

Diplomado

Comunicación Gubernamental

Duración 112 horas

Objetivo general:

Los estudiantes comprenderán la importancia de la comunicación gubernamental, el papel que desempeñan los procesos de comunicación dentro de la gestión pública y serán capaces de asimilar el valor de la planeación y aprovechamiento de los diferentes canales para la difusión del mensaje institucional.

Beneficio:

A través de una fusión teórica práctica los participantes adquirirán los conocimientos necesarios para desarrollarse con éxito en áreas de comunicación del ámbito público. Como valor agregado, serán capaces de establecer desde una agenda mediática tradicional y digital hasta sentar las bases ante un momento de crisis institucional, lo que les brindará mayores oportunidades para destacar de manera creativa y sólida en su ámbito laboral.

Con la implementación de casos prácticos así como con el análisis de la cobertura y generación de información, los estudiantes de este diplomado adquirirán las destrezas que la comunicación pública gubernamental del siglo XXI requiere, ayudando con ello a la transformación de las oficinas de comunicación social hacia una comunicación más horizontal y eficaz.

Dirigido a:

Licenciados en Ciencias Sociales. Empleados del sector gobierno.

Requisito:

Contar con título de licenciatura en áreas sociales o humanidades, o bien, estar vinculado por su empleo actual con procesos de la comunicación social, gubernamental o política por más de tres años.

Contenido:

Módulo 1 Panorama actual de la comunicación

Analizar las diferentes teorías de la comunicación que confluyen en la actualidad y conocer los parámetros legales de esta disciplina.

Temario

1. Introducción a la comunicación gubernamental: los retos para los participantes en el presente diplomado

1.1 El reto de recuperar la confianza del ciudadano

1.2 Contexto internacional: problemas comunes y tendencias emergentes en la comunicación de gobiernos en 15 países

1.3 Los retos para la comunicación gubernamental en México

2. Comunicación política y gubernamental en el siglo XXI: La respuesta a los retos del Diplomado

2.1 El gobierno como sujeto de comunicación política

- 2.2 Los problemas de la práctica de la comunicación gubernamental: la situación de partida
 - 2.3. El planteamiento estratégico de la comunicación gubernamental
 - 2.4. La organización estratégica de la oficina de comunicación de un gobierno: actores, funciones, dinámica de trabajo y resultados.
 - 2.5 De la estrategia a la práctica: herramientas para la organización estratégica
-
- 3. Marco legal de la comunicación de gobierno.
 - 3.1 Marco constitucional.
 - 3.2 Legislación especializada en radio, televisión e impresos.
 - 3.3 Instrumentos internacionales.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 2 Planeación estratégica en la comunicación y marketing de gobierno

Conocer los insumos que se requieren para conformar un plan estratégico de comunicación y marketing de gobierno.

Temario

- 1. Análisis, investigación y diagnóstico.
 - 1.1 Entorno político, económico y social.
 - 1.2 Investigación de la ciudadanía.
 - 1.3 Definición de fortalezas y debilidades de la institución y de sus funcionarios.
 - 1.4 Definición de grupos objetivo.
 - 1.5 Creación de un sistema de información.

- 2. Estrategia de comunicación, atención y servicio al ciudadano.
 - 2.1 Definición del portafolio (servicios, programas y obras de alto impacto que ofertan las instituciones).
 - 2.2 Definición de la estrategia institucional.
 - 2.3 Cartas compromiso a la ciudadanía.
 - 2.4 Definición de mensajes a difundir.

- 3. Definiciones tácticas en la comunicación, atención y servicio al ciudadano.
 - 3.1 Imagen institucional y de los funcionarios.
 - 3.2 Agenda institucional y de los funcionarios.
 - 3.3 Publicidad institucional.
 - 3.3.1 Tradicional.
 - 3.3.2 Digital.
 - 3.4 Atención a medios.
 - 3.5 Programa de relaciones públicas.

- 4. Programación y control del plan estratégico.
 - 4.1 Construcción del cronograma.
 - 4.2 Presupuesto y financiamiento.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 3 Opinión pública

Identificar la dialéctica entre el espacio público, mediático y privado para diseñar estrategias de comunicación efectivas.

Temario

1. Debate gobierno-sociedad en los medios.
 - 1.1 Principales teorías contemporáneas sobre el significado de opinión pública.
 - 1.2 Formación del espacio público en tiempos actuales.
2. Grupos de enfoque y levantamiento de encuestas.
 - 2.1 Conformación y dirección de grupos de enfoque.
 - 2.2 Planificación y elaboración de encuestas.
 - 2.3 Estudios de audiencia y recepción.
3. Técnicas de recolección e interpretación de datos.
 - 3.1 Técnicas para obtener datos.
 - 3.2 La importancia de la interpretación de los datos obtenidos.
4. Diseño de instrumentos.
 - 4.1 El papel de las metodologías de investigación en el análisis político.
5. De los datos a la estrategia.
 - 5.1 Impacto de los medios de comunicación en la opinión pública.
 - 5.2 Comunicación y construcción de la estrategia gubernamental a partir de datos.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 4 Relación con medios

Aprovechar las cualidades de los distintos medios de comunicación y el periodismo para llevar el mensaje hasta el público objetivo.

Temario

1. Plan de agenda y relación con medios.
 - 1.1 Determinación y flexibilidad de la agenda.
 - 1.2 Eventos sin planeación.
 - 1.3 Atención a reporteros de la fuente.
2. Procedimientos y sistemas de respuesta.
 - 2.1 Control y organización de la información.
 - 2.2 ¿Quién hace qué y en qué tiempo?
 - 2.3 Distribución de medios.
 - 2.4 Concentración sólo en una persona.
3. Oferta informativa a reporteros de la fuente/ coberturas especiales.
 - 3.1 Distribución de información en los medios por vías diferentes.
 - 3.2 Tiempos de respuesta.
4. Atención a programas de análisis/ debates/ entrevistas.
 - 4.1 Autorizaciones.
 - 4.2 Tiempos de espera.
 - 4.3 Funcionarios elegibles.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 5 La historia y el discurso institucional

Adquirir destreza en la planeación y redacción de historias contadas desde el discurso institucional.

Temario

1. Identificación de historias.
 - 1.1 Procesos de identificación.
 - 1.2 Organización y planificación.
 - 1.3 Factores de interés.
 - 1.4 Acercamiento al tema y sensibilización.

2. Estructurando la historia.
 - 2.1 Tipos de formatos.
 - 2.2 Incorporación de datos.
 - 2.3 Narrativa.

3. Elaboración de comunicados.
 - 3.1 Finalidad.
 - 3.2 Estructura y lenguaje.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 6 E-gobierno

Comprender la dinámica digital que debe tener en la actualidad la comunicación de gobierno.

Temario

1. Comunicación a través de la tecnología.
 - 1.1 Modalidades actuales de la comunicación política.
 - 1.2 Plataformas digitales al servicio de la comunicación.

2. Estilos de gestión y control de la información.
 - 2.1 Portales de gobierno.
 - 2.2 Ventanillas de atención y respuesta.
 - 2.3 Saturación de información.

3. Gestión pública sectorial y su impacto on line.
 - 3.1 Administración digital.

4. Portal gubernamental y participación ciudadana.
 - 4.1 Manejo de la plaza virtual.
 - 4.2 El ciberactivismo.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 7 Comunicación digital

Introducirse al funcionamiento y características de las plazas digitales a través de distintas modalidades.

Temario

1. Estrategia de comunicación en la web.
 - 1.1 Fundamentos de la comunicación y del periodismo digital.
 - 1.2 Aprovechamiento y desafíos de las redes sociales.
 - 1.3 Estudio del comportamiento de los usuarios de la red.

2. Lenguaje y narrativa en los medios digitales.
 - 2.1 Estructura de contenido.
 - 2.2 Características de la redacción para medios digitales.
3. Aprovechamiento y debates en las redes sociales.
 - 3.1 Escenarios digitales.
 - 3.2 Estrategia digital.
 - 3.3 Posicionamiento e imagen.
 - 3.4 Videos y programas interactivos.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 8 Comunicación en crisis

Operar una situación álgida ante la opinión pública y los medios de comunicación.

Temario

1. Comité de crisis.
 - 1.1 Selección acertada.
 - 1.2 Organización y tareas.
 - 1.3 Registro de información.
2. Auditoría de riesgos.
 - 2.1 Quiénes y con quién.
 - 2.2 Clasificación especializada.
 - 2.3 Institución y/o funcionarios.
3. Manual de crisis.
 - 3.1 Conformación.
 - 3.2 Lo que no debe faltar.
 - 3.3 El momento de crisis.
4. Instrumentos de evaluación.
 - 4.1 Formación de indicadores.
 - 4.2 Mecanismos a restituir.
 - 4.3 Revisión de medios.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 9 Funcionamiento de una oficina de comunicación social

Conceptualizar el potencial del funcionamiento de una oficina de comunicación social.

Temario

1. Agenda política-mediática de la dependencia/gobierno.
 - 1.1 Conformación de la agenda mediática.
 - 1.2 Integración de la agenda institucional con la de gobierno.
 - 1.3 Tópicos no considerados.
2. Canales de difusión e información.
 - 2.1 Tipos, fuerza y penetración de los canales a disposición.
 - 2.2 Aciertos y fallas en los canales propios.

3. Planeación y proceso de campañas gubernamentales.
 - 3.1 La Comunicación de gobierno en campaña permanente.
 - 3.2 Imagen y posicionamiento.
4. Gabinetes de comunicación.
 - 4.1 ¿Quiénes los integran?
 - 4.2 Funciones principales.
 - 4.3 Mecanismos de evaluación.
5. Estructura e infraestructura institucional para la operación efectiva.
 - 5.1 Estructura suficiente.
 - 5.2 Identificación y aprovechamiento de perfiles.
 - 5.3 Infraestructura adecuada para la operación.
6. Cabildeo y negociación.
 - 6.1 Técnicas de cabildeo.
 - 6.2 Medición de la eficacia.
 - 6.3 Tipos de negociación.
 - 6.4 Características de un líder.
7. Finanzas y administración.
 - 7.1 Finanzas sanas.
 - 7.2 Finanzas y normatividad.
 - 7.3 Cumplimiento de indicadores.
- 8.4 Control, cumplimiento y auditorías.
8. Comunicación interna.
 - 8.1 Comunicación para la buena gestión.
 - 8.2 Diseño del plan de acción institucional.
 - 8.3 Liderazgo situacional.

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 10 Manejo de información a nivel internacional

Conocer el desarrollo de la estrategia y los alcances internacionales del manejo de información emitida desde México, sus técnicas y habilidades.

Temario

1. Instrumentación de la información nacional en el exterior.
2. Reconocimiento de oportunidades de fortalecimiento de la imagen y reputación del país en el extranjero.
3. Aprovechamiento de los diferenciadores y de las vocaciones regionales.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 11 Frente a los medios de comunicación

Conocer la forma en que se prepara a voceros y personalidades para su exposición en medios de comunicación.

Temario

1. Entrenamiento en medios.
 - 1.1 Preparación.

- 1.2 Durante la entrevista.
- 1.3 Revisión de la entrevista.

- 2. Taller de Voceros.
 - 2.1 Contextualización y acervo.
 - 2.2 Formación de discurso.
 - 2.3 Expresión corporal y oral.

Duración del módulo: 16 horas