



Plan Práctico de Gestión de la Reputación

inicio 02.11.21

El curso nos permitirá gestionar la reputación de una organización a través de una visión multistakeholder y un abordaje 360° de la comunicación por medio de especialistas en cada disciplina tomando en cuenta las nuevas tendencias globales y locales pre y post pandemia. Tiene componente teórico y práctico con fundamentos sólidos y con herramientas que nos permitan operativizar lo aprendido con una agenda de tareas concretas ya sea en empresas B2B y B2C.

Docentes



→ Darío Díaz

Director de Sostenibilidad, APOYO Comunicación

Cuenta con amplia experiencia en el área de Asuntos Corporativos, con un enfoque en comunicaciones, asuntos públicos y sostenibilidad.



→ Gabriel Ortiz de Zevallos

Presidente Ejecutivo, APOYO Comunicación

Generalista por vocación, le gusta entender lo suficiente de muchos temas para poder hacer click entre distintos campos.



→ María Katia Filomeno

Vice Presidenta de Innovación y Estrategia, APOYO Comunicación

Cuenta con experiencia en investigación cuantitativa y cualitativa, así como el diseño e implementación de herramientas de diagnóstico aplicadas a la comunicación.



→ María Pía Balestra

Directora de Cultura y Comunicación Interna, APOYO Comunicación

Publicista con experiencia en la redacción creativa, planificación, manejo de la creatividad y planning. Trabajó en PromPerú y luego formó parte del equipo de Cultura y CI del BCP.



→ Milagros Avendaño

Gerente General, APOYO Comunicación

Más de 20 años de experiencia diseñando estrategias de comunicación, publicidad, marketing y comerciales, con una visión global de negocio y un foco en el fortalecimiento de marcas.



→ Estefanía Chumpitaz

Directora de Negocios Digitales, APOYO Comunicación

Más de 8 años de experiencia liderando equipos, es experta en Social Media Marketing, Web ecommerce, Planning e Implementación de Medios Digitales, Data Analytics, Influence Marketing, así como en la construcción de marcas.



→ Alberto Gamarra

Director de Proyectos de Comunicación Empresarial y Manejo de Crisis, APOYO Comunicación

Especialista en el diseño de planes de comunicación estratégica, en gestión de crisis y en la construcción de relaciones con medios de

comunicación y stakeholders.



→ Carlos Lozada

Director de Asuntos Públicos, APOYO Comunicación

Ejecutivo Senior, bachiller en Arquitectura y Urbanismo con estudios de Producción y Realización de Radio y Televisión y vasta experiencia en Relacionamiento institucional, Marketing y Comunicación Corporativa.

Plan Práctico de Gestión de la Reputación

→ Darío Díaz → Gabriel Ortiz de Zevallos → María Katia Filomeno → María Pía Balestra → Milagros Avendaño → Estefanía Chumpitaz → Alberto Gamarra → Carlos Lozada

Malla Curricular

Sesión 1



02.11.21

Planning de comunicación: insights de stakeholders y reputación

→ María Katia Filomeno

En esta sesión haremos un barrido de información clave sobre el valor de la reputación. Además, profundizaremos en el paso a paso del planteamiento de comunicación, con algunas herramientas para la gestión preventiva y proactiva de reputación.

Sesión 5



16.11.21

Sostenibilidad y cómo generar activos para construir reputación

→ Darío Díaz

Estudiaremos aspectos relevantes a la reducción del uso de plástico, la gestión de residuos, el cambio climático, las cadenas de aprovisionamiento más sostenibles, la ética, entre otros. Además, profundizaremos acerca de las marcas con propósito y la economía circular. Abordaremos también aspectos claves en la planificación y la gestión de las diversas áreas relacionadas a la sostenibilidad.

Sesión 8



25.11.21

CEO, guardián de la cultura empresarial

→ Milagros Avendaño

Analizaremos casos positivos y negativos de cómo el uso de redes por parte de los CEO's tiene impacto en el negocio. Estudiaremos a los líderes como generadores de impacto positivo en la reputación de la empresa y conoceremos los pasos para gestionar marca personal en redes internas y externas: tu imagen es una sola.

Sesiones 2/3



04.11.21 / 09.11.21

Prevención y manejo de crisis en 2021

→ Gabriel Ortiz de Zevallos

Buscaremos aclarar la dinámica de las crisis, las cuales pueden ser predecibles e impredecibles, y la velocidad y conjunto de factores que pueden impactar y afectar la reputación de la empresa, o incluso la legitimidad para operar. También buscaremos reconocer el valor económico que se pierde cuando se maneja mal una crisis. Podremos identificar una agenda concreta de puntos a seguir en nuestras empresas para estar mejor preparados para prevenir y enfrentar una crisis.

