

UNIVERSIDAD CENTRAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES HUMANIDADES Y ARTE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

DIPLOMADO EN
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA ORGANIZACIONES SOCIALES

PRESENTACIÓN

La comunicación organizacional se ha transformado tanto en sus prácticas como en sus discursos. Se ha reconfigurado a partir del reconocimiento de las múltiples interconexiones entre las diversas organizaciones sociales.

Estas consideraciones llevan a que la idea de organización desborde los límites de la empresa. Desde una perspectiva más integral, se plantea la posibilidad de transformar y de optimizar los procesos internos y de gestión de las organizaciones sociales.

La comunicación organizacional abre la posibilidad de tejer vínculos y de generar alianzas y sinergias que den paso a nuevas condiciones para las diversas fuerzas y actores sociales.

El Diplomado en Comunicación Estratégica para Organizaciones Sociales, que ofrece la Carrera de Comunicación Social y Periodismo, parte de la necesidad de hacer frente a las actuales problemáticas que, desde el punto de vista estratégico, tienen las ONG y otras organizaciones orientadas a promover procesos de transformación social y de crecimiento y mejora de la calidad de vida de grupos y comunidades humanas. Se trata de lograr un manejo efectivo de la información organizacional y de la interacción con sus públicos, de forma que coadyuven a la presentación, desarrollo y sostenimiento de los proyectos con la comunidad, con acciones realmente participativas.

El Diplomado se propone transferir las más importantes y novedosas teorías y estrategias de comunicación que se aplican en las empresas al campo de la gestión social, teniendo en cuenta sus particularidades, necesidades y perspectivas.

OBJETIVOS

- ❖ Fortalecer los procesos de gestión interna y las formas de diseñar, proyectar e implementar proyectos de comunicación en organizaciones sociales de diversa naturaleza.
- ❖ Agenciar procesos de motivación, información, formación y transformación en las diversas audiencias y actores organizacionales, tanto de carácter perceptual como actitudinal.
- ❖ Orientar la acción de las ONG vinculadas con las transformaciones sociales hacia la planeación estratégica, el diseño de indicadores de gestión y prácticas de evaluación que las inscriban en el marco de la eficiencia, la calidad y la responsabilidad social.
- ❖ Diseñar, ejecutar y evaluar proyectos, estrategias y campañas de comunicación en organizaciones sociales.

METODOLOGÍA

- ❖ El Diplomado articula las apuestas teóricas con las realizaciones prácticas, teniendo en cuenta que la comunicación organizacional se ha planteado como una forma de acción colectiva.
- ❖ Las formas de acción se movilizan en el componente práctico de la metodología. El componente teórico se orienta hacia la comprensión de las diversas lógicas implícitas en la vida organizacional y a la reflexión sobre los momentos y elementos del acto comunicativo.
- ❖ Por lo tanto, el Diplomado se plantea en la dinámica del seminario taller, con un enfoque lúdico-pedagógico.
- ❖ Este enfoque implica la introducción de espacios lúdicos en los que el juego o las mediaciones simbólicas ponen en escena los fenómenos estudiados.
- ❖ El componente lúdico tiene como objetivo movilizar el componente creativo y la posibilidad de participación de los asistentes.
- ❖ Así mismo, se busca que la vivencia de la comunicación organizacional, como forma de construir la paz, permita la exploración de nuevas formas de relación y de construcción de la acción.

CARACTERÍSTICA DEL PROGRAMA

- ❖ INTENSIDAD: 120 horas
- ❖ DISPOSITIVOS PEDAGÓGICOS: Seminario – Taller
- ❖ MODALIDAD: Presencial, martes, miércoles y jueves de 5:30 a 9:30 p.m.
- ❖ ESTRUCTURA CURRICULAR: Modular
- ❖ ORIENTACIÓN TEMÁTICA: Procesos de comunicación organizacional que pueden optimizar la gestión y fortalecer los procesos de formación en organizaciones sociales.
- ❖ TÍTULO : Diplomado en Comunicación Estratégica para Organizaciones Sociales

