



Formación Continua



EXPERTO >>

FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES



Modalidad Virtual

Dentro de la comunicación organizacional integrada del enfoque teórico de la cientista social del Brasil, Margarida Krohling, forma parte substancial la comunicación interna. Ésta constituye una “herramienta estratégica para la compatibilización de intereses de los empleados de la empresa u organización, a través del estímulo del diálogo, el intercambio de informaciones y de experiencias, y la participación de todos los niveles”.

Según el “Manual de comunicación interna” de los autores españoles Cristina Aced, Maité Arocas y Susana Miguel, la comunicación interna se ha constituido en una herramienta esencial para la construcción de la reputación de una marca o una compañía. Los líderes empresariales se dieron cuenta, hace tiempo, de que los principales embajadores de una marca o una organización son sus propios empleados y desde esa mirada más transversal a la organización, promovida en muchas ocasiones por las direcciones de comunicación, se han ido definiendo las estrategias e implementando los planes de comunicación interna en casi todas las grandes y medianas empresas.

Se ha constatado por testimonios, entrevistas y observación de campo que en Bolivia, en la mayoría de las instituciones, no se atiende de manera prioritaria la gestión de la comunicación interna. Esto se ha identificado como un problema de la comunicación organizacional al no crearse departamentos de comunicación interna con actividades estratégicas y delimitar bien las funciones de hasta dónde competen de sus encargados y hasta dónde la acción de los de recursos humanos. Existe confusión en algunas de roles y reponsabilidades entre estas dos áreas comprometidos con la fidelización, el bienestar y la motivación del público interno y los canales de información apropiados para mantenerlos actualizados de las noticias corporativas de la empresa. Este programa de experto de la UPB justamente pretende aclarar ese aspecto, en uno de sus módulos y focalizar su atención hacia una comunicación que rompa los viejos paradigmas y haga planteamientos innovadores y creativos en bien de la calidad de vida laboral de los colaboradores en las organizaciones.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar las herramientas para desarrollar habilidades sociales que permitan una administración y gestión óptima de la comunicación interna en organizaciones públicas y privadas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al término del programa los(as) participantes estarán en condiciones de:

- Desarrollar competencias que permitan gestionar la comunicación interna para fortalecer los activos intangibles de la organización.
- Impartir los lineamientos para que se influya, se concientice y se humanice la forma de gestionar la comunicación interna a cargo de los tomadores de decisiones, líderes y gerentes dando a conocer cómo es su estructura e interrelación con el resto de los departamentos de la organización.

- Conocer las tendencias de comunicación interna y endomarketing.
- Enseñar el uso de las herramientas y medios apropiados que informan, motivan y fidelizan al público interno.

DIRIGIDO A

- Gerentes, responsables de comunicación o DIRCOMs, relacionistas públicos y encargados de marketing, propietarios de empresas y emprendedores que busquen analizar, fortalecer y aprender herramientas útiles que potencien sus habilidades sociales o “soft skills” para lidiar con las diferentes situaciones de conflictos y crisis que se presentan en la relación con el público interno que pasa la mayor parte de su tiempo en los ambientes de trabajo.
- Profesionales que realicen consultoría y asesoría a empresas.
- Estudiantes universitarios y toda persona interesada.

REQUISITOS TÉCNICOS

Todos los participantes deberán contar con:

- Una laptop con procesador i3 o superior.
- Memoria RAM de 4GB o más.
- Acceso a internet.
- Auriculares.

CONTENIDO DEL CURSO

Módulo 1:

Introducción a una nueva cultura organizacional de la comunicación interna.

Importancia de la comunicación interna.

- Objetivos estratégicos de la comunicación interna.
- Nivel personal: engagement, satisfacción y motivación.
- Nivel organizacional: clima y cultura organizacional.
- Nivel social: reputación, innovación e impacto social.

Recursos comunicacionales de la organización

- Dimensión estructural: capacidades organizacionales
- Dimensión funcional: demandas del macro entorno
- Dimensión relacional: red de grupos de interés
- Dimensión simbólica: producción de sentido

Tácticas y técnicas de comunicación interna:

- Embajadores de marca: inbranding, employer branding, endomarketing.
- Co-creación: cultura 2.0, team building, boyd.
- Construcción de experiencias: storytelling, doing telling, gamificación.
- Conversación online: plataformas colaborativas, redes sociales, apps.

Módulo 2:

El departamento de comunicación interna: Sentido humano, ubicación, estructura y relación con otras áreas

Humanizando la Comunicación Interna para fidelizar.

- El ser humano como eje central de la comunicación.

- Comunicación a la inversa - comunicación ascendente para fidelizar y empoderar al público interno.
- Motivación para más productividad laboral.
- Comunicación asertiva para gestionar las emociones.
- Salario emocional e incentivos que alienan.

Coordinación entre el departamento de comunicación y el de RR.HH.