Sesión 6



18.11.21

El Colaborador Activista. Empoderado y creíble

→ Maria Pia Balestra

Conoceremos sobre el "employee advocacy" o el activismo del colaborador. Veremos la importancia de la coherencia de la comunicación externa e interna, la cultura, la propuesta de valor y el liderazgo para generar un activismo positivo, así como lo que puede desatar una crisis reputacional a través de un activismo negativo. Revisaremos algunos casos emblemáticos y actuales así como los KPIs detrás del activismo y cerraremos la sesión con las pautas para construir una red de embajadores que permita generar una estrategia de activismo que contribuya a la construcción de la reputación al externo como el alineamiento y engagement hacia el interno.

Sesión 9



30.11.21

Reputación digital: estrategia y tácticas creativas

→ Estefanía Chumpitaz

Estudiaremos cómo las herramientas digitales ayudan a generar reputación.

Sesión 4



PR: estrategias y tácticas

→ Alberto Gamarra

Estudiaremos las nuevas tendencias para diseñar estrategias basadas en ejes reputacionales, el desarrollo de la narrativa empresarial y las tácticas más efectivas para lograr impactos en medios de comunicación. Asimismo, conoceremos cómo potenciar nuestro relacionamiento con medios de comunicación y principales stakeholders.

Sesión 7



23.11.21

Asuntos públicos → Carlos Lozada

Cómo construir relaciones sólidas y duraderas con el Estado. Lobby vs Gestión transparente de intereses. Cuáles son las obligaciones a tener en cuenta para no infringir una norma. Herramientas que se deben desarrollar. Consideraciones antes de solicitar una reunión con un funcionario público. Recomendaciones para acercarse al éxito

Objetivos del curso

- → Lograr un entendimiento de las diversas tendencias y expectativas de Stakeholders en las dimensiones sociales, ambientales y de gobernanza, que impactan en los objetivos de negocio y en la reputación.
- Conocer las herramientas y metodologías prácticas que permiten una gestión efectiva de los desafíos de sostenibilidad.
- → Identificar los activos y pasivos de la propia empresa para la evaluación de los riesgos de crisis previsibles.
- Realizar una autoevaluación de la vulnerabilidad de la empresa a situaciones de crisis e identificar la agenda de puntos a reforzar para ser crisis-fit.
- Estudiar conceptos y herramientas que faciliten el planeamiento estratégico de comunicación.
- Conocer las razones que generan tanto el activismo positivo como el negativo en
- Estudiar el uso de la huella digital para minimizar los riesgos reputacionales.
- Estudiar estrategias de comunicación efectiva que permitan construir una narrativa empresarial.

¿Por qué asistir?

los colaboradores

- La sostenibilidad de una organización ya no reside sólo en sus activos tangibles, sino en el valor que para sus distintos Stakeholders tienen sus marcas, su reputación y su aporte a la comunidad.
- Las crisis pueden ocurrir de manera previsible o no, y tienen un impacto económico en la reputación de la empresa. Prevenir y manejar las crisis bien es parte del manejo de activos intangibles de una empresa.
- Si una empresa no está lista para enfrentar distintas crisis, puede perder toda opción de pelear la batalla.
- La construcción de reputación y de una cultura de servicio y transparencia es esencial para poder enfrentar las crisis en mejores condiciones.
- y para facilitar la planificación de la comunicación.

Adquiriremos herramientas para justificar la relevancia de trabajar en la reputación

- Actualizaremos los conceptos para la construcción de la reputación corporativa a través de las relaciones públicas.
- Fortaleceremos las relaciones con medios de comunicación y públicos clave.

Dirigido a

Responsables de áreas como marketing / recursos humanos que han asumido la función de asuntos corporativos / temas reputacionales. Jefaturas / responsables de asuntos corporativos. Gerentes de empresas pequeñas / medianas. Emprendedores en temas de sostenibilidad.







Plan Práctico de Gestión de la Reputación

→ Darío Díaz → Gabriel Ortiz de Zevallos → María Katia Filomeno
 → María Pía Balestra → Milagros Avendaño → Estefanía Chumpitaz
 → Alberto Gamarra → Carlos Lozada

Información General

Fechas

Sesión 1

Martes 02 de noviembre de 2021

Sesión 2

Jueves 04 de noviembre de 2021

Sesión 3

Martes 09 de noviembre de 2021

Sesión 4

Jueves 11 de noviembre de 2021

Sesión 5

Martes 16 de noviembre de 2021

Sesión 6

Jueves 18 de noviembre de 2021

<u>Sesión 7</u>

martes 23 de noviembre de 2021

Sesión 8

Jueves 25 de noviembre de 2021

Sesión 9

Martes 30 de noviembre de 2021



100% práctico



100% online



Docente en vivo



27 horas de capacitación



Sesión de preguntas & respuestas

Horarios

Hora: 07:00 PM - 10:00 PM / HRS PE

Certificado

Certificado Digital de Participación emitido por Seminarium Perú.



Inversión*

Regular S/ 1,850.00

Corporativo (a partir de 3 inscritos) S/ 1,480.00

* Valor de inscripción por persona. Precios expresados en Soles incluyen el IGV.

NOTAS

- El curso se abrirá con un mínimo de 15 alumnos inscritos.
- Aforo máximo de 40 alumnos.
- Se debe asistir a las 9 sesiones para obtener el Certificado Digital de Participación.



