

Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección (MF0982_3)

Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección (MF0982_3)

Duración: 80 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Titulación:

CONTENIDOS BASADOS EN CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. La asistencia a la dirección en los procesos de información y comunicación de las organizaciones.
1.1. La empresa y su organización.
1.1.1. Concepto y fines de la empresa.
1.1.2. Elementos de la empresa –tierra, trabajo, capital, clientes, proveedores, actividades, medios de producción, productos.
1.1.3. Las funciones de la empresa –dirección, financiera, productiva, comercial, administrativa y de gestión de recursos humanos.
1.1.4. Clasificación de las empresas según: tamaño, propiedad del capital, coste de la producción, sector económico al que pertenecen, su forma jurídica y según el ámbito geográfico de su actividad. Las transnacionales.
1.2. La organización empresarial.
1.2.1. La organización de la empresa en la Historia.
1.2.2. Principios de organización empresarial.
1.2.3. Organización interna de las empresas. Departamentos.
1.2.4. La organización informal de la empresa.
1.2.5. La representación de la empresa por medio de organigramas. Sus diferentes tipos.
1.2.6. Identificación de la estructura organizativa y la cultura corporativa.
1.2.7. Evaluación de los criterios de organización: puntos fuertes y débiles. Las necesidades de mejora.
1.3. La dirección en la empresa.
1.3.1. Niveles de mando –alta dirección, media y mandos intermedios u operativos.
1.3.2. Personalidad y comportamiento del directivo. Temperamento
1.3.3. Tipos de autoridad –formal, real, tradición, carisma, coacción, propiedad, acuerdo.
1.3.4. Funciones de la dirección: dirección, planificación, organización, ejecución y control.
1.3.5. Estilos de mando: Dirección y/o liderazgo. El directivo autocrático, el paternalista, el participativo o democrático, el burocrático y el «laissez faire».

© icaformación2026

1.3.6. Dirección por objetivos.
1.3.7. Adaptación de la asistencia al sistema de mando.
1.3.8. Deontología del secretariado. Principios éticos empresariales. Código deontológico.
1.4. Relaciones de interacción entre dirección y la asistencia a la dirección.
1.4.1. Relaciones ascendentes: el asistente y el directivo.
1.4.2. Relaciones descendentes: el asistente y el equipo humano administrativo a su cargo.
1.4.3. Relaciones complementarias: el asistente y otros directivos. Relaciones externas.
1.5. Funciones del servicio del secretariado.
1.5.1. Del secretariado personal de dirección. Autoestima y asertividad.
1.5.2. Tipos de servicio del secretariado: del área económica, productiva, científica, jurídica y el de la administración pública.
2. El proceso de la comunicación.
2.1. El proceso de la comunicación
2.1.1. Elementos del proceso –emisor, mensaje, canal de transmisión, código, receptor, contexto, referente.
2.1.2. Tipos de comunicación –oral, presencial, no presencial, no verbal, escrita, audiovisual, electrónica, formal, informal, interna, externa.
2.1.3. La comunicación informal: beneficios, problemas y sus causas. Los rumores.
2.1.4. Efectos de la comunicación.
2.1.5. Obstáculos o barreras para la comunicación: físicas y psicológicas –percepción y esquemas preconcebidos.
2.1.6. Decálogo de la comunicación.
2.2. La comunicación en la empresa. Su importancia.
2.2.1. Tipos de relaciones: laborales y humanas.
2.2.2. Tratamiento de la información. Flujos entre departamentos. Los plazos y el coste. Lo confidencial y lo restringido.
2.2.3. La relación entre organización y comunicación en la empresa. Centralización o descentralización.
2.2.4. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones. Interna y externa (publicidad, promoción y relaciones públicas).
3. Comunicaciones presenciales.
3.1. Formas de comunicación oral en la empresa –conversaciones, reuniones, tertulias, debates, mesas redondas, conversaciones telefónicas, entrevistas, discursos o exposiciones.
3.2. Precisión y claridad en el lenguaje:
3.2.1. Realización de preguntas concretas y correctas.
3.2.2. Utilización de un vocabulario concreto.
3.2.3. Vicios de dicción.
3.3. Elementos de comunicación oral. La comunicación efectiva.
3.3.1. La locuacidad, el tono, el ritmo, la claridad, la concisión y la coherencia.
3.3.2. La empatía.
3.3.3. La asertividad.
3.3.4. La reformulación.
3.3.5. El feed-back –retroalimentación.
3.3.6. El carácter.

