



1821 Universidad
de Buenos Aires

.UBA económicas | **posgrado**

ENAP Escuela de Negocios y Administración Pública

MAESTRÍA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL ESTRATÉGICA

CONTENIDOS MÍNIMOS

- **Mediación y Resolución de Conflictos**

Tipologías de conflictos organizacionales: Análisis de conflictos interpersonales, interdepartamentales, y multinivel. Conflictos interculturales: Abordaje de diferencias culturales y su impacto en la comunicación interna y externa. Rol del mediador en la desescalada de conflictos críticos. Técnicas avanzadas de negociación: Modelo Harvard en situaciones complejas. Negociaciones colaborativas vs. competitivas: cuándo aplicar cada una. Comprensión de sesgos cognitivos en la toma de decisiones durante la negociación. Habilidades del mediador profesional. Desarrollo del mediador como facilitador estratégico: escucha activa avanzada y reformulación estratégica. Comunicación no verbal en mediación. Técnicas para el manejo de tensiones y emociones en el diálogo. Ética y confidencialidad: Protocolo ético en procesos de mediación dentro de organizaciones. Diseño de procesos de mediación organizacional: creación de rutas críticas para resolución de conflictos recurrentes.

- **Competencias Comunicativas en Entornos Complejos**

Comunicación efectiva en equipos y proyectos. Habilidades claves como escucha activa, storytelling estratégico, feedback y feedforward. Barreras comunes: comunicación en entornos híbridos, multiculturales y de alta presión. Estrategias de influencia y gestión del cambio: Técnicas de influencia, principios de persuasión, narrativas estratégicas y manejo de dinámicas de poder. Gestión del cambio: comunicación para reducir la resistencia y fomentar la aceptación en transiciones organizacionales. Gestión emocional: Técnicas de regulación emocional y construcción de confianza para el cambio. Innovación en comunicación. Inteligencia Artificial aplicada: uso de inteligencia artificial para analizar datos y personalizar mensajes. Acercamiento a nociones básicas sobre entornos digitales. Estrategias para optimizar la colaboración en redes y plataformas digitales.

- **Herramientas del Orador Profesional**

La oratoria como aspecto clave de la comunicación organizacional estratégica. Dominio vocal: Proyección, modulación, dicción y ritmo. Pausas y silencios. Lenguaje corporal. Postura, gestos y manejo del espacio. Proxemia. Creación de inventario gestual. Autogestión y regulación emocional. Técnicas para manejar el estrés y los nervios antes y durante la presentación. Mentalidad positiva: métodos para fortalecer la confianza y manejar el miedo escénico. Neurociencia aplicada: las emociones del orador y su impacto en la percepción de la audiencia. Técnicas para el enfoque y la claridad mental. Manejo de audiencia y conexión con el público. Técnicas para captar y mantener la atención. Lectura de la audiencia y ajuste dinámico del discurso. Lectura de microexpresiones. Gestión de interacciones: respuesta a preguntas difíciles, manejo de objeciones y técnicas para fomentar la participación. Comunicación inclusiva: adaptación del mensaje a diferentes perfiles culturales, profesionales y emocionales.

- **Comunicación Estratégica y Persuasión**

Principios de la persuasión. Rol en la gestión de la comunicación estratégica. Técnicas de persuasión. Principios psicológicos y su aplicación práctica. Narrativas estratégicas. Diseño de mensajes que generen impacto emocional y cognitivo. Comunicación influyente. Métodos para guiar decisiones y motivar acciones

en entornos complejos. Innovación y tecnología. Herramientas digitales para personalizar mensajes y medir su efectividad. Adaptación intercultural. Ajuste del lenguaje, tono y enfoque según contextos culturales diversos. Comunicación exitosa en eventos internacionales, campañas globales y negociaciones multiculturales. Construcción de empatía cultural. Uso de mapas de empatía para conectar con audiencias de diferentes trasfondos. Gestión de comunicación en entornos internacionales.

- **Diseño y Gestión de Presentaciones de Alto Impacto**

Estrategias para diseñar presentaciones efectivas. Estructura narrativa: diseño de presentaciones basadas en técnicas de storytelling. Creación de introducciones cautivadoras, desarrollo lógico y cierres memorables. Narrativa visual. Principios de diseño visual: jerarquía, equilibrio y contraste. Uso estratégico de imágenes, videos, gráficos y esquemas para reforzar el mensaje. Dominio de herramientas tecnológicas de última generación. Tecnología inmersiva. Uso de realidad aumentada (AR) y virtual (VR) en presentaciones de alto impacto. Aplicaciones prácticas de inteligencia artificial para personalizar contenidos y mejorar el diseño. Presentaciones híbridas y virtuales: estrategias para presentaciones remotas eficaces en plataformas de videoconferencias. Herramientas de gestión virtual para la interacción (encuestas en vivo, pizarras colaborativas, etc.).

