



Curso de capacitación para el fortalecimiento de la comunicación social e institucional y la capacidad en la toma de decisiones

Sistemas integrales de comunicación

Los nuevos tiempos están caracterizados por el desarrollo de nuevas tecnologías, de una sociedad más democrática e informada y de la capacidad del desmoronamiento de la imagen de una persona o institución en el instantáneo momento en que un tema “prende” en las redes sociales.

Estas circunstancias se han desarrollado a velocidades muy por encima de la capacidad mostrada por instituciones públicas y privadas de adaptarse a esta nueva realidad.

Los líderes y las instituciones requieren, ahora más que nunca, expandir sus capacidades de comunicación con los ciudadanos y/o clientes, los cuales tienen en sus manos innumerables fuentes de información controladas y no controladas.

Estos retos requieren sin lugar a dudas de conocer y estar en posibilidad de establecer **sistemas integrales de comunicación** que atiendan de manera oportuna y eficaz las demandas de quienes habrán de definir el éxito de una acción o proyecto.

*Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo,
involúcrame y lo aprendo.*
Benjamin Franklin

Curso Sistemas Integrales de Comunicación

Objetivo General

Al término del curso el participante contará con un conjunto de herramientas que le permitirán identificar las necesidades para el establecimiento de un sistema integral de comunicación que garantice la consecución de proyectos institucionales públicos y privados.

Curso Sistemas Integrales de Comunicación

Público objetivo

Funcionarios públicos, empresarios y/u organizaciones civiles que busquen identificar las necesidades de comunicación que requieren proyectos personales y colectivos a partir de la identificación de los mecanismos y herramientas de comunicación con que se cuentan y se requieren desarrollar.

Curso Sistemas Integrales de Comunicación

Formando líderes para el mundo de hoy

Hay investigadores y premios novel como Joseph Stiglitz que refieren que la globalización se consolida en el momento en que a través de las comunicaciones se puede tener un mercado de valores 24 x 24 en todo el mundo. Asimismo, hay quienes identifican a las redes sociales como el *sine qua non* de la Primavera Árabe. Y los clásicos contemporáneos siguen refiriendo que si una noticia no aparece en el noticiero de mayor audiencia es como si ésta no hubiese existido.

Hoy en día es imposible entender el rol de un líder del mundo que no sepa detectar los riesgos de las comunicaciones y traduzca su potencial en oportunidades de éxito.



CONTENIDO

1.1 LA COMUNICACIÓN I

Por qué? / Para qué?

1.2 LA COMUNICACIÓN II

Para quién / Opinión Pública

1.3 SISTEMAS INTEGRALES DE COMUNICACIÓN

Componentes

1.4 EL DESAFÍO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Tendencias en uso y manejo de medios