SISTEMA NACIONAL DE CAPACITACION
DISEÑO DE LA ACTIVIDAD

Nombre

COMPETENCIAS DIRECTIVAS PARA LA ALTA DIRECCIÓN PÚBLICA: MÓDULO XI: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Código INAP IN27252/17 **Estado** Activo

Programa Alta Dirección Pública **Área** Desarrollo de competencias

Fundamentación

La revolución tecnológica y digital se refleja en nuestra vida cotidiana. A partir de la consolidación de internet y la incorporación de las nuevas tecnologías a este mundo globalizado se han generado nuevos enfoques organizacionales. Se trabaja con diferentes plataformas y herramientas digitales, ingresan al nuevo modelo laboral generaciones nacidas en los años 90, las cuales poseen nuevas motivaciones y exigencias que han obligado a reconvertir el modelo con el que se trabajaba en las organizaciones, con el fin de adaptarse al nuevo escenario laboral.
Estas nuevas necesidades, motivaciones y exigencias, también han replanteado las habilidades directivas necesarias para ejercer cargos de liderazgo, trabajando con equipos calificados para la concreción de objetivos.
Las organizaciones debieron replantearse los modelos y adaptarlos y hacerlos más flexibles, abiertos, comunicativos, con relaciones igualitarias y con menos distancia jerárquica. Generando espacios de sugerencias y participación, incentivando a la innovación, la creatividad y el desarrollo de las personas, con el fin de sumar a la mejora continua de las organizaciones.
Para relacionarse con los agentes a cargo e incluso con otros agentes, se ha optado por una mirada más cercana, amplia y transversal, adaptándose a esta revolución tecnológica del siglo XXI; pudiendo incorporar y desarrollar las habilidades directivas imprescindibles para una buena gestión.
La propuesta corresponde a uno de los módulos que integra la propuesta formativa para el desarrollo de competencias directivas del siglo XXI; que fomenten el relacionamiento interpersonal, la resolución de conflictos, la retroalimentación activa, el empoderamiento situacional, la toma de decisiones, la motivación y la comunicación, como algunos de los temas más relevantes para la gestión con equipos de trabajo a cargo. El Programa busca impulsar la profesionalización de los agentes que se desempeñan en la Alta Dirección Pública, facilitando un plan de aprendizaje continuo que permita jerarquizarlos a través del desarrollo de las competencias individuales.

Contribución esperada

Potenciar las capacidades de los líderes de la administración pública se espera que al finalizar la actividad incrementen los resultados de sus equipos de trabajo, como así también, la satisfacción en cuanto a clima laboral, relacionamiento interpersonal, calidad en el desempeño de sus funciones y por orden transitivo, el desarrollo de los agentes a su cargo.
Específicamente, al finalizar la actividad se espera que el participante esté en condiciones de posicionar a su organismo de pertenencia destacando su imagen pública, su compromiso y responsabilidad en la sociedad y al mismo tiempo optimizar

la comunicación interna.

Perfil del participante

Los destinatarios son agentes que componen la Alta Gerencia Púbica y agentes con personal a cargo que desarrollan funciones de liderazgo, planificación, análisis, organización, dirección ejecutiva y manejo de equipos de trabajo entre algunas de sus funciones cotidianas que se desempeñen en áreas de comunicación institucional o similares. Se requiere título universitario.

Objetivos

Se espera que los asistentes al curso logren:

Conocer sobre la temática de la comunicación institucional.

Dominar herramientas comunicativas externas de formación de imagen de la jurisdicción y dominar y herramientas de comunicación interna.

Manejar la comunicación externa basadas en las nuevas tecnologías de comunicación tales como las redes y orientarlas a desarrollar estrategias comunicativas orientadas a la opinión pública y a la prensa.

Visualizar la importancia de la responsabilidad social de la organización frente a la comunidad y desarrollar estrategias que desactive el rumor.

Dominar herramientas para gestionar crisis a partir del rol preponderante del vocero oficial.

Contenido

I. Imagen Corporativa

Desarrollo de los conceptos de identidad, imagen y reputación.
La Imagen institucional. Características. Elementos formadores de imagen
Comunicación global de la organización.
Las diversas técnicas de comunicación y su correcta utilización.

II. Comunicación interna: herramientas y acciones

La importancia de la comunicación interna en la dinámica organizacional
Cultura, Motivación y Clima Interno.
Alineación de la comunicación con: Visión, Misión, Valores y objetivos de la empresa.

Principales componentes del plan de comunicaciones internas.

III. Comunicación externa y prensa

La importancia de la comunicación externa con los diversos públicos de interés: herramientas y acciones.
Relación con la prensa. Impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación: redes sociales.

IV. Responsabilidad Social Empresarial. Opinión pública y Rumor

RSE: antecedentes, paradigmas y valores, beneficios.
El papel de la empresa en la sociedad.
Responsabilidad Social y compromiso con la comunidad.
Opinión pública, desencadenantes y líderes de opinión.
Rumor: características, cómo evitarlo.
Crisis: el vocero: perfil y habilidades. El Manual de Crisis: características, utilidad y contenidos.

Estrategias metodológicas y recursos didácticos

El plan formativo propuesto incluirá el desarrollo de casos teórico prácticos, realización de dramatizaciones para poner a los participantes en situación y debates grupales para consensuar las mejores prácticas profesionales. La metodología de trabajo será presencialSe contemplan distintos tipos de actividades:

Actividades introductorias: estas actividades están orientadas a que el docente pueda delimitar saberes previos de los participantes, sus experiencias en el desarrollo de las políticas de comunicación y sus expectativas a fin de adecuar y ajustar contenidos y estrategias metodológicas ajustadas a las realidades de los participantes.

Actividades de desarrollo: proponen instancias de trabajo grupal en donde los participantes vayan definiendo el producto final de la actividad mediante la incorporación creciente de los contenidos del curso. Mediante la presentación de informes de avances parciales en donde los distintos docentes orientarán a los participantes hacia la formulación final de la entrega de un proyecto.

Actividades integradoras finales: en esta instancia se integrarán los contenidos desarrollados y que están relacionadas tanto con la contribución esperada como con el producto final de la actividad. Está prevista una evaluación escrita final como producto final.

Descripción de la modalidad

Presencial.

Bibliografía

La bibliografía consiste en un dossier de materiales y recursos didácticos (videos, links, pág. Webs, etc.) seleccionado por el docente.

Evaluación de los aprendizajes

La evaluación de proceso se llevará a cabo a través de las actividades individuales y grupales propuestas por los docentes.

La evaluación de producto consistirá en un trabajo escrito de aplicación de los contenidos desarrollados durante el curso.

Instrumentos para la evaluación

Con respecto a la evaluación de aprendizajes se emplean grillas de evaluación de seguimiento de las actividades de procesos y con respecto a la evaluación de producto de producto.

Encuesta de satisfacción de los participantes y cuestionario de los docentes sobre el desarrollo de los módulos.

Requisitos de Asistencia y aprobación

La asistencia a tres de los cuatro encuentros presenciales y la aprobación de la evaluación escrita final.

Duración (Hs.)

16

Detalle sobre la duración

4 encuentros de cuatro horas de duración cada uno.

Lugar

Universidad de Buenos Aires (UBA). Sede: Palermo. República Dominicana 3586.

Perfil Instructor

Experto en comunicación organizacional.

Origen de la demanda

Alta Dirección Pública.

Prestadores Docentes

CUIT/CUIL	APELLIDO Y NOMBRE
20265538119	STRAFACE,GONZALO