



COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

OBJETIVO GENERAL

Reflexionar sobre la utilización de las TICS en la gestión del gobierno como herramientas estratégicas de comunicación. Comprender la incidencia de la comunicación institucional en los resultados de la organización y su vínculo con la imagen corporativa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Comprender la aparición, el avance y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en especial de Internet.

Conseguir que los usuarios conozcan las posibilidades que ofrecen las Redes Sociales, saber diferenciar entre sus distintas filosofías.

Dar un panorama general sobre los conceptos e impactos del Gobierno electrónico y del gobierno Abierto.

Fortalecer las capacidades de los participantes para comprender las claves de las nuevas tecnologías y su lenguaje, para una mejor comunicación.

DURACION

15 horas reloj

MODALIDAD DE IMPLEMENTACION

Virtual

CONTENIDOS

Módulo 1

Sociedad de la información / Sociedad del conocimiento. Conceptos. Imagen Institucional.

Módulo 2

Las TICS: Su Función en la sociedad. Concepto de Información. Concepto de Comunicación. Tipos de Comunicación. Comunicación Interna. Concepto. Objetivos. Tipos de Comunicación Interna. Comunicación Externa. Concepto. Objetivos. Tipos de Comunicación Externa.



Módulo 3

Internet: su evolución (de la web 1.0 a la web 3.0) Centennials. Redes sociales: Porqué y Para qué Concepto. Tipos de Redes Sociales. Redes sociales más importantes: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn. Alcance de las redes sociales. Gestión y herramientas para su manejo. Transformación del trabajo por las redes.

Módulo 4

Gobierno y sus nuevas formas digitales. Concepto de Gobierno Abierto. Democracia, información y control: herramientas digitales. Comunicación de crisis.

BIBLIOGRAFIA

ARMAND MATTERLART *Historia de la sociedad de la información* Barcelona, Ed. Paidos, 2002
CASTELLS, MANUEL *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.2 El poder de la identidad.* Madrid, Alianza Editorial. 1998
CASTELLS, MANUEL *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.3 Fin de Milenio.* Madrid, Alianza Editorial. 1998.

DOCENTE

Mariana Corina Taverna

Licenciada en Relaciones Institucionales / Tec. Ceremonial, Universidad del Aconcagua.
Community Manager, Universidad Nacional de Cuyo.

CERTIFICACION

Certificado de participación a quienes cumplan con las actividades prácticas y evaluativas, en el Aula Virtual de la Escuela de Gobierno, Capacitación e Innovación.