

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DIGITAL**PROGRAMA “Técnicas y Habilidades Comunicativas en Red”**Espacio curricular y carga horaria

Taller práctico - 30hs totales 18 hs de cursado sincrónico

Fecha de dictado: 09, 10, 11, 16, 17 y 18 de mayo de 2024

Horarios: Jueves y viernes de 18 a 21hs. Sábados de 9 a 12hs

Docentes

Mgter. Andrea Martinez Rojas



Mgter. en Marketing y Comunicación Política (Universidad Santiago de Compostela) Especialista en Innovación y Emprendimientos (School of Business- Stanford University), Lic. Comunicación Social (FCC-UNC). Docente de Innovación, Marketing y Espíritu Emprendedor de la Carrera Ingeniería Agronómica, Facultad de Ciencias Agronómicas (UNC), Docente de Marketing Estratégico en la Maestría en Ciencias Agropecuarias, Facultad de Ciencias Agronómicas (UNC), docente en la Diplomatura Universitaria en Transformación Organizacional (Facultad de Ciencias Agronómicas, UNC) Docente de Análisis Estratégico de Mercados, Maestría en Dirección de Empresas (ICDA - Universidad Católica de Córdoba). Mentora y docente del Founder Institute Córdoba del ICDA (Universidad Católica de Córdoba), Fundación E+E, DoingLabs (Universidad Blas Pascal), ClusterIncuba (Incubadora del Cluster Tecnológico). Asesora a empresas y emprendedores a nivel nacional e internacional en comunicación estratégica, marketing digital e innovación.

Lic. Lucia Ploper



Lic. en Comunicación Social (FCC-UNC), especialista en Comunicación Institucional, actual Gerente de Sustentabilidad y Directora Ejecutiva de la Fundación Renault, ex Gerente de Comunicación en Renault Colombia y Renault Argentina S.A. Trabajó en diversos proyectos de comunicación interna en empresas y organizaciones civiles como Fiat Chrysler Automóviles Argentina, Club Macabi Noar, Córdoba y Consultora Enfoqu3s. Dictó talleres y charlas a graduados sobre comunicación institucional en universidades de Córdoba como la Universidad Blas Pascal, Colegio Universitario de Periodismo e Instituto de Comunicación Institucional (ICI- FCC).

Objetivos

- Identificar oportunidades de interacciones comunicativas online que faciliten la gestión de la comunicación de las organizaciones.
- Reconocer las narrativas que posibilitan situar a la organización como interlocutora en diferentes escenarios estratégicos.
- Desarrollar destrezas para sostener y acrecentar la colaboración de las organizaciones con redes profesionales e institucionales, clientes y usuarios.

El programa incluye los siguientes contenidos:

Fundamentos de la generación de contenido y la estrategia de negocios. Generación de contenido y Transformación Digital. ChatGTP. Generación de contenido y Narrativas contemporáneas: storytelling, storydoing, transmedia y storytelling. crossmedia y multiplataforma. Uso de soportes digitales. Un caso práctico de storytelling aplicado a la comunicación institucional. La gestión del comunicador institucional en la era digital. Networking digital. Prácticas de comunicación en redes: influenciadores, youtubers, referentes. Análisis de la participación en redes de networking profesional. Casos prácticos.

Certificación

Se otorga certificación de evaluación una vez que el trabajo integrador esté evaluado por las docentes.