

CURSO REDACCIÓN CORPORATIVA

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL EFICAZ

Laura Abellán Navarro

EXTRACTO

Las habilidades de comunicación como escribir, hablar y negociar son los pilares del éxito empresarial.

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación escrita está cada vez más presente en todas las actividades del mundo empresarial y con la llegada de la web 2.0 se ha potenciado todavía más. Correos electrónicos, redes sociales, notas de prensa, newsletter, etc, forman parte del día a día de una empresa y los trabajadores, responsables de informar a los clientes, tienen que comunicar las ideas por escrito con claridad y precisión.

¿Cuántas horas de trabajo dedican los empleados a elaborar, emitir y recibir textos escritos? ¿Cuántas veces el tono empleado en un correo electrónico ha provocado malentendidos y fricciones entre sus colaboradores? ¿Cuántas veces ha llamado por teléfono al autor de un correo para que le expliquen el correo que acaba de recibir?

Con el curso de Redacción Corporativa los alumnos aprenderán a comunicar de manera eficaz erradicando los vicios gramaticales y estilísticos. El curso tiene una duración de 20 horas en las cuales se abordarán temáticas referentes a la escritura corporativa y a los textos propios del ámbito empresarial, con diferentes grados de complejidad.

Así mismo, los participantes van a encontrar una propuesta de contenidos teóricos referentes al proceso de escritura, en sus fases de planificación, redacción, revisión y corrección de un escrito. Abordando las estructuras textuales específicas de la redacción corporativa como por ejemplo: el correo electrónico, el blog, y newsletter entre otras.

Estos conocimientos teóricos serán llevados a la práctica mediante ejercicios de redacción, que cada participante resolverá de manera individual y serán socializados en los foros de discusión, para lograr un aprendizaje colaborativo.

2. OBJETIVOS

- Comunicar las ideas con mayor claridad y precisión
- Adaptar el lenguaje escrito a los diferentes públicos y situaciones
- Identificar errores de ortografía, adecuación, coherencia y cohesión en el proceso de corrección, revisión y edición de un texto
- Aplicar correctamente reglas ortográficas, acentuación y puntuación
- Adaptar la información según su estructura a cada formato de la web 2.0
- Aprovechar y maximizar mejor el tiempo de trabajo
- Mejorar la comunicación interna y externa de la empresa
- Mejorar la imagen pública de la compañía

3. DESTINATARIOS

Este curso está diseñado para empresas y profesionales de todas las áreas que deseen mejorar la eficacia tanto de la comunicación interna como la que mantienen por escrito con sus clientes.

4. CONTENIDOS

1. La escritura corporativa
 - 1.1. Escritura corporativa o Business writing
 - 1.2. Elementos de la comunicación en el marco de la empresa
 - 1.3. Barreras y puentes en la comunicación empresarial
2. Destinatario finalidad del texto
 - 2.1. Nivel
 - 2.2. Tono
 - 2.3. Tipos de destinatarios
 - 2.4. Convencer
 - 2.5. Cumplir objetivos
3. La oración cómo elemento básico
4. Ritmo y comprensibilidad
5. Normas de estilo:
 - 5.1. Claridad
 - 5.2. Concisión
 - 5.3. Naturalidad
6. Descender a lo concreto
 - 6.1. El orden de la información
7. Documentación y generación de ideas
8. La importancia del párrafo
9. Tipos de discurso
 - 9.1. Narrativo
 - 9.2. Expositivo
 - 9.3. Argumentativo
 - 9.4. Publicitario.
10. Textos de ámbito empresarial: Cartas. E-mails. Newsletter. Blog.
11. Cómo estructurar un documento

5. METODOLOGÍA

a) Principios metodológicos

Se combinarán diferentes metodologías y estrategias dependiendo de:

- El contenido a trabajar.
- Posibles dificultades de adquisición por parte de un alumno o un grupo.

Como base a todas ellas se encuentran los siguientes principios metodológicos:

- Búsqueda de un aprendizaje significativo mediante la participación activa del alumno y su implicación en todo el proceso E/A.
- Máxima individualización del proceso de enseñanza y adaptabilidad al estilo de aprendizaje y a las posibles dificultades o destrezas.
- Globalización y generalización de los aprendizajes.
- Se fomentará la interacción con el medio como motor de aprendizaje: aprendizaje por descubrimiento, investigación.
- Desarrollar una enseñanza progresiva, dinámica y variada que resulte estimulante para el alumno y fortalezca la motivación.

b) Métodos

Durante las clases se llevarán a cabo diferentes tipos de estrategias y diferentes tipos de metodologías:

- **Centradas en la transmisión de la información:** Metodología centrada en transmitir conocimientos por parte del formador hacia el alumnado. Las ideas deben presentarse totalmente estructuradas. El papel del formador es activo porque él es quien manda y quien posee el saber y el del alumno, mero receptor del conocimiento y sujeto a evaluación.
 - **Método expositivo:** Consiste en presentar verbalmente una información, con o sin utilización de soportes auxiliares. El alumnado se mantiene en actitud pasiva, salvo cuando el orador utiliza la pregunta-respuesta.

- **Centradas en los procesos de aplicación:**
 - **Método demostrativo:** Su finalidad está más orientada a la adquisición de destrezas y habilidades más observables con los que se vincule a la práctica. Se trata de simultanear exponer y demostrar. El papel del profesor es activo porque presenta algo teórico y a la vez dice cómo se hace algo. Y el alumno, tiene parte activa porque ante un problema lo intenta resolver con la práctica ensayo-error.
 - **Método interrogativo:** Consiste en que el docente hace observaciones, preguntas... con el fin de motivar al alumno. Por medio de ellas éste reflexiona hasta que encuentra una respuesta. El formador ocupa un papel principal porque el docente posibilita, dirige, orienta y corrige todo el proceso de aprendizaje. Y el alumno, parte activa de su propio aprendizaje, superando el papel pasivo de la docencia tradicional.