

ESCUELA DE NEGOCIOS | EDUCACIÓN EJECUTIVA

# Comunicación Interna

HERRAMIENTAS Y PRÁCTICAS PARA LOS DESAFÍOS DE  
LA TRANSFORMACIÓN

DIRECCIÓN ACADÉMICA:  
Celina Kaseta

## PROGRAMA ABIERTO

DURACIÓN  
6 CLASES

MODALIDAD DE CURSADA  
**ONLINE**

La comunicación interna es considerada la columna vertebral de cualquier estrategia empresarial, pues solo a través de ella es posible alinear los intereses de todos los involucrados en pos de los objetivos y valores de una organización. Hoy, y cada vez más, las organizaciones empiezan a definir su propósito integrado a su estrategia. Asimismo, están mucho más expuestas a los desafíos que plantea la agenda de la sociedad en todas sus áreas y la construcción de cultura en todos los públicos. No existe el límite entre lo interno y lo externo. Tenemos múltiples demandas, de la mano de consumidores responsables que alzan la voz, movimientos sociales que visibilizan espacios de conflicto entre el planeta, la sociedad y los intereses de las organizaciones, y regulaciones internacionales que avanzan para cubrir la agenda de desarrollo. La comunicación debe acercar a las audiencias y construir cultura, dejando de lado la reproducción de posibles sesgos.

Con el objetivo de poner en práctica todo lo anterior, en este programa impulsamos a las y los participantes a que reflexionen sobre nuevas formas de pensar estos temas en cualquier organización donde se desempeñen. Brindamos marcos conceptuales, herramientas y casos concretos locales, presentamos las tendencias, invitamos a referentes a compartir sus experiencias e incentivamos el debate para la construcción de una nueva sociedad a través del rol responsable de la comunicación desde las organizaciones.

## MÓDULO 1

- › Principios de la comunicación interna.
- › ¿Cómo puedo agregar valor para mis clientes internos y la organización?
- › La planificación de la comunicación.
- › El rol de la escucha.
- › Entender las necesidades del negocio.
- › Componentes a la hora de planificar.

## MÓDULO 2

- › Definición de objetivos - SMART.
- › Análisis de públicos y audiencias. La clave es la segmentación.
- › Las 5 W.

## MÓDULO 3

- › Diseño de mensajes.
- › ¿Cómo gestionar contenidos relevantes?
- › Implementación y medición. Criterios para identificar el éxito. ¿Qué debo medir?

## MÓDULO 4

- › Herramientas disponibles y ecosistema de canales.
- › Gestión del cambio. ¿Cómo puede ayudar la comunicación interna?
- › Mundo VUCA e información fragmentada.

## MÓDULO 5

- › Comunicación inclusiva.
- › Los estereotipos.
- › Principales *drivers* de la diversidad e inclusión.
- › Aplicación de sugerencias para una comunicación más inclusiva en las comunicaciones internas.

## MÓDULO 6

- › Ejemplos y casos de éxito (y no tanto).
- › Análisis FODA de las organizaciones donde trabajan las personas participantes.
- › Armado de estrategia de comunicación para un programa o tema específico.

### METODOLOGÍA

Enfoque multidisciplinario que combina diferentes herramientas: exposiciones conceptuales de especialistas en la materia, proyección de videos de actualidad, presentación de casos prácticos, y trabajos en grupo o individuales. En cada una de las clases habrá un espacio para el intercambio de ideas y experiencias entre las y los participantes.

### AUDIENCIA

Profesionales de diferentes áreas que necesiten incorporar herramientas de comunicación con foco en los públicos internos, ya sea para ser aplicadas dentro de la organización en la cual se desempeñan, en agencias de comunicación que brinden servicios a terceros o para la gestión de emprendimientos productivos independientes.

### CUERPO DE PROFESORES

**Celina Kasetta.** Licenciada en Comunicación Social, USAL. Realizó maestrías en la Universidad Austral, la Universidad de San Andrés y la Universidad de Castilla-La Mancha, de Toledo, España. Comenzó su carrera profesional en el área de Relaciones Públicas y Gubernamentales de Monsanto; luego, fue coordinadora de Comunicaciones de la Fundación Leer, líder de Comunicaciones de LANXESS S.A. y coordinadora del programa VALOR de AMIA/BID/FOMIN. Hoy es gerente de Asuntos Públicos. | **Celina Peper.** Licenciada en Relaciones Públicas, UADE. Realizó una Maestría en Dirección de Comunicaciones Institucionales en UCES, y una especialización en Comunicación Digital y Redes en Universidad Siglo 21. *Coach* ontológica. Tiene experiencia en comunicación tanto en el mundo corporativo como en el de la consultoría, así como en comunicaciones internas, externas, *social media*, reputación y posicionamiento asesorando a diferentes empresas y marcas. Actualmente trabaja en Syngenta como gerente de Comunicaciones Corporativas para Latinoamérica Sur.