

## 1 | PRESENTACIÓN

Las instituciones se enfrentan a una secuencia vertiginosa de profundos cambios en los procesos económicos, políticos y sociales. Las transformaciones globales y regionales están marcando una transición turbulenta desde un contexto económico social previsible hacia un espacio inédito donde se multiplican exponencialmente situaciones que desafían las actividades de las organizaciones. En esta dinámica, las herramientas convencionales de planificación y gestión no son suficientemente operativas porque el incremento en la diversidad, en los niveles de interacción, y en la multiplicación de las situaciones nuevas generan un espacio sumamente inestable, difícil de predecir e imposible de controlar.

En este marco las organizaciones enfrentan distintos desafíos estratégicos:

¿CÓMO TRASFORMAR LA COMPLEJIDAD DEL ENTORNOS EN FACTORES DE DESARROLLO?

¿CÓMO ALCANZAR NIVELES DE COMPETITIVIDAD EN LA INESTABILIDAD DE LOS PROCESOS ACTUALES?

¿CÓMO PREPARAR A LAS ORGANIZACIONES PARA SER OPERATIVOS EN CONTEXTOS DESCONOCIDOS?

En este marco, el diseño de procesos de *cambio institucional* (sean por fusiones, procesos de calidad, cambio de negocios, cambios culturales, etc.) es uno de los ejes de desarrollo más importantes para las empresas e instituciones, porque de ellos depende la dinámica competitiva de la organización frente a la complejidad de los mercados y las demandas sociales.

Este diplomado está destinado a trabajar una estructura innovadora de herramientas que permiten:

- a) Generar un mapa diagnóstico de procesos de comunicación para el cambio
- b) Generar una estructura de programas de comunicación para procesos de cambio
- c) Diseñar un tablero de gestión con indicadores cualitativos y cuantitativos

Las herramientas y metodologías del Diplomado se puede aplicar a proyectos de comunicación en diferentes escalas corporativas: empresas de capital, pequeñas y medias empresas, organizaciones educativas, ONG's, corporaciones mixtas e instituciones gubernamentales; en base a diferentes procesos: fusiones y adquisiciones, cambio cultural, cambio modos de producción, implementación de procesos de calidad, redefinición estratégica de la organización, implementación de procesos de identidad visual, innovación de productos y plataforma de servicios, entre otros.

## 2 | DIRIGIDO A

El diplomado está dirigido a profesionales de diferentes disciplinas responsables de procesos de cambio institucionales que deseen incorporar una tecnología innovadora para ampliar la capacidad competitiva de las organizaciones frente a contextos inestables y diseñar una plataforma estratégica de comunicación para implementar procesos de cambio.

En este sentido pueden acceder: directores y miembros del directorio de empresas públicas y privadas, profesionales de Comunicación y Relaciones Públicas, de Producción, y Talento humano. De igual manera, esta dirigido a: Consultores, Investigadores y Docentes universitarios que deseen conocer un nuevo abordaje de la comunicación y una metodología innovadora de gestión de la comunicación para el cambio.

## 3 | OBJETIVOS

1. Capacitar a los participantes en nuevos paradigmas teóricos sobre complejidad y contextos inestables que les permita abordar procesos estratégicos de comunicación en procesos de cambio institucional.
2. Brindar herramientas metodológicas para ampliar la capacidad de lectura del contexto corporativo; definir niveles estratégicos de intervención frente al cambio y diseñar tableros de gestión de procesos con indicadores de evaluación.
3. Presentar una plataforma de comunicación para el cambio integrando tres dimensiones de la realidad corporativa: lo estratégico, lo operativo y lo ejecutivo.
4. Entrenar a los participantes en una metodología de diseño y gestión de un proceso estratégico de comunicación asistido por un software de interacción no lineal que les permita sistematizar el proceso y desarrollar indicadores de gestión cualitativos y cuantitativos para evaluar las acciones de comunicación.

Los alumnos trabajarán sobre tres ejes de entrenamiento:

- AMPLIAR LA CAPACIDAD DE LECTURA DEL CONTEXTO, CON NUEVAS VARIABLES Y METODOLOGÍAS DE ESCENARIOS COMPLEJOS.
- GENERAR UNA PLATAFORMA DE GESTIÓN DINÁMICA QUE PERMITA TOMAR DECISIONES SISTÉMICAS.
- INCORPORAR COMPETENCIAS PARA PREPARAR PROCESOS INSTITUCIONALES DE ACUERDO A LA DINÁMICA DEL ENTORNO

## 4 | CONTENIDO

### Módulo 1: Incertidumbre, comunicación y estrategia en contextos inestables

30 hs.

Objetivos	Contenido
<p>Caracterizar el rol de la comunicación en la interpretación de escenarios inestables.</p> <p>Analizar los modelos corporativos y su manifestación en la comunicación.</p>	<p>Capacidad de lectura del entorno y gestión de la incertidumbre</p> <p>Modelos mentales corporativos y procesos de comunicación</p> <p>El rol de la comunicación en el desarrollo de realidades compartidas</p> <p>Visión estratégica y dificultades de comunicación ante contextos inestables</p>

#### Actividad práctica

Test de factores estratégicos de desarrollo para evaluar procesos de comunicación

### Módulo 2: Niveles de intervención en procesos de cambio institucional

20 hs.

Objetivos	Contenido
<p>Analizar diferentes espacios de intervención y su impacto en los procesos corporativos.</p> <p>Presentar un modelo para el diseño de estrategias de intervención en comunicación.</p>	<p>Las tres dimensiones interdependientes de la realidad corporativa</p> <p>Dinámica del cambio en lo estratégico, lo operativo y lo ejecutivo</p> <p>La estrategia como interfaz, un nuevo espacio de comunicación</p> <p>De la persuasión al diseño de significados compartidos en la organización</p>

#### Actividad práctica

Diseñar ejes estratégicos de cambio y aplicar una estructura de gestión de acciones.

### Módulo 3: Dimensión estratégica del proceso de cambio institucional

40 hs.

Objetivos	Contenido
<p>Plantear los parámetros de un proceso estratégico de comunicación para el cambio.</p> <p>Diseñar una plataforma de comunicación para implementar un proceso de cambio.</p>	<p>Pasos para la definición de un proceso de comunicación para el cambio</p> <p>Análisis de los errores más comunes en los fracasos de los procesos de cambio</p> <p>Definición de directrices estratégicas integradas con diferentes acciones</p> <p>Definición de indicadores de gestión para evaluar el proceso</p>

#### Actividad práctica

Diseñar una plataforma de comunicación para implementar un proceso de cambio.

Objetivos	Contenido
<p>Ampliar la capacidad de gestión de procesos a través de una metodología dinámica.</p> <p>Entrenar en el modelo de matrices para articular procesos de gestión sobre la base de un tablero operativo.</p>	<p>El modelo de matrices para desarrollar y gestionar estratégicamente la comunicación en procesos de cambio institucional.</p> <p>Definición del eje estratégico, manejo de variables y metodología de trabajo y gestión de la información con las matrices.</p> <p>Funcionamiento del tablero aplicado en un software de gestión.</p>

#### Actividades prácticas

Aplicar el Método de Matrices para el diseño de un tablero de gestión del proceso de cambio

## 5 | UNIDAD PEDAGÓGICA

La mitad de la carga horaria, está destinada al trabajo intelectual sobre los conceptos y metodología relacionada con la comunicación para el cambio, para lo cual el alumno cuenta con:

1. El libro Comunicación Corporativa estratégica, Marcelo Manucci. SAF Grupo.
2. Guía de lectura para complementar los contenidos del libro.
3. Clase multimedia donde el profesor introduce a la temática del módulo.
4. Archivos de audio para bajar y utilizar como tutoría en el desarrollo de los contenidos.

La otra mitad de la carga horaria está destinada al desarrollo de actividades específicas obligatorias entre las que se encuentran.

1. Sesiones de chat programadas para conversar con el tutor
2. Foro para establecer diversos cuestionamientos y comentarios
3. Consultas a través de e-mail
4. Entrega de los ejercicios que complementan los contenidos teóricos de los módulos.

Cada alumno trabaja sobre las herramientas sobre casos propios. De esta manera, al finalizar cada módulo, los participantes (individual o grupalmente) trabajan aplicando las herramientas y la metodología a un caso de su interés para lo cual contarán con la supervisión del docente.

**PERFIL  
PROFESIONAL**

## Marcelo Manucci

Doctor en Ciencias de la Comunicación (Universidad del Salvador, Argentina), Psicólogo (UNR) con formación de postgrado en Marketing y Comunicación (UBA, Argentina. PUCRS, Brasil).

Profesor de grado y postgrado en Universidades de América entre las que se encuentran Pontificia Universidad Javeriana (Colombia); Tecnológico de Monterrey (México); Universidad San Francisco (Ecuador); Universidad del Rosario (Colombia); Universidad del Norte (Colombia); CIESPAL (Ecuador); Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Universidad Católica Argentina y Universidad de San Andrés (Argentina). Visiting Scholar -Central Missouri State University (Missouri, EEUU).

Como investigador trabaja en la integración y aplicación de postulados de las Ciencias de la Complejidad (Física Cuántica, Teoría del Caos, Pensamiento Sistémico y Pensamiento Complejo) al desarrollo de procesos estratégicos en las organizaciones.

Autor de los libros: *Comunicación Corporativa Estratégica*, SAF Grupo (2004); *Atrapados en el presente*, CIESPAL (2005); *La estrategia de los cuatro círculos. Diseñar el futuro en la incertidumbre del presente*, NORMA (2006). Coautor de los libros: *Comunicación Organizacional, abordajes y perspectivas de análisis*; *Master DirCom online. Los profesores tienen la palabra* y *Cultura y Gestión para el cambio*.

Se ha desempeñado como consultor nacional e internacional en diversos proyectos de desarrollo estratégico para organizaciones civiles y comerciales en Latinoamérica. Director de Estrategika, consultora dedicada al diseño de proyectos estratégicos corporativos con desarrollo académico y profesional en Argentina, Colombia y Ecuador.

## 7 | HORARIO – DURACIÓN- VALOR

Modalidad	Formación vía on-line
Duración:	120 horas
Horario	Actividades on-line Tutoría por e-mail: permanente - Chat semanal con el profesor Foro: todo el diplomado - Entrega de ejercicios: lunes
Inicio:	<b>abril de 2008</b> (Sujeto a número mínimo de inscritos)
Inversión:	\$2.800.000 (pesos colombianos)

## 8 | INFORMACIÓN

Para mayor información contactar a:

**Coordinación de Mercadeo**  
Programa de Educación Continua  
Facultad de Comunicación y Lenguaje  
Tel: (571)3208320 Ext 4569 - 4625  
Transversal 4# 42-00 - Piso 6  
Edificio Arboleda  
Bogotá, D.C. Colombia