SISTEMA NACIONAL DE CAPACITACION
DISEÑO DE LA ACTIVIDAD

Nombre

HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN DE MATERIAL DIGITAL INSTITUCIONAL

Código INAP IN34125/20 ***Estado*** Activo

Programa)Campos de Práctica ***Área***)Comunicación

Fundamentación

Uno de los pilares de la Unidad de Comunicación es el correcto uso y aplicación del Manual de aplicación vigente 2024; de esta manera, se corroboran distintos elementos gráficos pertinentes, paletas cromáticas específicas y permitidas, jerarquización correcta de logos institucionales, así como recursos y elementos que “no” deben utilizarse.

Para lograr llevar a cabo dicho objetivo, la Unidad de Comunicación Institucional de la Jefatura de Gabinete de Ministros cuenta con un área que se encarga de revisar y corroborar el material digital institucional realizado por los distintos organismos, subsecretarías, programas, etc. La Unidad de Comunicación del INAP se encarga de generar el contenido de distintas piezas y de la diagramación gráfica y la correcta utilización de elementos institucionales, elementos que son obligatorios a la hora de producir un documento.

Esta capacitación surge de la necesidad de capacitar al personal que integra los equipos de comunicación de los organismos de la Administración Pública Nacional en el conocimiento del Manual de Marca de Presidencia y del organismo en el que revistan, para su correcta aplicación en los diferentes materiales gráficos para los distintos canales de comunicación.

A partir de lo mencionado y en línea con la Propuesta Formativa del INAP, en la presente actividad prevalecen los siguientes tipos de saberes: Saber (saberes objetivados sobre la realidad organizados en sistemas de conceptos y teorías) - Saber hacer (saberes de acción vinculados con la capacidad de intervenir).

Contribución esperada

Los efectos esperados de la capacitación son: Sobre las personas: la producción correcta del material digital institucional para los distintos canales de comunicación. La incorporación de la herramienta Manual de Marca como insumo básico para producir y responder a la demanda de piezas de comunicación. Sobre las organizaciones: la elaboración de producciones acordes con los objetivos comunicacionales del organismo y consistentes con el discurso institucional.

Perfil del participante

Personal que se desempeña en el ámbito de la APN, en las áreas que entienden en la producción de material de

comunicación gráfico/audiovisual, unidades de comunicación, contenidistas, redactores, profesionales en comunicación institucional (ya sea diseñadores gráficos, diseñadores de imagen y sonido, diseñadores web, programadores, ilustradores, fotógrafos, etc.)

Personal de la APN que tenga conocimientos de difusión y canales de comunicación, sin necesidad de tener un título de grado específico.

Personal de la APN interesado en enriquecer su labor diaria y ampliar su eficacia a la hora de plantear y utilizar nuevas herramientas de comunicación visual.

Personal de otros organismos del Estado, dado que la lógica de aplicación y uso apropiado de las herramientas de comunicación es ajena a la dependencia.

Objetivos

Que los participantes logren:
Diseñar una pieza de comunicación.
Identificar errores no solo a la hora de analizar la redacción y el contenido de una pieza, sino de su diagramación y estructura institucional.
Entender la jerarquización y la correcta utilización de logos institucionales, marcas y submarcas.
Detectar errores básicos y complejos.
Elegir adecuadamente el tipo de pieza para el canal determinado a la hora de realizar un nuevo material de comunicación.
Evaluar la cantidad de contenido según la pieza.
Reconocer en una pieza qué canales puede abarcar y la pertinencia de los mismos.
Identificar el tipo de comunicación según pieza impresa, virtual, social media, audiovisual, etc.
Fortalecer su capacidad para mejorar el trabajo conjunto y en equipo en las unidades de comunicación, generar un trabajo integral y participativo. Estar dentro del espectro visual.

Contenido

Unidad 1: Manual de Aplicación de Marca
1.1 Branding y Posicionamiento de Marca.
1.2 Manuales de aplicación de Marca.
1.3 Jerarquías de organismos en el estado.
1.4 Problemática de la comunicación y difusión de contenido en el Estado.
1.5 Manual de aplicación vigente 2024

Unidad 2: Materiales para la Comunicación Institucional
2.1 Piezas gráficas básicas.
2.2 Tipología de materiales para la comunicación.

2.3 Las demandas de los distintos organismos y dependencias.

Unidad 3: Canales de Comunicación
3.1 Piezas fundamentales determinadas por el Manual de Aplicación de Marca.
3.2 Material de carácter gráfico.
3.3 Material de carácter audiovisual.
3.4 Material de carácter digital.
3.5 Material de carácter interactivo e instructivo.

Unidad 4: Circuito de Producción para una pieza de comunicación

4.1 Producción de material y contenido de difusión, diagramación de mapa de contenido según la demanda.
4.2 El trabajo interdisciplinario en la producción de piezas de comunicación.
4.3 El lenguaje discursivo según el canal de comunicación.
4.4 Análisis del contenido para la producción de una pieza gráfica.