EJES CURRICULARES CRONOGRAMA

FECHA	ACTIVIDAD
Septiembre 26 Martes 5:30 a 9:30 p.m.	MODULO I: EL ESCENARIO DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES HOY (24 horas- 6 sesiones) Este primer nivel presentará el contexto situacional de la gestión que desarrollan las organizaciones sociales, así como la problemática más evidente que enfrentan en materia de comunicación y gestión de la misma, a través del análisis de experiencias y casos puntuales en los contextos colombiano y latinoamericano. Profesor: Fernando Miguel Cuevas Ulitzsch Primera Sesión: La organización social: Análisis introductorio a la luz del capital social (4 horas)
Septiembre 27 Miércoles 5:30 a 9:30 p.m.	Segunda Sesión: Primera aproximación a la relación Organización Social-Comunicación-Teoría de capitales: una mirada histórico-crítica (4 horas).
Septiembre 28 Jueves 5:30 a 9:30 p.m.	Tercera Sesión: Las organizaciones sociales en Colombia: Orígenes, tipos de organización, metas alcanzadas (4 horas).
Octubre 3 Martes 5:30 a 9:30 p.m.	Cuarta Sesión: Visión contemporánea de las organizaciones sociales en Colombia: Contextos, gestión, impacto, retos (4 horas).
Octubre 4 Miércoles 5:30 a 9:30 p.m.	Quinta Sesión: Herramientas contemporáneas de trabajo para los diagnósticos situacionales. Análisis de casos (4 horas).
Octubre 5 Jueves 5:30 a 9:30 p.m.	Sexta Sesión: Herramientas contemporáneas de trabajo para los diagnósticos situacionales. Análisis de casos (4 horas).
Octubre 10 Martes 5:30 a 9:30 p.m.	MÓDULO II: LA RELACIÓN COMUNICACIÓN /ORGANIZACIÓN (24 horas- 6 sesiones) Este segundo nivel está relacionado con los procesos socioculturales que implican la relación entre prácticas comunicativas y las formas de la organización. En este módulo se profundiza en la construcción teórica de

	<p>los conceptos comunicación /organización para profesionales de todas las áreas. Así mismo, en este nivel, los participantes logran contextualizar la comunicación organizacional en la gestión de proyectos sociales.</p> <p>El componente práctico se orienta a movilizar las competencias comunicativas que agencian la formación de colectivos organizados.</p> <p>En este componente, se espera que los talleres tengan un fuerte énfasis lúdico-pedagógico, con el fin de poner en escena las prácticas comunicativas que vinculan la dimensión individual con la colectiva.</p> <p>El objetivo esencial de este componente es evidenciar que la forma de la comunicación moldea y orienta las posibilidades de acción de la organización en un contexto de cotidianidad.</p> <p>Profesora : Nina Alejandra Cabra Primera Sesión - Concepto de Comunicación Aproximación a las perspectivas teóricas que han abordado la pregunta por la comunicación.</p>
<p>Octubre 11 Miércoles 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>Segunda Sesión - Concepto de Organización Revisión de los modelos y formas organizacionales</p>
<p>Octubre 12 Jueves Octubre 17 Martes 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>Tercera y Cuarta Sesiones - Comunicación Organizacional Construcción teórico práctica de la relación Comunicación/organización en diversos contextos.</p>
<p>Octubre 18 Miércoles Octubre 19 Jueves 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>Quinta y Sexta Sesiones - Cultura Construcción teórica del concepto de cultura como expresión de la formulación de la comunicación organizacional. Este concepto nos permite el abordaje de la Cultura Organizacional como escenario de las prácticas de Comunicación Organizacional.</p>
<p>Octubre 24 Martes 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>MÓDULO III: PLANEACIÓN Y GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (24 horas- 6 sesiones) Este módulo se orienta al conocimiento y desarrollo de destrezas de diseño y ejecución de la comunicación desde la perspectiva estratégica.</p> <p>En el contexto contemporáneo, la gestión de proyectos sociales requiere diseños y estrategias de comunicación que vinculen la transformación social con los escenarios productivos de la sociedad.</p> <p>Así mismo, se hace urgente una gestión social que responda a las condiciones complejas, cambiantes y competitivas del contexto organizacional actual.</p> <p>La gestión social debe orientarse hacia formas de acción eficientes y propositivas, que garanticen la sinergia de las organizaciones involucradas y la participación de las comunidades objetivo.</p> <p>La planeación estratégica inscribe la gestión social en la lógica de la medición mediante el diseño de Indicadores de gestión, del seguimiento de las acciones, de la ejecución de recursos y del aprovechamiento de las condiciones socioculturales de los contextos intervenidos.</p> <p>Las herramientas de planeación y de gestión nos acercan al logro de los objetivos sociales de las ONG vinculadas con los Proyectos sociales.</p> <p>Profesora : Luisa Fernanda Vallejo Cruz Primera Sesión - Planeación Estratégica Concepto de planeación. Formulación, ejecución y evaluación con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de las ONG y</p>