- Gestionando la comunicación interna con enfoque colaborativo y de trabajo en equipo.
- "Estudio sobre el estado de la comunicación interna en España".

El perfil y los retos del director de comunicación interna.

- Formación, competencias y funciones.
- Retos de la comunicación interna en el contexto actual.
- Ruidos y problemas con los que tiene que lidiar el profesional para concientizar al público interno (rumor, bullying, no empatía, falta de trabajo en equipo, violencia psicológica, acoso laboral y sexual).
- Ergonomía, espacios físicos y prácticas para la buena salud mental y productividad laboral del colaborador.

Funciones y beneficios de gestionar la comunicación interna en la organización.

- Acciones y recomendaciones a considerar y ejecutar para mejorar el clima organizacional.

Objetivos de la comunicación interna y relación con la comunicación externa.

- Eliminando fronteras entre comunicación interna y externa.
- Principales objetivos de la comunicación interna.
- Versiones oficiales y fidedignas sobre la realidad corporativa.
- Código de ética y confidencialidad del colaborador.

El ecosistema de la comunicación dentro de la empresa.

- Comunicación ascendente.
- Comunicación descendente.
- Comunicación horizontal.
- Programa de employee advocacy.

- Variables que componen la reputación interna.

Módulo 3:

Tendencias de comunicación interna y endomarketing

Tendencias de comunicación interna y endomarketing.

- ¿Qué es la comunicación interna?
- ¿Qué es el endomarketing?
- Desafíos y retos de la comunicación interna.
- Análisis FODA de las comunicaciones.

Alineamiento de objetivos y prácticas.

- Las 12 competencias claves para la gestión de comunicación interna y su desarrollo.

Desarrollo de una estrategia de comunicación interna.

- Diagnóstico.
- Objetivos de la comunicación interna.
- Planificación.
- Plataformas y canales de comunicación.
- Indicadores de gestión.
- Medición de resultados.

Foro y casos prácticos.

- Invitado director de comunicación interna de importante empresa.
- Desarrollo de casos prácticos.

Endomarketing y Engagement.

- ¿Cómo fidelizar al cliente interno?
- Entendiendo la cultura corporativa
- ¿Cómo ser una love mark?

Presentación de trabajos finales.

- Retroalimentación de trabajos finales.
- Consideraciones finales.

Módulo 4:

Herramientas, medios y productos de la comunicación interna.

Redacción de géneros periodísticos con mensajes cautivantes y de impacto parte 1.

- Editorial.
- Storytellings.
- Artículo.

Redacción de géneros periodísticos con mensajes cautivantes y de impacto parte 2.

- Entrevista.
- Fotorreportaje.
- Reportaje.

• Semblanza personal.
Diseño de productos de comunicación con aplicación Canva.

- Tarjetas de cumpleaños.
- Post para facebook.
- Estados de RR.SS.
- Diseño de boletines.

Matriz de perfiles humanos y profesionales/técnicos del público interno.

- Procedimientos y abordajes para obtener información del personal de la institución.
- Técnicas cuantitativas y cualitativas.
- Redacción de contenidos de la matriz de perfiles humanos/técnicos del público interno de la organización.
- Producción de boletines digitales internos.
- Producción de paneles informativos y motivacionales para el personal interno.
- Producción de modelos de comunicación operativa y administrativa horizontal y vertical.

Master Class

Dentro el avance de los contenidos se ha pensado en invitar a profesionales para un foro interactivo de charlas testimoniales de responsables de comunicación interna y de RR.HH. de España, México, Perú y Bolivia para que ilustren didáctica y vivencialmente cómo es su vida laboral en este campo de trabajo. La finalidad es enriquecer y aportar con información de valor a los contenidos de los docentes.

PLANTEL DOCENTE



CLAUDIA NATALIE HERBAS FLORES
Directora Académica y Docente del Programa Módulos 2 y 4



Posgrado en Coaching Certificado en la UPB.
Licenciada en Comunicadora social titulada en la UCB Cochabamba.