© icaformación2026

3.3.7. La escucha activa. Técnicas.
3.4. La conducción del diálogo.
? Cuestiones abiertas y cerradas.
? Cuestiones alternativas y dirigidas.
? La realización de entrevistas.
3.5. La comunicación no verbal. Funciones.
3.5.1. Formas de comunicación no verbal: el paralenguaje –tono, volumen, cadencia, pronunciación, ritmo, silencios–, la mirada, la expresión facial, la postura, los gestos –abiertos, cerrados, de engaño, de incongruencia–, la proxemia –escala de distancias–, la apariencia personal y la acogida.
3.6. La imagen corporativa de la organización en las comunicaciones presenciales.
4. El protocolo social.
4.1. Normas generales de comportamiento: Saber ser –naturalidad, talante, tacto, sentido del humor, autocontrol–. Saber estar –cortesía, buenos modales en la mesa, sonrisa, el tratamiento–. Saber funcionar –rigor, puntualidad, expresión verbal, conversación.
4.2. Presentaciones y saludos.
4.3. Aplicación de técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las presentaciones. Cortesía y puntualidad.
4.4. Utilización de técnicas de imagen personal. –Indumentaria, elegancia y movimientos.
5. Comunicaciones no presenciales.
5.1. Normas generales.
5.1.1. Pautas de realización –concisión, precisión, claridad, coherencia, riqueza de vocabulario, cohesión y énfasis.
5.1.2. Estilos de redacción: técnicas de sintetización de contenidos.
5.1.3. Técnicas y normas gramaticales: corrección ortográfica, construcción de oraciones y corrección semántica.
5.1.4. Normas de aplicación de siglas y abreviaturas.
5.2. Herramientas para la corrección de textos: Diccionarios, gramáticas, diccionarios de sinónimos y antónimos y correcciones informáticas.
5.3. Normas específicas.
5.3.1. Redacción de documentos profesionales. Tipos de lenguaje y estructuras efectivas.
5.3.2. Internos –memorando, convocatoria, acta, autorización, avisos y anuncios, boletines y revistas, memoria de actividades, comunicados, nota interna, solicitud, resumen de prensa.
5.3.3. Externos –anuncios, carta circular, carta comercial, tarjetas de visita, tarjetas comerciales, tarjetones, invitaciones, saludas, comunicado de prensa, telegramas.
5.3.4. Básicos de la empresa privada –informe, certificado, instancia, denuncia, recurso.
5.3.5. Mercantiles –presupuesto, pedido, nota de entrega, alabarán, factura pro-forma, factura definitiva, nota de abono, contrato de compra–venta, recibo, cheque, pagaré, la letra de cambio, giros, transferencias, rellenado de libros de registro.
5.3.6. De la Administración –informe, certificado, oficio, nota interior, hojas de iniciativas y reclamaciones, la carta.
5.3.7. Lenguaje y redacción publicitaria. Características.
5.3.8. La carta: presentación, clases y soportes físicos.
5.3.9. La carta comercial. Estructura –Inicio o encabezamiento, contenido o cuerpo, final o cierre–. Tipos –pedido, reclamación, publicitaria.
5.4. La correspondencia: su importancia.