	<p>sus Proyectos sociales.</p> <p>Segunda y Tercera Sesiones - Diagnóstico de Comunicaciones Evaluación de la situación, que corresponde a un proceso que permite valorar acciones y/o resultados en relación con los objetivos de la ONG.</p>
<p>Octubre 25 Miércoles Octubre 26 Jueves 5:30 a 9:30 p.m.</p>	
<p>Octubre 31 Martes 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>Cuarta Sesión - Estrategias Mejor forma de utilizar y de asignar los recursos disponibles con el fin de modificar el equilibrio competitivo y de volver a estabilizarlo a favor de la ONG.</p>
<p>Noviembre 1 Miércoles Noviembre 2 Jueves 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>Quinta y Sexta sesiones - Construcción de Indicadores y sistemas de evaluación Como medir la eficiencia, las metas, los objetivos y en general el cumplimiento de la misión de la ONG y de las organizaciones orientadas al crecimiento social.</p>
<p>Noviembre 7 Martes 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>MODULO IV: NARRATIVAS ORGANIZACIONALES. (24 horas- 6 sesiones) Este módulo se especializa en la comprensión y manejo de las narrativas propias de las organizaciones sociales. En la gestión social se hace imprescindible el conocimiento y comprensión de las formas de expresión de las organizaciones y de las posibilidades narrativas que pueden modificarla o resignificarla. Es importante que los gestores sociales y las organizaciones vinculadas con los proyectos sociales comprendan las lógicas de construcción de los mensajes y los escenarios comunicativos que pueden apoyar las transformaciones sociales. Este módulo se orienta al conocimiento teórico y a la exploración práctica de formas de comunicación impresa, sonora y audiovisual, que pueden movilizar procesos organizacionales de recomposición, fortalecimiento o resignificación de las comunidades. Este módulo explora las posibilidades de planeación, diseño y producción de medios para las organizaciones sociales, en el marco de la sensibilidad ante los proyectos sociales y la vida en colectivo.</p> <p>Profesionales expertos en el campo Primera Sesión: Expresiones y lenguajes Expresiones y Lenguajes. Exploración y apreciación de las posibilidades simbólicas de los lenguajes sonoro, gráfico y audiovisual.</p>
<p>Noviembre 8 Miércoles Noviembre 9 Jueves 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>Segunda y Tercera Sesiones: Diseño y Creatividad Posibilidades de creación de medios y escenarios innovadores de comunicación conforme a las lógicas organizacionales y a las prácticas relacionadas con los proyectos sociales.</p>
<p>Noviembre 14 Martes 5:30 a 9:30 p.m.</p>	<p>Cuarta Sesión: Géneros y Formatos Aproximación a las ventajas y fortalezas de las expresiones comunicativas organizacionales.</p>
<p>Noviembre 15 Miércoles Noviembre 16</p>	<p>Quinta y Sexta Sesiones: Juegos y símbolos Experimentación de las posibilidades comunicativas del juego como acción estratégica para promover proyectos orientados a mejorar la</p>

Jueves 5:30 a 9:30 p.m.	calidad de vida y a promover la transformación y el crecimiento social.
Noviembre 21 Martes	<p>MÓDULO V. MEDIACIÓN, INTERLOCUCIÓN Y FORMULACIÓN DE ACUERDOS (24 horas- 6 sesiones)</p> <p>Otra posibilidad que ofrece la comunicación organizacional es generar espacios de encuentro para la concertación y el diálogo, en el marco de la ética y la afirmación de la vida. Ello implica un manejo asertivo de las situaciones de conflicto.</p> <p>Desde esta perspectiva, la comunicación se puede pensar como la posibilidad de organizar los encuentros que favorecen la vida, la equidad, la productividad y el respeto por los derechos humanos.</p> <p>Este módulo se concentra en la revisión de teorías que se han ocupado de las formas de conciliación y de configuración de acuerdos como una opción para construir la convivencia pacífica a partir del reconocimiento del conflicto.</p> <p>El componente práctico se orienta a la implementación de actividades lúdicas y simbólicas que tienen por objetivo la vivencia de la mediación, construir puentes y espacios de encuentro entre organizaciones o actores sociales y generar formas de concertación en diversos contextos.</p> <p>En este módulo, la comunicación organizacional se muestra como una práctica ética y política que puede abrir paso a la reconfiguración de las fuerzas sociales y a la recomposición de las organizaciones sociales en el marco de la equidad, la convivencia y la productividad con responsabilidad social.</p> <p>Profesora: Jeannette Mercedes Torres Flórez Primera sesión - Comunicación asertiva Concepto, revisión e importancia de las sinergias en las organizaciones para el éxito de la gestión.</p>
Noviembre 22 Miércoles Noviembre 23 Jueves	<p>Segunda y Tercera Sesiones - Conciliación y acuerdos</p> <p>Revisión y aplicación de las teorías y modelos de resolución de conflictos y escenarios de conciliación y diálogo.</p>
Noviembre 28 Martes 5:30 a 9:30 p.m.	<p>Cuarta Sesión – Ética</p> <p>Reflexión sobre la dimensión ética de las intervenciones sobre organizaciones sociales.</p>
Noviembre 29 Miércoles Noviembre 30 Jueves 5:30 a 9:30 p.m.	<p>Quinta y Sexta sesiones - Estrategias lúdicas</p> <p>Diseño y experimentación de estrategias lúdicas y simbólicas que apunten a procesos de conciliación y acuerdos.</p>