Unidad 5: Contenido Digital y Social Media
5.1 Redes Sociales y Comunicación Institucional.
5.2 Manual de buenas prácticas en Redes Sociales.
5.3 Difusión interna y recursos acordes.
5.4 Secuencia de difusión y la importancia de la híper-conectividad.
5.5 Responsive, pensar los materiales según el dispositivo del receptor.

Unidad 6: Seguimiento y revisión
6.1 Seguimiento de producción de una pieza gráfica.
6.2 Instancias de revisión de contenido y corrección según la disciplina.
6.3 Recorrido y difusión de los materiales producidos.

Estrategias metodológicas y recursos didácticos

La estrategia se orienta a desarrollar capacidades para intervenir en el diseño de la comunicación institucional a través de diferentes canales, especialmente en la elaboración de piezas gráficas que respondan a determinados criterios.
Se propone una estrategia que combina distinto tipo de actividades que integran el material didáctico y los recursos disponibles. Por ejemplo, presentaciones expositivo-narrativas, para presentar la información relevante, técnicas de intercambio grupal y de debate dirigido o discusión guiada a través de los foros, para generar participación e intercambio de ideas e información sobre un tema. El tutor responderá dudas y consultas desde un espacio (foro) diseñado especialmente para ello. También se propondrán situaciones de análisis, como por ejemplo, cómo aplica un organismo el Manual de marca de aplicación vigente .Actividades introductorias: para conocer al grupo y relevar conocimientos y

experiencias previas.
Actividades de desarrollo: en las que los participantes podrán analizar distintos Manuales de aplicación de marca, elaborar distinto tipo de piezas gráficas, aplicar herramientas institucionales, seleccionar una pieza gráfica según el tipo de comunicación institucional que se requiera, etc.
Actividades de integración: los participantes: a modo de integración final, los participantes diseñarán en formato PDF un Brief con información escrita y gráfica, en el que aplicarán las herramientas desarrolladas en el curso.

Descripción de la modalidad

Virtual con tutoría

Bibliografía

MANUAL DE MARCA DE APLICACIÓN VIGENTE 2024 - MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS EN REDES SOCIALES 2024
LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA - 2012 | Autor José Souto | Editorial José Souto.
CREARTE DIGITAL - 2013 | Autor: Crearte Digital | Editorial Crearte Digital.
REDES SOCIALES Y SUS APLICACIONES – 2012 | Autor: Alfredo Vela | Editorial: Alfredo Vela Zacada.
FUTURO INTELIGENTE – 2014 | Autor: Leandro Zanoni | Editorial: Cybermax.
FUNDAMENTOS DE LA IMAGEN VISUAL CORPORATIVA – 2012 | Autor: Lizandro Carvajal | Editorial: Lizando Carvajal.
LA GRÁFICA COMMEDIA – 2013 | Autor: Walter Valter Toni | Editorial : Fara Editores.
TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL – 2012 | Autor: Francisco Núñez, Romero Olmo | Editorial MªRomeu.
REFLEXIÓN ACADÉMICA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN NºXXI – 2010 | Autor: UP - http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/127_libro.pdf
DESARROLLO DE HABILIDADES EN EL CURSO DE LA TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN 2016 | Autor: Luis Enrique Velázquez Perea | Editorial : Velázquez.

Evaluación de los aprendizajes

De proceso: a través de las actividades parciales de desarrollo que se irán proponiendo a lo largo de las unidades y la participación en los espacios de intercambio.

De producto: a través de un trabajo final integrador en el que se solicitará a los participantes un diseño en formato PDF de un Brief con información escrita y gráfica, en el que apliquen las herramientas desarrolladas en el curso.

Instrumentos para la evaluación

- Instrumentos para evaluación de los aprendizajes: guías para la evaluación de las entregas parciales.
Matriz para la evaluación del producto final.
- Instrumentos para evaluar la actividad: encuesta de satisfacción de los participantes.

Requisitos de Asistencia y aprobación

Aprobación de las actividades de desarrollo: 40%

Participación en espacios de intercambio: 10% Aprobación del trabajo práctico final: 50%

Duración (Hs.)

32

Detalle sobre la duración

32 horas distribuidas en 5 semanas

Lugar

CAMPUS VIRTUAL INAP

Perfil Instructor

Formación pertinente profesional: Diseño gráfico, Diseño de imagen y sonido, Comunicación social, Redacción y contenido, Diseñador audiovisual, Diseñador web, Marketing, Publicista, Ciencias políticas, Ceremonial.

Experiencia en áreas de comunicación institucional, tanto en el ámbito público o privado (aunque en el ámbito público tenga un plus).

Manejo de herramientas de comunicación modernas, ya sea social media management (conocimiento y uso de redes sociales), conocimiento de los distintos programas de diseño profesional, herramientas y recursos de previsualización de contenido para el armado del mismo (ej: PPT; PDF; Office, ETC), para así facilitar el contenido de lectura y el contenido visual.

Origen de la demanda

INAP

Prestadores Docentes

CUIT/CUIL	APELLIDO Y NOMBRE
20319410148	CANNONE,FEDERICO
	DOCENTE,EVENTUAL