**PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS**

**1. TÍTULO DEL CURSO**

|  |
| --- |
| **LAS COMUNICACIONES INTERNAS** |

**2. DOCENTE A CARGO Y EQUIPO DOCENTE**

|  |  |
| --- | --- |
| **APELLIDO Y NOMBRE** | ROSENTHAL VANESA |
|  |  |
|  |  |

**3. JUSTIFICACIÓN - FUNDAMENTACIÓN**

|  |
| --- |
| Actualmente, la comunicación interna ocupa un lugar estratégico dentro del mundo de las organizaciones, que no pueden conformarse con suministrar información, sino que necesitan generar conversaciones para facilitar su transformación y reforzar el compromiso de las personas.  |

**4. OBJETIVOS**

|  |
| --- |
| En este curso analizaremos las iniciativas más estratégicas para motivar a los empleados, las herramientas que mejor funcionan y la integración de medios online y offline. |

**5. PROGRAMA A DESARROLLAR**

|  |
| --- |
| **UNIDAD 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA DE LA ORGANIZACIÓN**1.1. La forma de comunicar como rasgo que define la cultura de la organización.1.2. Cómo se estructura el área de comunicaciones internas dentro de la organización: alineamiento de la estrategia de comunicación con el Plan Estratégico de la organización.1.3. Alcance e impacto del rol del comunicador interno como generador de conversaciones y facilitador de procesos.1.4. Nuevas tendencias de Comunicación Interna.**UNIDAD 2. MARCA EMPLEADORA Y BRANDING INTERNO**2.1. Comunicación de mensajes estratégicos. Definición y comunicación del Propósito, la Misión, la Visión y los Valores institucionales. Gestión de campañas institucionales internas.2.2. Los empleados como embajadores de la marca. La aportación de valor del Branding Interno.2.3. Cómo segmentar el público interno. Adecuación de mensajes a los distintos públicos.**UNIDAD 3. GESTIÓN DE MEDIOS Y ACCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA OFFLINE**3.1. Selección e implementación de los medios y acciones más adecuados para cumplir con los objetivos de la organización. 3.2. Funciones, ventajas y desventajas.3.3. Red de Referentes de Comunicación interna.**UNIDAD 4. DIGITALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**4.1. Incidencia de las TIC´S en Comunicación Interna.4.2. Gestión de la Comunicación interna 2.0.4.3. Nuevo modelo de trabajo colaborativo.4.4. Nuevos formatos: la irrupción del mobile, las aplicaciones, redes y plataformas. |

**6. BIBLIOGRAFÍA**

|  |
| --- |
|  La bibliografía del curso acompaña las diferentes unidades. |

**7. MODALIDAD DE DICTADO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PRESENCIAL** | **VIRTUAL** | **SEMI-PRESENCIAL** |
|  | X |  |

**8. MODALIDAD DE EVALUACIÓN**

|  |
| --- |
| El curso se aprueba mediante la presentación de un trabajo final en equipo que se irá desarrollando a lo largo de la cursada. |

**9. DURACIÓN**

|  |
| --- |
| **CARGA HORARIA** |
| **CARGA HORARIA TOTAL** |
| **20 hs** |
| **CANTIDAD DE CLASES TOTALES** |
| **8**  |
| **SINCRÓNICA** | **ASINCRÓNICA** |
|  |  |

**10. REQUISITOS MÍNIMOS DE INSCRIPCIÓN**

|  |
| --- |
| Promediar estudios en carreras humanísticas (comunicación, psicología, relaciones del trabajo, sociología, marketing, ciencias políticas, etc.) o experiencia laboral en la temática. |