PERFIL DE LOS DOCENTES

Fernando Miguel Cuevas Ulitzsch

Comunicador social con énfasis en Televisión Educativa de la Universidad Javeriana y especialista en Creación Multimedia de la Universidad de los Andes. Posee dos líneas principales de trabajo: producción audiovisual y consultoría en comunicación para la movilización. Ha realizado publicaciones físicas y virtuales y exposiciones sobre diversos temas relacionados con televisión y tecnologías para la comunicación.

Nina Alejandra Cabra Ayala

Comunicadora Social con énfasis en Publicidad, egresada de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Tiene maestría en Filosofía de la misma universidad y especialización en Comunicación-Educación de la Universidad Central.

Con amplia experiencia profesional como investigadora en el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, asesora de Comunicaciones del Instituto de Desarrollo Urbano (IDU), consultora de Comunicación Interna para Colombia Telecomunicaciones, Telecom.

Asesoró como experta conceptual el proyecto Ecaes para los programas de Comunicación Social en 2004.

Luisa Fernanda Vallejo Cruz

Licenciada en Literatura y Lengua Española de la Universidad del Cauca, especialista en Comunicación Organizacional de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente y doctorada en Psicología y Antropología de las Organizaciones de la Universidad de Salamanca.

Se ha desempeñado como docente e investigadora de la Universidad Autónoma de Occidente y ha sido consultora de diferentes organizaciones en temáticas empresariales y sociales.

Jeannette Mercedes Torres Flórez

Profesional en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, con especializaciones en Comunicación Organizacional (U. Tadeo Lozano) y Periodismo Económico (Universidad de La Sabana).

Tiene más de 15 años de experiencia profesional. Ha laborado en empresas públicas y privadas como parte del equipo de comunicaciones y desde hace ocho

años trabaja como consultora experta en el manejo de la comunicación como herramienta estratégica para el desarrollo y posicionamiento de las organizaciones y su grupo humano.

Martha Patricia Acero Bautista

Comunicadora social periodista, especialista en Comunicación Organizacional de la Universidad de La Sabana. Diplomada en Servicio al Cliente y Estrategia de Mercadeo del Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Vinculada al Fondo Nacional de Ahorro como jefe de Comunicaciones y Capacitación y Bienestar Social.

Desde su vinculación a Enlace y Comunicación Ltda., como directora ejecutiva, centró su rumbo profesional en el tema de la comunicación estratégica, la docencia universitaria y la consultoría. Ha sido ponente en temas de Responsabilidad Social Organizacional en diferentes escenarios académicos.

AGENDA DE ADMISIONES

Fecha límite para inscripciones : Septiembre 15 de 2006

Entrevistas: 18 y 19 de septiembre de 2006

Publicación de resultados: Septiembre 20 de 2006

Fechas de pago: 21 y 22 de septiembre

Inicio Diplomado: Septiembre 26 de 2006

Finalización Diplomado: Noviembre 30 de 2006

Entrega de Certificados: Diciembre 1 de 2006

VALOR DE LA INVERSIÓN:

Matrícula: Un millón doscientos mil pesos (\$1.200.000) hasta el 26 de septiembre.

FORMAS DE PAGO

Tarjeta débito, tarjeta de crédito, efectivo y crédito con las entidades financieras autorizadas por la Universidad.

MAYORES INFORMES

www.ucentral.edu.co

Carrera de Comunicación Social y Periodismo – Calle 75 No. 15-91 Piso 6, Tel: 3266820 Ext. 621 y 615 email: mherrang@ucentral.edu.co, macerob@ucentral.edu.co

INSCRIPCIONES

Los interesados pueden inscribirse en la Carrera de Comunicación Social y Periodismo.

Al formulario se deben anexar:
Hoja de vida
Dos fotografías en fondo blanco
Fotocopia del documento de identidad

NOTA: La Carrera podrá ajustar contenidos y nómina docente en circunstancias especiales.

Coordinadora del Diplomado: Martha Patricia Acero Bautista
macerob@ucentral.edu.co