

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 Marca de la Presidencia de la Nación; 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.

Esta actividad forma parte de los Itinerarios Formativos correspondiente al área comunicación institucional.

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:

Ser resolutivos a la hora de encarar de “cero” 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 en distintas Gestiones Presidenciales.

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 Marca de Presidencia de la Nación

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 hiper-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 modalidad del curso “Herramientas para la producción de material digital institucional” es 100% virtual a través de una plataforma donde se puede interactuar con distintos materiales a través de distintos canales de comunicación, clases en vivo audiovisuales, participación en foros, trabajo en equipos, trabajos prácticos y trabajos interactivos. Es muy importante el material VISUAL y los EJEMPLOS/CASOS para llevar adelante este tipo de cursada, además de entender las distintas disciplinas que participan en un branding institucional.

Los tutores deben mantener un rol activo y participativo, haciendo un seguimiento constante de los alumnos, ya que sin prueba/error, participación activa, motivación e interés es prácticamente imposible lograr el objetivo de la capacitación. En la modalidad virtual, el capacitador debe utilizar una estrategia donde haya distintas instancias para poder integrar el material y lograr el objetivo final, por eso en una instancia inicial es muy importante realizar presentaciones expositivo-narrativas, para para presentar la información relevante. Es importante llevar a cabo una técnica grupal y de

Debate Dirigido o Discusión Guiada a través de los foros, para generar grupos de discusión y grupo debate, promover el intercambio de ideas e información sobre un tema. En Modalidad Virtual la técnica Foro es fundamental, tanto para el debate general de un problema determinado sino como medio de consulta y dudas, al ser una capacitación multidisciplinaria es importante el debate y nutrirse de información útil. Otra estratégica es a través de la técnica de Estudio de Casos, tanto en los grupos conformados como en el debate general (por ejemplo, análisis como un ministerio hace uso del manual de marca de Presidencia de la Nación).

La estrategia de laboratorio también puede ser incluida en esta capacitación, con distintas situaciones, por ejemplo, generar un contenido y una pieza utilizando y guiándose con piezas existentes, o incluso con la experiencia directa (por ejemplo, en el canal digital, social media o web).

En las actividades introductorias los participantes realizarán análisis de casos, ejemplos de aplicación y contenido audiovisual, lo ideal sería que se armen grupos de trabajo y usen el foro para debate e intercambio de idea. Las actividades de desarrollo contemplan actividades específicas a desarrollar, el caso/ejemplo seleccionado, que va a ir evolucionando con el correr de la cursada, también para este tipo de actividades es recomendable la creación de grupos de trabajo para poder cumplir con las entregas en tiempo y forma, además entendiendo que es una actividad que se enriquece con la interdisciplina. Y las actividades de integración serán dadas a través del foro donde a diferencia de las demás actividades el tutor evaluará una participación individual activa.

Descripción de la modalidad

Virtual con tutoría

Bibliografía

- MANUAL DE MARCA PRESIDENCIA DE LA NACIÓN – 2020 Presidencia de la Nación.
- LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA - 2012 | Autor José Souto | Editorial José Souto.
- CREAARTE DIGITAL - 2013 | Autor: Create Digital | Editorial Create 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: Lizandro Carvajal.
- LA GRÁFICA COMMEDIA – 2013 | Autor: Walter Valter Toni | Editorial : Fara Editores.
- TÉCNICAS DE LA COMUNICACIÓN VISUAL – 2012 | Autor: Francisco Núñez, Romero Olmo | Editorial M^ºRomeu.
- REFLEXIÓN ACADÉMICA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN N^ºXXI – 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:

La participación constante en el foro además y también con herramientas de live streaming (audio/audio video), haciendo este debate junto al docente mucho más nutrido y dinámico.

Es importante la participación en el foro “debate”, además de la participación en las clases virtuales (si la plataforma lo permite) y avanzar en las instancias y los plazos de corrección.

En las entregas debe plantearse una situación problemática a resolver, dependiendo el caso, esta debe ser planteada y resuelta en la entrega por el/los participantes. Lo cual va a dar evidencia de los saberes adquiridos en las distintas unidades.

De producto:

A través de entregas parciales, junto a una entrega final de un “caso”. Los casos van a ser presentados durante la cursada y el o los participantes (entendiendo que la actividad se puede realizar de manera grupal, lo cual es lo más recomendable) van a elegir un caso (por ejemplo, un evento) y se establecerán criterios de evaluación por instancias, a medida que consulte con la bibliografía pertinente, casos modelos expuestos en la plataforma, análisis de productos ya realizados por instituciones, etc. Las entregas parciales se van a realizar semanalmente apoyados por material visual y ejemplos prácticos, con teoría sobre branding. Y el producto final a evaluar será un desarrollo en formato PDF con un Brief (un documento donde se encuentra por escrito, la mayor cantidad de información, los objetivos, las estrategias de comunicación y el alcance, las estadísticas, el target o público objetivo, etc., el caso desarrollado), además de material escrito el brief tiene que incluir imágenes visuales o multimedias. El producto será evaluado teniendo en cuenta la inclusión de la temática desarrollada durante la cursada y el material de lectura, además de una mirada crítica sobre la correcta aplicación sobre cada caso, corroborando de que los alumnos hayan incorporado correctamente las herramientas brindadas por el docente.

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

Participación en el foro: 20%

Lectura y análisis de material y bibliografía: 25%

Participación en las Clases Virtuales: 5%

Aprobación de las actividades de evaluación de proceso y de producto: 50%

Duración (Hs.)

32

Detalle sobre la duración

Duración estimada con respecto a la cantidad de horas que demanda la lectura de la bibliografía, la lectura y comprensión

del material diseñado por el docente, el análisis de casos, debate en foros, tiempo estimado de análisis de material visual (como por ejemplo material audiovisual) trabajo en equipo, exposición y defensa de materiales, producción del producto y corrección de las instancias, entrega y devolución de actividades.

Cantidad de horas de lectura: 11 horas

Cantidad de horas de clases vía streaming: 6 horas

Cantidad de horas para las producciones parciales: 5 horas

Cantidad de horas para la producción final: 6 horas

Cantidad de horas que insumirá la participación en los foros. 4 horas

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