

Escenarios de apertura

Curso COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Ideas fuerza:

Nos proponemos desarrollar una fuerte articulación entre los conocimientos teóricos y prácticos de modo contextualizar las acciones comunicacionales con las herramientas específicas para su puesta en práctica en las organizaciones sociales, cooperativas y demás entidades de la Economía social y Solidaria.

Los encuentros se desarrollarán con una modalidad práctica donde se busca interactuar con herramientas desde el comienzo, combinadas con enfoques teóricos de la comunicación. Tendrán lugar espacios de debate y diálogo sobre las herramientas comunicacionales propuestas, a la vez que se buscará relacionar con las problemáticas que los y las participantes definan o vivan como “cercanas” a la realidad de sus organizaciones.

Partimos de la premisa de que la organización comunica y la comunicación organiza. La comunicación no es una acción menor o auxiliar de la cotidianidad organizativa. Es un elemento sustantivo para la planificación y la acción en un contexto altamente mediatizado donde las personas reciben múltiples y complejos mensajes con la intención de modelar gustos, ideas, y adhesiones sociales. Con este curso las y los estudiantes podrán acceder a debates y prácticas que fortalecerán la actividad individual y colectiva de la vida organizacional.

Contenidos:

Herramientas del proceso de comunicación: Dispositivos comunicacionales, redes, mensajes, publicidad, marca.

El uso específico de las redes sociales: Pensar la comunicación apoyados con el uso de internet y las redes sociales. Publicidad y relaciones públicas.

Comunicación organizacional: definición, perspectivas y características. La comunicación como aspecto central de una organización: la organización comunica y la comunicación organiza.

El proceso de la comunicación organizacional: Conocer las acciones y dispositivos comunicacionales para la acción externa de las organizaciones sociales y cooperativas.

Elementos del proceso comunicacional: Se conocen los canales y los distintos roles establecidos por las personas en los actos comunicacionales.

Dimensiones de la comunicación organizacional: El carácter complejo, ambiguo y pluridimensional de la comunicación en las organizaciones.

Articulación e integración de la comunicación a los demás procesos organizacionales: institucional, gobierno, productivo, comercial, etc. Interdependencia con las acciones de comunicación institucional.

La identidad de la organización: imagen institucional / dinámicas, canales, medios y soportes comunicacionales / tono y estilo. Lo racional y lo emocional; lo instrumental y lo relacional. Construir y comunicar una identidad.

Estrategias de la comunicación externa: Segmentación de públicos para la comunicación externa. El lenguaje comunicacional de las organizaciones.

La gestión de la comunicación: La relación a la misión y visión de las organizaciones, su cultura, su historia y las prácticas que la atraviesan y configuran.

Coordinación: Dra. Ianina Lois

Inscripción:

Carga horaria: 24 horas, 16 presenciales y 8 de trabajo autónomo

Certificación: Todos los cursos son certificados por el Instituto Universitario de la Cooperación, con autorización ministerial 420/17 (aut.prov).

Horarios:

A convenir

Modalidades de pago: Efectivo o por transferencia bancaria: \$2.500 (valores septiembre 2019)

Más información: +54 11 59316085 - info@iucoop.edu.ar