25 años de trayectoria en instituciones públicas y privadas como DIRCOM de la Federación de Empresarios Privados de Cochabamba donde implementó actividades y programas de comunicación interna, apoyó al Banco Central de Bolivia y ASOBAN en la organización de la primera y segunda feria del crédito y del ahorro en La Paz. Más de 150 eventos corporativos organizados. Consultora de Organismos Internacionales, entidades del Estado y Cámaras Empresariales. Becaria Alumni de la Beca de inglés "John F. Kennedy" de la Embajada Americana de Bolivia. Columnista invitada del periódico El Diario de La Paz y escritora de artículos, reportajes y storytellings en sus redes sociales y en la prensa. Emprendedora, Directora General de ACHCOM consultora de comunicación relaciones públicas coaching y capacitación. Mentora de Voces Vitales Cono Sur, movimiento liderizado por la ONG de Hillary Clinton en EE.UU. de Norteamérica. Entrenadora de colaboradores de empresas e instituciones de Estado, oportunidad en la que ha constatado la debilidad en la comunicación interna por la desmotivación, falta de empatía y conexión entre el personal, lo que producen malos climas laborales. A ello se suma la falta de trabajo en equipo por los factores mencionados, que terminan en la no ejecución y cumplimiento de los objetivos y metas de la gestión. Speaker de diferentes eventos virtuales como de la Universidad Evangélica de El Salvador, Transnacional NICE de Israel, para el Programa RED MUJER del Banco Económico de Bolivia, Charlas motivacionales y de reflexión preventiva dirigidas a diferentes grupos de la sociedad entre niños, adolescentes y adultos. Docente de postgrado de la UPB en comunicación organizacional relaciones públicas y coordinadora del siguiente programa de expertos en comunicación interna. Voluntaria de varias causas en favor de población vulnerable de la sociedad. Ciudadana proactiva que aporta con acciones transformadoras constructivas a su comunidad para buscar y aliarse con agentes de cambio.



PATRICIA DURAN BRAVO

Módulo 1



Doctora en Comunicación Aplicada, profesionalmente colaboró en medios de comunicación, agencias de publicidad y en empresas privadas, coordinando las funciones de Comunicación Interna, Relaciones Públicas y Capacitación.

Se ha desempeñado por más de 25 años como docente investigador de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), en donde, preocupada por el desarrollo social, ha impulsado importantes proyectos de investigación para la profesionalización de las ONG 's en México. Ha participado como Co-autora en diversos libros especializados y ponente en eventos a nivel nacional e internacional con su línea de investigación en Comunicación Estratégica.

Para fortalecer la vinculación y el capital social en el campo de la comunicación organizacional colabora en importantes redes y asociaciones de este campo en Iberoamérica. Actualmente, combina su carrera docente con la de consultor en diversas instituciones de carácter privado, gubernamental y social en México. Miembro del sistema Nacional de Investigadores del Conacyt



JORGE PRADO ANDAHUA

Módulo 3



Master en Relaciones Públicas, Eventos y Protocolo por la universidad de Alcalá de Henares de Madrid. Experto en Comunicación Corporativa por la USMP. 14 años de experiencia en cargos de jefatura. Curso de especialización en la Academia Diplomática del Perú. Autor de artículos de Protocolo, Diplomacia Internacional y Comunicación Corporativa para revistas de Europa.

Conferencista internacional en diferentes universidades de Europa y Sudamérica. Docente en diversas instituciones educativas.

Experiencia Profesional:

Docente en la Escuela Toulouse Lautrec en los programas de formación continua. (2022).

Consultor externo en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2021).

Relacionista Público del estudio del Estudio Jurídico Prado & Asociados (2019 -2022).

Supervisor General de Protocolo en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez de Lima (2007-2019)

METODOLOGÍA

Se aplicará una metodología virtual y participativa de transferencia de conocimientos, combinando actividades sincrónicas (videoconferencias) y asincrónicas (plataforma virtual) con las siguientes características:

Clases en Salas de Videoconferencias

Se realizarán 3 sesiones de videoconferencia por semana de clases, mediante la aplicación Zoom. Estas salas son de uso sencillo y amigable, permitiendo la interacción entre los alumnos y el docente para el desarrollo de actividades colaborativas.

Todas las sesiones de videoconferencias serán grabadas y puestas a disposición de los alumnos en modo lectura en la plataforma virtual, durante la ejecución de los módulos.

Plataforma Virtual para el Aprendizaje

La plataforma UPB Virtual está diseñada para crear espacios de enseñanza virtual, administrar, distribuir y controlar todas las actividades asincrónicas.

Para acceder al material digital y cumplir con diferentes actividades asignadas por el docente, el participante podrá ingresar a la plataforma virtual, sin restricción de horarios.

Para la transferencia de conocimientos el docente podrá hacer uso de distintos recursos: foros de trabajo colaborativo, foros de discusión temática, foros de preguntas y respuestas, mensajería interna, trabajos, cuestionarios, tests y otros servicios orientados a lograr un aprendizaje efectivo.

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Duración: 100 horas académicas.

Titulación: Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de "Experto en Fortalecimiento de la Comunicación Interna en las Organizaciones".

Solicite al contacto regional información actualizada, referida a precio, descuentos, planes de pago, resumen de la experiencia del plantel docente, horarios, cronograma tentativo y proceso de inscripción.

Informaciones e Inscripciones:

📞 653 93555

✉️ lirivas@upb.edu

CONTACTO NACIONAL:

📞 603 70200

✉️ capacitacionempresarial@upb.edu

📘 UPB Capacitación Empresarial

🌐 www.upb.edu/ceu



Patrocinada por:

