de Proyectos y de Equipos en momentos de cambio y orientados al crecimiento sostenible.

La importancia creciente de la Cultura Corporativa, las Comunicaciones internas, la elaboración de proyectos transformadores, la incidencia de la revolución digital y la necesidad de una cultura de comunicación de síntesis de alto valor informativo y ejecutivo, constituyen en conjunto un **nuevo management empresarial e institucional** para el crecimiento sostenible.

Este Programa especial creado por *Joan Costa Institute-Red DirCom* y dirigido por Joan Costa, es un curso intensivo de 12 semanas de duración basado en **experiencias prácticas de aprendizaje**. Cada módulo incluye la realización de ejercicios de aplicación inmediata y 3 días de Foro de debate obligatorio. Con un total de 16 horas de sesiones sincrónicas de videoconferencias durante todo el Programa.

Ficha técnica

Modalidad: totalmente Online

Impartición: 4 módulos

Duración: 12 semanas

Certificado Acreditativo de Joan Costa Institute – AKALI

Plan de Estudios

1. Cultura Corporativa y Comunicación Interna

La Cultura Corporativa es la suma de su propósito o misión, transmitida desde el liderazgo y que impregna las decisiones y la conducta de la organización. Algo que se aprende con el ejemplo de los directivos y que no requiere formación porque es la materialización de la Identidad Corporativa: lo que hace a la organización única, diferente e incopiable.

La Comunicación Interna es el sistema nervioso que irriga la vida de la organización. Redescubriremos las fortalezas y valores fundamentales que son el soporte de nuestra identidad para optimizarlos actualizándolos de cara al proyecto de cambio. Y desarrollaremos una estructura fundada en la simplicidad inteligente que incluye el filtrado selectivo de datos e información para reducir la complejidad en la toma de decisiones y la gestión. Casos y Ejercicios prácticos.

Prof. Joan Costa

2. Liderar proyectos, Liderar equipos

Las organizaciones y los equipos necesitan referentes que les orienten al futuro. Los líderes son los que hacen seguidores. No es una cuestión de autoridad o de jerarquía, sino

de sensibilidad, empatía y orientar energías hacia donde son necesarias para evitar disfunciones y construir oportunidades de crecimiento para todos. Liderar proyectos es estimular a escala individual. La estrategia es inseparable de las personas que la ejecutan y que asumen compromisos a partir de liderazgos solventes. Promover liderazgos con este perfil es construir futuro.

La comunicación de síntesis es estrategia y requiere formación especializada. Las agendas de directivos y profesionales están copadas y el día a día con sus urgencias lo ocupa todo. La síntesis es brevedad y consiste en hablar menos, no consumir un tiempo desproporcionado para decir lo que se requiere decir, y evitar repeticiones. En las organizaciones, el principal terreno de la brevedad son las reuniones, y los que tienen responsabilidad deben dar ejemplo de ser breves y precisos cuando dirigen una reunión. Aplicaremos métodos de comunicación de síntesis, que son la expresión de la cultura corporativa. Casos y Ejercicios prácticos.

Prof. Joan Costa

3. Estrategias digitales en gestión y Comunicación integrada

La revolución digital y la transformación tecnológica actual de las organizaciones. Evolución de los hábitos: la transcepción, nuevas formas de consumo audiovisual, el fenómeno multipantalla, el tiempo encontrado. Las claves tecnológicas en el mundo de los negocios. Internet y las redes sociales. De la comunicación a la confianza. Los contenidos y el storytelling. Branded Content, evolución de la comunicación hacia las imágenes y el vídeo. Social business. El papel de los medios sociales en la rentabilidad integral de las compañías. Casos y Ejercicios prácticos.

Prof. Diego Rivera

4. Comunicación de Síntesis y Visualización de la Información

Hacer visible y comprensible lo que no se ve, no se sabe o no se entiende, es el objetivo principal de la Comunicación de Síntesis para el liderazgo de proyectos y la gestión de equipos.

Pondremos bajo el foco la importancia de la comunicación visual y la necesidad de crear, a través de un proceso de análisis y síntesis, una clara exposición visual de los proyectos de cambio y sus procesos para su ejecución de forma clara, convincente y motivante. Aplicaremos las mejores formas de visualizar datos e ideas complejas dependiendo de su naturaleza y del objetivo de comunicación mediante diferentes metodologías incluyendo el razonamiento analógico para las comunicaciones internas y externas. Casos y Ejercicios prácticos.

Prof. Estíbaliz Romero

Perfil del equipo de Profesores



Joan Costa

Comunicólogo, sociólogo, diseñador, investigador y metodólogo. Es uno de los fundadores europeos de la Ciencia de la Comunicación y del modelo DirCom.

Consultor Corporativo, asesor internacional de empresas e instituciones con más de 400 programas dirigidos e implementados en diferentes países de Europa y América.

Profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona. Autor de más de 50 libros sobre Comunicación Corporativa, Imagen y Comunicación Visual.

Joan Costa fundó en 1973 la primera entidad conocida dedicada a la consultoría en Comunicación Estratégica: el “Centro de Investigación y Aplicaciones de la Comunicación” CIAC.

La semilla del DirCom nace entre España y México a través del trabajo profesional de Joan Costa. En 1987, el Instituto de Comunicación Integral, ICOMI de Barcelona, fundado por un grupo de profesionales y docentes alrededor de Joan Costa, inicia lo que fue el embrión de la formación universitaria en DirCom, que comenzaría en 1994 en Barcelona y Madrid.

En 2004, Costa crea el Modelo DirCom que ha transformado el management tradicional. *Joan Costa Institute* es una organización independiente dedicada a la creación y difusión del conocimiento a través de Maestrías y Programas Ejecutivos para empresas e instituciones, que son impartidos a través de Universidades de países de habla hispana.

Es Doctor honoris causa por tres Universidades (España, Argentina y Perú), es profesor en varias Universidades europeas y latinoamericanas.



Diego Rivera

Consultor en Comunicación y Marketing online. *Head of Strategy & Creativity* en la agencia Best, responsable de la estrategia y planificación de programas de comunicación transmedia, *storytelling*, campañas de *branded content*, transformación digital, acciones de marketing online orientadas a la consecución de objetivos de negocio, conceptualización y creatividad.

Ha sido Director de Comunicación de *Rockola FM*, la primera radio de música en streaming de España. Contribuyó al lanzamiento de la plataforma de comercio electrónico *eBay* en España y a la implantación en redes sociales del *Museo Reina Sofía* de Madrid. Ha colaborado con *Repsol*, *Samsung*, *Microsoft*, *Laboratorios Esteve*, *Fundación Real Madrid*, *Sprinter*, *Endesa* y *Spotify*, entre otras.

Docente en España y Latinoamérica. Profesor de Creatividad Online en el Máster en Dirección y Gestión del Marketing Online de la Universidad de Málaga. Profesor de Branded Content Comunicación Transmedia, Universidad de La Rioja. Conferencias formativas en las sedes de la Asociación Española de Directivos de Comunicación, Dir-Com. Asimismo, ha trabajado en formación sobre transformación digital para empresas financieras de Costa Rica.

Es autor del primer ebook escrito en castellano sobre *slow-comm*, comunicación al servicio de valores y promesas reales, titulado "*Fast you! Slow me!*" (2013). Co-autor del

libro “La vuelta al mundo de la empresa en 500 tweets” de Agustín Medina (2014) y del ebook sobre innovación “Perspectivas Wellcomm” (2014). En 2015 publicó “La metamorfosis de las marcas” y colaboró en el whitepaper “El viaje social” (2016). Autor y coordinador del ebook “El instinto frente al algoritmo: Tendencias el comunicación y marketing online” (2017).

Forma parte del equipo docente de Joan Costa Institute.



Estíbaliz Romero

Consultora en Comunicación de Síntesis, Comunicación Visual y Marca.
Cofundadora y Directora de Calderón Estudio.

Licenciada en Publicidad y RRPP en la UPV. Máster en Dirección de Comunicación y Gestión Publicitaria. Máster en Identidad, Estrategia y Gestión de Marca. Diseñadora, experta en Comunicación Visual. Consultora de empresas e instituciones públicas.

Experiencia en proyectos para grandes empresas e instituciones como Fagor, Saunier Duval, Gobierno Vasco, Vaillant Group, TIACA (The International AirCargo Association), Osalan (Instituto Vasco de Seguridad y Salud Laborales), Diputación Foral de Bizkaia, Anesvad, Arteche, Medical Óptica, Gaiker, Parque Tecnológico de Zamudio, Farmacéutica Internacional CHIESI (Italia), Izenpe (Autoridad de certificación vinculada al Gobierno Vasco), Eroski, Aclima (Cluster de empresas vascas de Medioambiente), Ihobe (Sociedad Pública de Gestión Ambiental del Gobierno Vasco), Sader, Kwido, Siemens-Gamesa, PQC o Cidetec.

Forma parte del Equipo Docente y del Comité Asesor de Joan Costa Institute.