

Postítulo

Actualización Académica Prensa en Instituciones

Destinatarios: Graduados universitarios y no universitarios, docentes de todas las áreas, niveles y modalidades del sistema educativo, personal no docente de la UNT y de otras universidades, interesados de otros organismos o instituciones, estudiantes universitarios y no universitarios, público en general.

Programa de Contenidos:

Jornada 1 (Teórico-práctico): Conceptos de: Institución, empresa, asociación civil, estructuras internas, organigramas, sociogramas; el periodista, el prensa. Contextos y antecedentes teóricos. Función y rol de un periodista y/o comunicador en una institución. Conceptos teóricos de “participación” y poder”. Incidencia social de las instituciones y sus entornos. Incidencia de la sociedad, el país, y las “realidades del mundo, en una institución; factores económicos, sociales, políticos, religiosos, mediáticos.

Jornada 2 (Teórico-práctico): Los medios de comunicación. Sus tipologías. Sus destinatarios, tipos de destinatarios. Destinatarios pasivos, destinatarios activos, nuevos destinatarios. Grupos destinatarios. Modelos de comunicación, tradicional y dialéctico. Difusionista. Nuevos elementos en los modelos de comunicación. Nuevas formas de percepción. Representación de los medios de comunicación en la sociedad.

Jornada 3 (Teórico-práctico): Conceptos de identidad, de Imagen. Construcción de la identidad, constitución de la identidad. Hacia la identidad deseada. La identidad visible.

Segunda Parte (Teórico-práctico): Imagen. Imagen deseada. Imagen visual. Imagen corporativa. Diferentes percepciones de la imagen. Imagen y medios de comunicación. Fotografía. Fotografía institucional.

Jornada 4 (teórico-práctica): Opinión pública. Agenda de medios, de organismos pertinentes, de grupos sociales pertinentes.

Jornada 5 (teórico-práctica): Prensa. La prensa institucional. Periodismo institucional.

Jornada 6 (teórico-práctico): Vínculo institución, empresa, asociación civil, persona con los medios de comunicación. El parte de prensa. Gacetilla. Boletín.

Segunda Parte (teórico- práctico): Productos comunicacionales, de matrices a más complejos: cartel, afiche.

Jornada 7 (teórico- práctico): Folleto, la revista. Pautas generales para otros productos comunicacionales.

Jornada 8 (teórico- práctico): La radio, su utilidad. Programa institucional radial. Spot de radio. Micro radial. Entrevista. Guión de radio. List. Construcción del mensaje radial. Armado de audios.

Jornada 9 (teórico- práctico): Audiovisuales. Televisión, sus características, historia. El uso de la tv. Clipping. El mensaje para t.v. por cable. El mensaje para T.V. abierta. Clip. Corto.

Segunda Parte (teórico- práctico): El documental institucional. Características. Origen. Utilización. Estrategia.

Jornada 10 (teórico- práctico): Medios y productos comunicacionales virtuales. News letter, sitio web, mail, mailing.

Jornada 11 (teórico- práctico): Se afianza sitio web. Contenido del sitio web. Construcción de noticias, notas.

Jornada 12 (teórico- práctico): Características de una comunidad virtual. Redes sociales.

Segunda Parte (teórico- práctico): Estrategias con redes sociales. El kit de prensa.

Jornada 13 (teórico- práctico): Planificación comunicacional, lineamientos generales, planificación de prensa institucional.

Jornada 14 (teórico- práctico): Gestión de las acciones de prensa institucional

Jornada 15 (teórico- práctico): Consigna del trabajo final. Estrategias

Segunda Parte (teórico- práctico): Estrategias comunicacionales y trabajo final