

ESCUELA DE NEGOCIOS | EDUCACIÓN EJECUTIVA

Comunicación en las Organizaciones

HERRAMIENTAS Y PRÁCTICAS PARA LOS DESAFÍOS DE
LA TRANSFORMACIÓN

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
Celina Kasetta y Celina Peper

PROGRAMA ABIERTO

DURACIÓN
6 CLASES

CURSADA:
LUNES Y MIÉRCOLES DE
18 A 20H

MODALIDAD DE CURSADA
ONLINE

La comunicación interna se trata de un aspecto esencial de la gestión organizacional y comprende a todas las formas de interacción e intercambio de información que tienen lugar entre las personas que conforman una organización, ya sea de manera formal o informal. Su objetivo está en establecer canales efectivos de comunicación que permitan la fluidez y claridad en la transmisión de mensajes. De esta forma, se facilita la comprensión, la colaboración, la toma de decisiones y el logro de los objetivos organizacionales.

Un estudio de la consultora McKinsey señala que las empresas con una comunicación interna efectiva tienen un retorno de inversión (ROI) un 47% más alto que las empresas privadas con una comunicación ineficaz. Esto demuestra que la comunicación interna tiene un impacto significativo. De hecho, una comunicación interna asertiva mejora la eficiencia, fortalece la cultura de la empresa, mejora la satisfacción de los empleados, reduce el conflicto y ayuda a la toma de acciones.

Hoy, y cada vez más, las organizaciones consideran a la comunicación una pieza clave para alcanzar los objetivos de la estrategia de negocio. En este programa impulsamos a las y los participantes a que se acerquen al maravilloso mundo de la comunicación con foco en las audiencias internas. Brindamos marcos conceptuales, herramientas y casos concretos locales, invitamos a referentes a compartir sus experiencias e incentivamos el debate, aplicable a empresas privadas, organizaciones de la sociedad civil y oficinas gubernamentales.

MÓDULO 1

- › Principios de la comunicación interna. Teorías de la Comunicación.
- › ¿Cómo puedo agregar valor para mis clientes internos y la organización?
- › La planificación de la comunicación.
- › El rol de la escucha.
- › 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

- › La influencia de la emocionalidad. 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. Los nuevos medios. Nuevas formas de informarse.
- › Comunicación inclusiva.
- › Ejemplos y casos de éxito (y no tanto).
- › Trabajo en grupos.

MÓDULO 5

- › Análisis FODA de las organizaciones donde trabajan las personas participantes - ejercicio individual.
- › Trabajo en grupos.

MÓDULO 6

- › Trabajo en grupos.
- › Plenaria.
- › Cierre del programa y *feedback*.

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

Personas con inquietud sobre la comunicación y que necesiten incorporar las primeras herramientas 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.