© icaformación2026

5.4.1. Correo de entrada: recepción, clasificación, apertura, comprobación, numeración y registro, distribución o despacho, archivo –técnicas de mantenimiento.
5.4.2. Correo de salida: elaboración, firmas, numeración, registro, plegado, ensobrado, franqueo y envío. Archivo.
5.4.3. Servicios de correos –lista, apartado de correos, telegrama, burofax.
5.4.4. Comunicaciones interiores.
5.4.5. Confidencialidad.
5.5. Comunicaciones urgentes:
5.5.1. Coste y seguridad.
5.5.2. Medios propios y servicios externos.
5.6. El fax. Utilización y formatos de redacción.
5.7. El correo electrónico:
5.7.1. Contratación de direcciones de correo e impresión de datos.
5.7.2. Configuración de la cuenta de correo.
5.7.3. Uso de las herramientas de gestión de la aplicación de correo: creación y cambio de nombre de carpetas, movimiento de mensajes hacia las carpetas adecuadas, eliminación de correo no deseado, utilización de listas de destinatario, creación de grupos de destinatarios, incorporar o agregar contactos a la libreta de direcciones.
5.7.4. La correspondencia y el correo electrónico: registro, añadidos y eliminación de marcas, apertura y guardado de archivos adjuntos, envío de mensajes a grupos de destinatarios.
5.7.5. El peligro de infección por algún tipo de virus. Criterios de seguridad.
5.7.6. La firma digital. Requisitos, utilización y funcionamiento.
5.8. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones escritas. Prestigio inherente.
5.9. Instrumentos de comunicación interna en una organización: buzón de sugerencias, tablones de anuncios, avisos y notas internas.
5.10. Las reclamaciones. Cómo atenderlas y cómo efectuarlas.
5.10.1. Métodos para la eliminación de la tensión.
5.10.2. Estudio objetivo de la solución.
5.10.3. Propuesta de una solución.
5.10.4. Las cartas de reclamación.
5.11. Legislación vigente sobre protección de datos.
5.11.1. La Constitución Española de 1978.
5.11.2. Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de carácter personal.
5.11.3. RD 1720/2007 de 21 de diciembre Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica.
6. Comunicación telefónica.
6.1. Proceso.
6.2. Partes intervinientes. Tipos de interlocutores. Tratamiento adecuado.
6.3. Prestaciones habituales para las empresas:
6.3.1. Agenda.
6.3.2. Desvío de llamadas.
6.3.3. Re-llamada.
6.3.4. Multi-conferencia.
6.3.5. Llamada en espera.

© icaformación2026

6.3.6. Buzón de voz o contestador.
6.3.7. Emisión de datos e imágenes.
6.3.8. Otros.
6.4. Medios y equipos:
6.4.1. Individuales.
6.4.2. Centralitas.
6.4.3. Móviles.
6.4.4. Contestadores.
6.4.5. Grabadoras.
6.4.6. Dictáfonos.
6.5. Componentes de la atención telefónica: actitud física, voz, timbre, tono, ritmo, articulación, elocución, silencios, sonrisa.
6.5.1. Expresiones adecuadas.
6.6. Realización de llamadas efectivas.
6.6.1. Toma de contacto.
6.6.2. Desarrollo del diálogo.
6.6.3. Cierre de la conversación.
6.7. Recogida y transmisión de mensajes:
6.7.1. Toma de notas telefónicas.
6.7.2. Alfabeto telefónico –deletreo de nombres y direcciones de forma precisa.
6.8. Filtrado de llamadas.
6.9. Gestión de llamadas simultáneas.
6.10. Tratamiento de distintas categorías de llamadas.
6.10.1. Enfoque y realización de llamadas de consultas, reclamaciones, peticiones, quejas.
6.11. El protocolo telefónico.
6.12. Videoconferencia, FAQ –preguntas de uso frecuente PUF–, foros –de mensajes, de opinión, de discusión–, SMS –servicio de mensajes cortos para móviles–, grupos de noticias –comunicación a través de Internet–:
6.12.1. Uso y utilización de los mismos.
6.13. Técnicas de transmisión de la imagen corporativa en las comunicaciones telemáticas.
7. Técnicas y habilidades en el tratamiento de conflictos.
7.1. El conflicto como problema en la empresa.
7.2. Funciones del conflicto.
7.3. Causas de los conflictos.
7.3.1. Nivel individual.
7.3.2. Nivel grupal.
7.4. Tipos de conflictos. En función de:
7.4.1. Los contrarios.
7.4.2. De su manifestación.
7.4.3. De los medios utilizados.
7.4.4. De su utilidad.
7.5. Agresividad humana y conflicto.

© icaformación2026

7.6. Resolución de conflictos.
7.6.1. Etapas en la resolución: revelación o manifestación, clasificación o definición del conflicto, análisis o evaluación, intento de solución, recapitulación y evaluación posterior.
7.7. Factores determinantes en la resolución de conflictos.
7.8. Relación previa entre las partes.
7.9. Naturaleza del conflicto.
7.10. Características de las partes.
7.11. Estimaciones de éxito.
7.12. Prevención de conflictos.
7.13. Desarrollo de habilidades sociales para la resolución de conflictos –empatía, asertividad, escucha activa, influencia, liderazgo, canalización del cambio y diálogo.

© icaformación2026