

## PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

### 1. TÍTULO DEL CURSO

Cómo redactar mensajes de e-mail de alto impacto

### 2. DOCENTE A CARGO Y EQUIPO DOCENTE

<b>APELLIDO Y NOMBRE</b>	María Juliana Gabás
<b>Docente Titular</b>	María Juliana Gabás
<b>Docente Adjunto</b>	Ricardo Palmieri

### 3. JUSTIFICACIÓN - FUNDAMENTACIÓN

A menudo, las personas encargadas de redactar e-mails necesitan escribirlos de un modo simple y sin perder tiempo. También precisan que esos mensajes logren respuestas positivas y veloces por parte de los destinatarios.

Hoy, los e-mails son una herramienta central en toda estrategia moderna de comunicación interna o externa. Y esto, tanto en las organizaciones públicas como en las privadas y en las del tercer sector.

Al cursar este taller, cada asistente podrá saber cómo definir con precisión el mensaje central a transmitir, y las herramientas del lenguaje que permiten sumarle claridad y efectividad. También conocerá los recursos online para la autocorrección ortográfica y sintáctica.

## 4. OBJETIVOS

- Proveer los criterios y herramientas que hacen a la claridad y efectividad de un mensaje, para la comunicación interna o externa de una organización
- Dar a conocer las matrices que permiten definir cuál es la información clave a difundir
- Identificar los distintos tipos de públicos
- Resaltar la importancia de la personalización y la nitidez en el asunto o subject, la brevedad en la estructura del cuerpo de texto y la exactitud en la definición de la persona firmante
- Proveer datos sobre editores y correctores de estilo –online-, automatizados y de libre uso
- Demostrar que la escritura de e-mails de impacto no es un don sino una técnica accesible a todos

## 5. PROGRAMA A DESARROLLAR

### **Módulo 1: Redacción de e-mails**

- Claridad, concisión, coherencia y completud
- Selección de palabras
- Palabras que impulsan la acción
- Storytelling
- Las 2 P
- Lenguaje simple o plain language
- Normas para el uso no sexista del lenguaje, de la Unesco
- Diccionarios y editores online

### **Módulo 2: Definición del contenido**

- Definición del contenido: asignación de prioridades
- Matriz de Wunderman o de las 4 W

### **Módulo 3: Tipología de e-mails y recursos visuales**

- Tipología de e-mails: informativos, prescriptivos y de alerta
- Estilos: formal, semiformal y conversacional
- Uso de imágenes y otros recursos visuales, y del formato responsive

**Módulo 4: Estructura**

- Estructura básica: remitente o sender, asunto o subject –con personalización y tema central-, cuerpo de texto, llamado a la acción o Call to Action, despedida, firma y disclaimer
- Uso de emojis
- Errores habituales

**Módulo 5: Envío**

- Identificación de los destinatarios clave
- Elusión de redundancias

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

- García Jiménez, J. *La comunicación interna*
- Notorius-Comunicación.com: “*e-mails internos: buenas prácticas para comunicadores*”
- Tessi, M. *Comunicación interna en la práctica*
- Tessi, M. *Comunicación interna integrada*

## **8. MODALIDAD DE EVALUACIÓN**

El taller se evaluará mediante la participación en clases y ejercicios prácticos.