

PROGRAMA

Nombre del curso: Comunicación para organizaciones en la era digital: estrategias y aplicaciones.

Integrantes del equipo docente a cargo del dictado:

Dra. Eugenia Etkin

Destinatarios: funcionarios TAS, docentes, egresados, estudiantes de grado (avanzados) y posgrado, personas que desempeñan roles de gestión en sus organizaciones.

Objetivos del curso:

A partir de la realización de este curso, los/las participantes serán capaz de:

- Comprender el impacto de la transformación digital en la comunicación organizacional.
- Explorar el uso de herramientas de IA en la comunicación y su aplicabilidad en distintos contextos organizacionales.
- Desarrollar habilidades para la implementación de estrategias comunicacionales en entornos digitales.
- Reflexionar sobre los desafíos éticos y profesionales de los nuevos modos de comunicación
- Aplicar conocimientos adquiridos en ejercicios prácticos y casos de estudio.

Contenido:

Modulo 1: Contexto y transformación en la comunicación organizacional

- Evolución de la comunicación en las organizaciones.
Comunicación institucional estratégica.

- Rol de los directores de comunicación en el nuevo contexto
- De la difusión a la convergencia: nuevas dinámicas en la era digital.
- Redes Sociales: contenidos, interacción y objetivos en el mundo digital.

Modulo 2: Inteligencia Artificial y herramientas digitales

- Aplicación de la IA en la comunicación organizacional.
- Herramientas basadas en IA: generación de contenidos, automatización en la producción de imágenes, chatbots, personalización de contenidos con IA.
- Beneficios y desafíos del uso de IA en comunicación organizacional

Módulo 3: Aplicaciones prácticas y estrategias de implementación: planificación y evaluación

- Abordajes de la planificación en comunicación. Matriz de planificación comunicacional: relevamiento, diagnóstico y diseño de estrategias.
- Valor estratégico de un mapa de actores y su aplicación en comunicación. Aplicación de la IA en la clasificación y segmentación de actores.
- Ejercicios prácticos: casos reales y simulaciones.
- Ética y responsabilidad en el uso de tecnologías para la comunicación.

Metodología:

El curso se desarrollará mediante clases expositivas para la presentación de conceptos y dinámicas de trabajo en modalidad seminario taller para articular teoría y práctica, en donde se analizarán casos relacionados con la temática del curso. Al contar con una docente extranjera, los encuentros presenciales se realizarán de forma intensiva los días lunes 16/06, miércoles 18/06 y viernes 20/06 de 18:30 a 21:00 h. El encuentro sincrónico virtual, los días lunes 30/06, lunes 07/07 y lunes 14/07 de 18:30 a 20:30 h.

Carga horaria total del curso¹: 20 horas

Total de créditos: ² 2

Horas de clase/aula: 14

Modalidad de dictado: presencial, semipresencial, virtual (sincrónico y/o asincrónico): Semipresencial

Evaluación de aprendizajes: (obligatoria para Línea Gestión Universitaria y Pública y Posgrados) Lectura de artículos, análisis de casos y entrega de Trabajo Final de Curso.

Certificación: Para cursantes por Educación Permanente únicamente pueden obtener la asistencia del curso o de lo contrario, para aprobarlo, deberán realizar la evaluación final. Para cursantes de Posgrados y Línea Gestión Universitaria y Pública únicamente acreditan el curso con la entrega del trabajo propuesto por el equipo docente.

Bibliografía:

- Etkin, E. (2012). Comunicación para organizaciones sociales. De la planificación a la acción (1ª ed.). La Crujía Ediciones.
- Etkin, E. (2019). Gestión de la comunicación para organizaciones. La Crujía Ediciones.
- Etkin, E. (2020). Comunicación institucional de las organizaciones de la sociedad civil: Paradojas y tensiones alrededor de las comunicaciones del sector social en Argentina. <http://hdl.handle.net/11086/28295>
- Gurri, M. (2023). La rebelión del público. Adriana Hidalgo Editores.
- Harari, N. (2024). Nexus. Penguin Random House.
- Herranz de la Casa, J. M. (2011). Control, incidencia y Comunicación de las organizaciones sociales sobre las

¹ incluye horas de clase, lectura, trabajos

² 1 crédito corresponde a 15 hs

Políticas de las administraciones Públicas. En C. Muñiz (coord.), Comunicación, Política y Ciudadanía. Aportaciones Actuales al Estudio de la Comunicación Política (1ª ed., pp. 103–129). Editorial Fontamara.

- Manucci, M. (2008). El impacto corporativo: diseño estratégico de la comunicación en la complejidad del contexto actual
- Ruíz, J. y Rubio, S. (2021). La robotización de los contenidos en los medios de comunicación. Pearson Educación
- Sanz de la Tajada, L. A. (1996). Auditoría de la imagen de empresa. . Métodos y técnicas de estudio de la imagen. Editorial Síntesis.
- Sigman, M., & Bilinkis, S. (2023). Artificial. Debate.
- Sierra, J. M. G. (2023). Introducción a la inteligencia artificial
- Túñez López, M. y Costa-Sánchez, C. (2019). Presente y futuro de la comunicación corporativa en el siglo XXI. En E. Etkin (ed.), Gestión de la comunicación para organizaciones (pp. 15-25). La Crujía Ediciones.
- Túñez López, M. y Costa-Sánchez, C. (coords.). (2014). Comunicación Corporativa: Claves y escenarios. Editorial UOC.