

**EMINE**

CURSO HÍBRIDO (PRESENCIAL+STREAMING)

**16 y 17 de Noviembre** 9:30 a 13:30 h

**REPUTACIÓN CORPORATIVA, COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO**

DESCUBRE CÓMO POSICIONARTE EN SOSTENIBILIDAD

FORMADORA: **Caterina Ferrero**

Periodista y consultora de comunicación corporativa. Socia y directora de Proyectos de Comunicación y Reputación en Grupo Communicating para empresas y organizaciones.

UNA INICIATIVA: **MEDI TERRA NEO FUNDACIÓN** **NESI**

MEDIA PARTNERS: **INFORMACIÓN LA VERDAD**

ESPACIO EMINE  
Avenida Ramón y Cajal, 5, 03003 (ALICANTE)

## Curso Híbrido (Presencial & Streaming)

### Reputación corporativa, comunicación y posicionamiento

#### *Descubre cómo posicionarte en sostenibilidad*

- **Formadora:** [Caterina Ferrero](#) | Periodista especializada en economía, empresa y sostenibilidad. Consultora de Comunicación y Reputación.
- **Contenido:** aplicación al mundo de la empresa y organizaciones.
- **Metodología:** teórico- práctica con realización de ejercicios prácticos para definir acciones de Reputación y Comunicación que puedan ser aplicadas.
- **Formato:** Híbrido
  - Presencial: Espacio EMINE, Avenida Ramon y Cajal 5, Alicante
  - Streaming: conexión en remoto online
- **Duración:** 8 horas distribuidas en 2 sesiones de 4 horas cada una.
- **Fechas:** 16 y 17 de Noviembre 2022
- **Horario:** 9:30 a 13:30 h (2 sesiones)
- **Precio:** 49€
- **Diploma acreditativo** expedido por EMINE.

#### 1. Descripción

La reputación es el intangible más valioso que poseen las empresas y organizaciones. La reputación la generan los sentimientos de admiración, respeto, confianza o reconocimiento que una organización, marca o empresa provoca ante los demás por la experiencia con su producto o servicio, con lo que dice de sí misma, y con lo que dicen los demás. Tarda mucho en construirse y poco en destruirse, por lo que estamos obligados a cuidarla de forma permanente con coherencia, veracidad, transparencia y buenas prácticas.

Una buena reputación atrae inversión y talento, genera venta y prescripción de producto, y resiste mejor las crisis. En este curso aprenderemos a detectar y a crear acciones que generan reputación, a incorporar la sostenibilidad, y a comunicarla a través de los medios de

comunicación y de todos los canales de comunicación que tenemos a nuestro alcance para llegar a nuestros públicos objetivo.

## 2. Objetivos del curso

- Conocer qué es la reputación y cómo se construye.
- Aprender a definir públicos objetivos.
- Analizar las diferentes áreas de la empresa generadoras de la reputación de empresas u organizaciones.
- Vincular sostenibilidad, reputación y comunicación.
- Aprender a comunicar los elementos que construyen reputación.
- Definir un plan de comunicación basado en la reputación y orientado a nuestros públicos objetivo: medios de comunicación, consumidores, sociedad, inversores, clientes, administración, etcétera.
- Análisis de ejercicios prácticos.

## 3. Índice de contenidos

### Primera sesión:

- Algunos conceptos claves.
- ¿Qué es la reputación y cómo se genera?
- ¿Cómo impacta la reputación en las empresas y organizaciones?
  - Análisis de casos prácticos.
- Tendencias en reputación y gestión de intangibles 2022.
- El modelo RepTrack. Las siete áreas de las que emana la reputación corporativa.
- Sostenibilidad y reputación. Claves para transmitir honestidad y coherencia.
  - Ejercicio 1. Definir y/o crear dos iniciativas para cada área que crea Reputación. Y definir y/o crear una iniciativa vinculada con la Sostenibilidad para cada área que crea Reputación.
  - Puesta en común.

### Segunda sesión:

- Reputación y comunicación interna y externa. El departamento de Comunicación.
  - Ejercicio 2. Definir necesidades y/o funciones del Departamento.
- Estrategia de Comunicación: conceptos. Ejemplos.
- El Plan de Comunicación: hoja de ruta para dialogar con los públicos objetivos.
  - Ejercicio 3. Elaboración de un plan específico con 4 acciones definidas en la Sesión 1.
  - Puesta en común.
- La construcción de reputación a través de los medios de comunicación: buenas y malas prácticas.
  - Ejercicio 4: Seleccionar una de las iniciativas definidas en la sesión 1 y plantear cómo trasladarla a los medios de comunicación.
  - Puesta en común.
- Cómo medir las acciones de Comunicación. Valores cuantitativos y cualitativos.

Una iniciativa de:



- La Reputación en otros canales de comunicación.
- Recursos de comunicación: Kit de herramientas básicas.
  - Ejemplos prácticos.

#### 4. Metodología

- La metodología utilizada en este curso está desarrollada internamente a partir del trabajo realizado durante 16 años como consultora de comunicación para empresas y organizaciones como Euipo, Cruz Roja, Mercalicante, Muestra Internacional de Cine y Derechos Humanos, Grupo Parisien o Distrito Digital Comunitat Valenciana, entre otros. Y del trabajo como periodista, durante dos décadas, en medios de comunicación generalistas y económicos como Diario Expansión, COPE, Agencia Efe o Europa Press. Y más recientemente en el proyecto de divulgación de la sostenibilidad La Huella.
- Modelo RepTrack.
- Medición de resultados de comunicación: Kantar Media, PressClipping, etcétera.

¿Te sumas?

#SomosEMINE

Facebook: [@SomosEMINE](#)

Twitter: [@SomosEMINE](#)

Instagram: [@sosomeimine](#)

Linkedin: [Somos Emine](#)

Email: [info@emine.es](mailto:info@emine.es)

Web: [www.emine.es](http://www.emine.es)

Una iniciativa de:

