

a) Denominación

Diplomatura Universitaria de Formación Continua en habilidades y destrezas comunicativas.
Unidad Académica: Facultad de Ciencias de la Comunicación / Universidad Nacional de Córdoba.

b) Destinatarios (enunciar el perfil del postulante)

Los destinatarios previstos para ésta propuesta de formación son aquellas personas emprendedoras en diversos rubros de prestación de servicios, organización de eventos, personas empleadas en comercios, pymes, personal de empresas e instituciones. También, se orienta a toda persona interesada en adquirir y mejorar herramientas de comunicación para su microemprendimiento o perfil profesional.

c) Requisitos de ingreso (estudios primarios/ secundario/pregrado/grado/ posgrado, formación en área específica, etc)

Las personas interesadas en cursar la presente diplomatura deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Tener al menos 18 años de edad.
- Poseer lectoescritura y alfabetización digital mínima.

* Disponer de una PC, Tablet o dispositivo móvil para la realización de las actividades.

d) Objetivos

- 1- Promover la formación y desarrollo de competencias para la producción de contenidos personales e institucionales en múltiples soportes.
- 2- Brindar herramientas que permitan identificar el objetivo de la comunicación, y diseñar los contenidos, los públicos y los soportes más adecuados al propósito.
- 3- Desarrollar habilidades en la comunicación interpersonal e institucional para la presentación de proyectos con materiales de apoyo.
- 4- Adquirir habilidades conversacionales y herramientas de comunicación asertiva al servicio de reuniones, negociaciones e interacciones exitosas.
- 5- Explorar formatos creativos en un entorno comunicacional cambiante con experticia en la gestión de narrativas en redes sociales.
6. Incorporar técnicas para el uso de la IA y nuevas tecnologías de diseño y de comunicación en actividades laborales.

El diplomado habrá desarrollado diferentes competencias personales a fin de:

- Construir textos sonoros, visuales y audiovisuales, y crear estilos personales de comunicación.
- Producir contenidos en medios y soportes adecuados al objetivo de comunicación.
- Desarrollar habilidades comunicativas en la comunicación interpersonal e institucional.
- Adquirir capacidades de oratoria y diseño de materiales de apoyo para la presentación en público.
- Manejar las narrativas contemporáneas para la creación de contenidos en redes sociales.

e) **Justificación**

La comunicación atraviesa las relaciones sociales y mediatiza gran parte de los intercambios laborales. La presencia de la comunicación en la vida cotidiana es intensa y permanente. En el presente tiempo, las herramientas de comunicación se convirtieron en indispensables a la hora de gestionar relaciones laborales, institucionales y de índole comercial. Al mismo tiempo, parte de la gestión técnica e instrumental de los procesos de comunicación se han autonomizado de profesionales específicos ante la proliferación de app y programas de fácil utilización y amplia difusión.

Por ello, desde la Facultad de Ciencias de la Comunicación entendemos apropiado proveer de una capacitación específica en comunicación para no comunicadores, a fin de facilitar el uso de herramientas básicas de comunicación en el desarrollo de los procesos profesionales cotidianos. La Diplomatura universitaria de formación continua en habilidades y destrezas comunicativas ofrece un abordaje básico sobre las opciones a la hora de pensar y producir acciones de comunicación y desarrollar capacidades comunicativas como vínculo en las relaciones interpersonales, profesionales e institucionales.

f) **Pertinencia respecto a la/s unidad/es académica/s o área central que la propone**

La propuesta de dictado de una Diplomatura universitaria de formación continua en habilidades y destrezas comunicativas surge ante la necesidad de dotar de herramientas y habilidades específicas a las comunidades que realizan cursos, talleres y diplomaturas en el marco del programa de UU.PP. y de los puntos de Extensión de la SEU / UNC, como así también a los profesionales independientes y al público en general que se desempeña en áreas afines en instituciones y organizaciones.

La FCC posee un cuerpo docente y graduadas/os formadas/os en las temáticas referidas al campo de la comunicación con una permanente formación de posgrado e inserción en el campo profesional. A su vez la FCC, con esta propuesta de diplomatura, satisface una demanda de capacitación y actualización profesional que surge de diversos diagnósticos realizados en las reuniones que ésta secretaría mantiene con autoridades de municipios, instituciones y organizaciones sociales de nuestra provincia. Asimismo, es un requerimiento de autoridades de la SEU /UNC la elaboración de una diplomatura que aborde cuestiones referidas a las habilidades en comunicación en sus diversos niveles: interpersonal, grupal e institucional.

Nuestra facultad posee experticia en la formación y actividad profesional en el campo de la comunicación, al tiempo que posee trayectoria y antecedentes en formación para medios gráficos, radiofónicos y audiovisuales, como así también en la formación e inserción en comunicación institucional. Contamos con docentes e infraestructura adecuada, lo que permite garantizar el desarrollo de una diplomatura acorde a las expectativas y necesidades.

Entre los antecedentes que podemos señalar al respecto contamos con: 2024. Diplomatura universitaria de formación continua en habilidades y destrezas comunicativas, aprobada por RHCD-2024-62-E-UNC-DEC#FCC y dictada durante los meses de abril a agosto de 2024. La actividad de formación de 104 hs reloj se desarrolló en Arroyito en el marco del Convenio Específico suscripto entre Facultad de Ciencias de la

Comunicación, la Municipalidad de Arroyito y la empresa Arcor S.A.I.C, aprobado por RD-2024-527-E-UNC-DEC#FCC.

2022. Diplomatura de Formación Sindical y Comunicación para el trabajo futuro. Res. 127/21. Convenio Específico de Colaboración Recíproca suscripto entre la Facultad de Ciencias de la Comunicación, los Ministerios de Trabajo y Ciencia y Tecnología de la Provincia de Córdoba y el Sindicato Regional de Luz y Fuerza para la implementación del “Espacio Innovación Sindical” según RD-2022-994-E-UNC-DEC#FCC.

2021. Diplomatura Universitaria en Locución por Res. HCD FCC 49/22.

2018. Diplomatura Superior en Locución aprobada por el Res. DN de la FCC 421/18.

Cursos dictados por la FCC:

- “Oratoria integral dictado por Daniel Peralta y aprobado por RD- 2023-584-E-UNC-DEC#FCC
- “Taller redes sociales para Proyectos de Extensión” a cargo de Natalí Mallía, aprobado por RD-2023- 808-E-UNC-DEC#FCC.
- “Estrategias de contenido y gestión de redes sociales” a cargo de Ángel Mercado y Esteban Fernández. Res 103/21.
- “Oratoria, cuerpo y voz” a cargo de Daniel Peralta Res. 606/21.
- “Exprimiendo el smartphone para la generación de contenido periodístico”, a cargo de Martin Muñoz Beni. Res. 457/20.
- “Técnicas en la edición de audio” a cargo de Lisandro Botasso. Res. 458/20
- “Videominuto para redes sociales”, a cargo de Pablo Falá y Yanina Araya. Res. 459/20.
- “Taller online de diseño para no diseñadores: Canva.com”, a cargo de Pilar Ferreyra. Res. 460/20.
- Cómo armar una estrategia del perfil profesional en redes sociales. Res. 017/20.
- Taller Breaking Brand ¿qué hace falta para desarrollar una marca!. Res.137/20.

g) Estructura (módulos, unidades). Carga horaria por módulos o por unidad. Metodología

La diplomatura posee una estructura modular (con un total de 120 horas o 4.80 CRE) en la que se abordan distintos campos de las prácticas de comunicación. La modalidad de cursado prevista implica un 70% del tiempo de cada módulo en la realización de los encuentros presenciales, y un 30% del tiempo en la realización por parte del estudiante de las actividades propuestas, en un trabajo autónomo.

Se entiende por módulos a un contenedor que alberga una colección organizada de un material propio de una área de contenido. Esto permite estructurar objetivos, contenidos y actividades en torno a un problema de la práctica y de las capacidades que se pretenden desarrollar, inferidas a partir de los elementos de competencia. De esta manera, el módulo implica una modalidad de enseñanza considerada como la forma más adecuada de responder, desde la perspectiva de la formación, a una definición de competencia que integra conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes.

El primer módulo constará de 20 horas de cursado presencial y actividades no presenciales autónomas). Es introductorio y aborda cuestiones referidas al ecosistema comunicacional, la gestión de prensa y la determinación de públicos.

El segundo módulo (20 horas de cursado presencial y actividades no presenciales autónomas) aborda las competencias conversacionales y la comunicación no verbal.

El tercer módulo (10 horas de cursado presencial y actividades no presenciales autónomas) aborda el uso responsable de la IA.

El cuarto módulo (40 horas de cursado presencial y actividades no presenciales autónomas) trabaja sobre las redes sociales desde el consumo y la producción, formando a los diplomados en la producción comunicacional para redes.

El quinto módulo (30 horas de cursado presencial y actividades no presenciales autónomas) aborda la cuestión del marketing digital y la publicidad.

Modalidades didácticas y metodológicas. La propuesta busca fortalecer la capacitación profesional integral a través de:

- Presentación expositiva de conceptos teórico/prácticos por parte del equipo docente.
- Realización de actividades prácticas individuales de aplicación de los contenidos abordados.
- Utilización del Método de casos para el análisis y generación de propuestas.
- Realización de ejercicios en grupo de simulación de situaciones: acto público, programas radiales, televisivos o contenidos multiplataforma.
- Presentación de proyectos de producción y gestión de contenidos.
- Producción de programas y contenidos radiales, televisivos y multiplataforma.
- Coaching de medios: entrevista, conferencia de prensa, exposición personal.

Materiales y recursos utilizados:

- ❖ Material audiovisual para instancias prácticas o análisis de casos.
- ❖ Bibliografía seleccionada y editada por el equipo docente.
- ❖ Guías de trabajos prácticos.
- ❖ Pauta para planificación y desarrollo de proyectos.
- ❖ Aula virtual destinada para la diplomatura.
- ❖ Plataformas digitales de producción y edición de material audiovisual.

h) **Contenidos de cada unidad o módulo**

Módulo 0. Presentación y diagnóstico.

Módulo 1. Introducción a la comunicación y sus niveles (2 encuentros)

Comunicación. Definiciones. Tipos de comunicación (macro o masiva, meso o institucional e interpersonal). Qué comunicar, a quién y cómo hacerlo. Definición de públicos. Contenidos según objetivos. Redes sociales: cuáles y para qué. Web, boletines y mailing. Gestión de prensa. Uso del lenguaje en función de los públicos y de los soportes. El ecosistema de la comunicación.

Módulo 2. Competencias conversacionales (2 encuentros)

Hablar en público. La comunicación no verbal. Coaching, Oratoria y PNL. La propuesta busca que los participantes puedan conocer e internalizar herramientas de comunicación asertiva e inteligencia emocional, poniendo sus habilidades al servicio de reuniones, negociaciones e interacciones exitosas. Esta propuesta está destinada a quienes deban hablar ante una audiencia, realizar presentaciones personales, dictar seminarios, liderar equipos, rendir exámenes, y comprender a fondo la afectividad personal y organizativa en pos de un cambio personal efectivo.

Módulo 3. IA en el contexto profesional actual (1 encuentro)

Introducción a la IA en el contexto profesional actual. Impacto en la comunicación, el marketing y los negocios. Casos de uso actuales en medios, redes y emprendimientos. Herramientas de IA para la generación de contenido (generación de textos, creación de imágenes, videos con IA, automatización de tareas con IA). Planificación, estrategia y productividad. Herramientas como Google Sheets + IA, ChatGPT. IA para mejorar la conexión con el público. Mapa de herramientas gratuitas y accesibles.

Módulo 4. Insumos para el manejo de redes (4 encuentros)

Introducción a las redes sociales: Redes y contenidos creativos. Audiencias. Producción de contenidos. Creatividad y objetivos. Interacción. Viralización. Administración de redes.

1er encuentro módulo 4:

Las redes vistas desde el consumo: Datos sobre el uso de las redes sociales por franjas etarias (las plataformas más utilizadas, tiempo destinado en Argentina). Tipos de cuentas: facebook, Youtube, Twitter, TikTok, Instagram.

Personalidad de la marca, definición y estrategias (posicionamiento, diferenciación, vinculación, orientación), dimensiones. Voz de marca. Desarrollo de ejes de contenidos y Social Media Plan.

2do y 3er encuentro módulo 4:

Las redes vistas desde la producción. Tiktok, facebook, instagram, whatsapp business. Consideraciones, objetivos, utilidades, especificidades. Recursos para la generación de contenido (youtube, calendar, efemérides, diseño). Competencia. Audiencia. Tono y personalidad. Copywriting. Objetivos (fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas). Metodología smart. Interacción y viralización. Tipos. Creatividad y producción. Prácticas para estimular el trabajo creativo. Producción de contenidos. Diseño, fotografía, video.

4to encuentro módulo 4:

Contenidos para instagram, whatsapp, buscadores. Videominutos para redes sociales. Storyline. Cómo crear videos narrativos y visualmente atractivos para las redes sociales, utilizando técnicas de storytelling y herramientas de edición de video (CapCut).

Videos breves. Principios de la narración y estructuras. Storytelling. Escritura de un storyline. Narrando con la cámara. Técnicas para narrar nuestros videos: Planos, ángulos y movimientos. Otros recursos narrativos. CapCut, un editor de video potente y gratuito: Importación, relaciones de aspectos, música y efectos de sonido. Técnicas de iluminación y sonido. Narrativas en redes. El uso del smartphone como herramienta potente de filmación y creación de videos con una narrativa atractiva y adaptar el contenido a las características de cada plataforma y su público. Además, se busca que los estudiantes aprendan a utilizar otras herramientas de edición de video en CapCut para mejorar la calidad de sus videos y distribuirlos de manera efectiva en redes sociales.

Módulo 5. Marketing Digital (3 encuentros)

1er y 2do encuentro del módulo 5:

Introducción a la Comunicación y la Estrategia en medios digitales. Análisis de las tendencias del ecosistema digital. Principales herramientas de comunicación digital y su uso estratégico: SEO, SEM, Marketing de Contenidos y Publicidad web y en redes. El algoritmo y las estrategias para lograr alcance en redes. Monitorización y lectura de estadísticas y principales KPI's.

3er encuentro del módulo 5:

Pensar la imagen: Contenidos. Diseño. Balance visual. Contraste. Énfasis. Jerarquía visual. Proporción. Principio de semejanza, similitud, continuidad, fondo, figura y cierre, Simetría y orden. Colores y su utilización. Publicidad. Cómo comunicar desde un marco de referencia con un objetivo concreto. Estrategias de mensaje. Construcción de modelos arquetipos y brief. Ejemplos de campañas. Redacción: textos, guiones, llamadas y títulos. Escritura persuasiva.

i) Modalidad de cursado

La propuesta pedagógica didáctica así como la planificación y formación específica tendrá presencialidad en la sede de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) o en la [UU.PP.](#) (Universidades Populares de la UNC) con la que se realice el convenio para el dictado de la diplomatura. Se prevé realizar instancias de clases presenciales en las que los estudiantes se conectan de modo virtual para interactuar en condiciones similares.

Siguiendo el artículo 2 de la OHCS-2022-8-E-UNC-REC las actividades académicas se consideran presenciales dado que se constituye un espacio áulico mediado por tecnología digital, con las condiciones dadas para la interacción sincrónica de docentes y estudiantes.

j) Cronograma de dictado y Carga horaria total expresada en horas y créditos (CRE)

Cantidad de horas: 120 horas (4.80 CRE).

Modalidad de cursado: Trabajo autónomo (30%) / Presencial (70%)

Frecuencia de los encuentros: semanal.

MÓDULO	Cantidad de encuentros	Cantidad de horas presenciales	Cantidad de horas no presenciales	Frecuencia	CRE
MÓDULO 1 Diagnóstico Introducción a la comunicación	2 encuentros	14	6	Semanal	(CRE 0,80)
MÓDULO 2 Competencias conversacionales	2 encuentro	14	6	Semanal	(CRE 0.80)
MÓDULO 3 IA aplicada al contexto laboral actual	1 encuentros	7	3	Semanal	(CRE 0.40)
MÓDULO 4 Insumos para el manejo de redes	4 encuentros	28	12	Semanal	(CRE 1.60)
MÓDULO 5 Marketing Digital	3 encuentros	21	9	Semanal	(CRE 1.20)

k) Nómina de equipo directivo y de docentes y CV nominal de cada uno

Apellido/s	Nombre /s	DNI	Email	Cargo docente en la UNC.	Función en la Diplomatura
Natta	Pablo	22.411.213	pablonatta@unc.edu.ar	Adjunto	Coordinador Académico
Rey	Mariana	32346773	Mariana Rey	no-docente	Responsable técnico administrativo
Cargnelutti	Maria	26.329.478	maria.cargnelutti@unc.edu.ar		Docente módulo 1
Lucero	Paola	18.823.910	paola.lucero@unc.edu.ar		Docente módulo 1
Huarte	Guillermo	38628417	ghuarte@mi.unc.edu.ar		Docente módulo 1
Gonzalez	Verónica	31193595	vgonzalez@unc.edu.ar		Docente módulo 2
Peralta	Daniel	27078640	licdanielperalta@gmail.com		Docente módulo 3
Mallia	Natali	41225237	natali.mallia@mi.unc.edu.ar		Docente módulo 4
Schechtel	Vicente	38161273	vicho.sch38@gmail.com		Docente módulo 4
Falá	Pablo	29712200	pablofala@gmail.com		Docente módulo 4
Caminos	Rafael	25759270	rafael.caminos@unc.edu.ar		Docente módulo 5
Fernández	Esteban	92888117	esteban0912@gmail.com		Docente módulo 5

l) Modalidades de evaluación (parcial y final)

1. Evaluación diagnóstica sobre experiencias, prácticas y conocimientos previos.
 2. Evaluación formativa e integral a partir de instancias individuales y grupales.
 3. Seguimiento y devolución personalizada a cargo de los docentes.
 4. Autoevaluación y coevaluación de estudiantes.
 5. Portafolio de trabajos.
 6. Producción de piezas comunicacionales.
 7. Instancias evaluativas orales o escritas.
- *Todas las instancias evaluativas tendrán su correspondiente instancia de recuperación.

m) Requisitos de aprobación

Realización del 80 % de las actividades de cada módulo de la diplomatura.
Aprobación de cada módulo.
En cada módulo se realiza la integración teórico-práctica de los contenidos.
La Diplomatura universitaria de formación continua en habilidades y destrezas comunicativas se obtiene con la aprobación de la totalidad de los módulos.

n) Bibliografía

ABELLA GARCIA, V. y FERNÁNDEZ MARMOL, K. (2024). "Docencia en la era de la Inteligencia Artificial: Enfoques prácticos para docentes". Universidad de Burgos. Centro de Enseñanza Virtual (UBUCEV) differently? [Archivo de video]. Recuperado de <http://https://youtu.be/udqtSM-6QbQ>

CRAWFORD, K. (2023) "Atlas de Inteligencia Artificial: Poder, política y costos planetarios". Ned, ediciones.

CUTTS, M. [Google Webmasters]. (2014, Enero 22). Are pages from social media sites ranked

DE UGARTE, D. (2008) El poder de las redes. España. Nuñez, Liberos, et all. (2013) El Libro Del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital. Madrid: Esic Ediciones.

FLORES, M. (04/11/2013). Las redes sociales no es un factor SEO, es el Factor SEO. MD. www.marketingdirecto.com.

GRANDIO PÉREZ, M.A. y NICOLÁS OJEDA, M. (coords.) (2012): "Estrategias de comunicación en redes sociales"; Ed. Gedisa, Barcelona.

LOS SANTOS ARANSAY, M.; XOCHITL NAVA, B. y GODOY, D. Web 3.0: integración de la Web Semántica y la Web 2.0. Redes Sociales y Web 2.0. Disponible en: www.academia.org

NUÑEZ, V. (2020) Triunfagram: Las mejores estrategias, tácticas y herramientas para triunfar en Instagram.

O'CONNOR, J. y SEYMOUR, J. (2014): "Comunicación eficaz con PNL"; Ed. Urano, Barcelona.

RODRIGUEZ DEL PINO, D. (2014) "Publicidad On Line. Las claves del éxito". Ed. ESIC. Madrid.

ORENSE FUENTES, M. y ROJAS ORDUÑA, O. (2010): "SEO, cómo triunfar en buscadores".

Ed. ESIC. Madrid

PACHECO RUEDA, M. "La Publicidad en el Contexto Digital: Viejos Retos y Nuevas Oportunidades"

SANMIGUEL, P. (2020) Influencer Marketing. Conecta tu marca con tu público. LID EDITORIAL.

TAPIAS CANTOS, P. (2023) "DOMINA CHATGPT EN 3 DÍAS: Aprovecha la Inteligencia Artificial para Destacar y ser más Eficiente".

ARTÍCULOS:

<http://www.semanticasocial.es/2013/11/08/3-ejemplos-campanas-fundraising-exitosas/>

GONZÁLEZ, G. (2014): "5 geniales herramientas web para crear presentaciones profesionales":

<https://hipertextual.com/archivo/2014/07/crear-presentaciones-online/>

NÚÑEZ, V. (2014) "Las mejores herramientas para crear contenidos en Internet":

<https://vilmanunez.com/herramientas-crear-contenidos/>

NÚÑEZ, V (2017): "Aplicaciones móviles de diseño para crear super contenidos en redes sociales":

<https://vilmanunez.com/aplicaciones-moviles-de-diseno-para-crear-super-contenidos-en-redes-sociales/>

NUÑEZ, V (2013): "Herramientas para community managers" en

<https://vilmanunez.com/herramientas-community-managers/>

VELILLA, J. (2023). ¿Cómo definir el tono de voz de tu marca? una guía definitiva. Comuniza.

<https://comuniza.com/blog/definir-tono-voz-marca.>

o) Modelo de Certificado a otorgar

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba CERTIFICA que (NOMBRE DE LA PERSONA) DNI (NUMERO DE DNI) cumplimentó con los requisitos para finalizar y aprobar la Diplomatura universitaria de formación continua en habilidades y destrezas comunicativa aprobada por Resolución (RHCD No.....) con una carga horaria de 120 horas (4.80 CRU).

El presente certificado no habilita para el ejercicio profesional

Firma (Docente coordinador)

Firma (autoridad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación)



Universidad Nacional de Córdoba
2025

**Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico**

Número:

Referencia: Proyecto Diplomatura en habilidades y destrezas comunicativas

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 11 pagina/s.