- **Inteligencia Artificial y Análisis de Datos para la Comunicación**

Análisis de datos aplicados a la comunicación organizacional. Introducción al análisis de datos en comunicación. Identificación de métricas clave para evaluar estrategias comunicativas. Tipos de datos en comunicación: cualitativos, cuantitativos y big data. Herramientas y técnicas de análisis: Uso y relevancia. Métodos de segmentación y creación de perfiles de audiencia. Visualización de datos para la comunicación estratégica: diseño de dashboards y gráficos interactivos para transmitir insights. Inteligencia Artificial en el diseño de mensajes personalizados y herramientas de Inteligencia Artificial para la generación de contenido.

- **Neurociencias Aplicadas a la Comunicación y la Oratoria**

Bases neurocientíficas de la persuasión y la conexión emocional. Procesamiento de la información en contextos comunicativos. Rol de las emociones en la toma de decisiones y la memoria del mensaje. Técnicas de persuasión desde la neurociencia: Uso de disparadores emocionales y sensoriales para captar la atención. Construcción de mensajes persuasivos basados en neuroplasticidad y atención selectiva. Adaptación comunicacional basada en estilos cognitivos. Estilos cognitivos y comunicación. Identificación de diferentes estilos de procesamiento (visual, auditivo, kinestésico). Adaptación del mensaje a las preferencias cognitivas del público. Personalización comunicativa. Uso de herramientas como mapas de empatía para conectar con diversas audiencias. Diseño de discursos inclusivos considerando la diversidad cognitiva. Neurociencia y atención. Técnicas para mantener el interés y evitar la sobrecarga cognitiva. Estructuración de mensajes para facilitar la comprensión y retención.

- **Narrativas Digitales y Comunicación Multiplataforma**

Fundamentos de narrativas digitales. Narrativas en el entorno digital. Características de las historias digitales: interactividad, inmediatez y personalización. Elementos clave de una narrativa efectiva: tono, estilo y estructura. Storytelling digital: Creación de historias que generen conexión emocional en redes sociales. Uso del video, texto, imágenes y audio en narrativas integradas. Introducción a tendencias digitales: Microhistorias, reels y narrativas efímeras en plataformas actuales. Profundización de Contenidos inmersivos: VR (realidad virtual) y AR (realidad aumentada). Creación de contenidos efectivos para plataformas digitales: Estrategias de contenido multiplataforma: Adaptación de mensajes para redes sociales según perfil de la plataforma. Diseño de contenidos interactivos para blogs, foros y plataformas web. Creación de guiones y planificación de publicaciones. Medición de impacto. Uso de métricas clave para evaluar el rendimiento del contenido (engagement, alcance, conversiones). Análisis de audiencias y retroalimentación para mejorar contenidos. Comunicación y cohesión multiplataforma. Creación de una identidad narrativa consistente entre redes sociales, sitios web y aplicaciones. Sincronización de campañas en múltiples canales para maximizar el impacto.

Protocolo en los Negocios y Comunicación Intercultural
Bases del protocolo en los negocios. Conceptos fundamentales y su importancia en el ámbito corporativo. Normas de cortesía y profesionalismo en el entorno laboral. Protocolo en eventos empresariales. Organización y gestión de reuniones, conferencias y ceremonias. Manejo de invitaciones, agenda y precedencia en actos formales. Etiqueta en las organizaciones. Etiqueta profesional. Presentaciones formales e informales: saludo, títulos y roles jerárquicos. Normas de comportamiento en el entorno laboral y en reuniones de negocios. Comunicación no verbal en la etiqueta empresarial. Postura, gestos y vestimenta acorde a contextos corporativos. Uso adecuado de dispositivos tecnológicos en entornos laborales. Protocolo en la mesa. Etiqueta en almuerzos de negocios y cenas formales. Protocolo en comunicación internacional y multicultural. Diferencias culturales en el protocolo. Impacto de las normas culturales en el comportamiento empresarial. Adaptación a estilos de comunicación directa e indirecta según regiones. Gestión de equipos multiculturales. Creación de entornos inclusivos y respetuosos. Técnicas para abordar malentendidos culturales en la comunicación. Protocolo en negociaciones internacionales. Programación de reuniones con socios de diferentes culturas. Entendimiento de jerarquías, tiempos y formalidades en diversos países.

- **Ética y Responsabilidad en la Comunicación**

Principios básicos de la ética comunicacional. Veracidad, integridad y respeto. Diferencia entre manipulación y persuasión ética. Aspectos éticos en el uso de inteligencia artificial y datos personales. Transparencia y responsabilidad en la oratoria profesional. Construcción de credibilidad en el discurso. Coherencia entre el mensaje y los valores personales/profesionales. La transparencia y la generación de confianza en las audiencias. Responsabilidad del orador. La desinformación y los mensajes polarizantes. Gestión ética de emociones e influencias en el público. Implementación de un código ético en la comunicación profesional. Diseño de políticas éticas. Implementación de normas éticas en equipos y organizaciones. Evaluación de riesgos éticos en estrategias comunicacionales.

- **Taller de elaboración del Trabajo Final**

Proyecto de comunicación estratégica aplicando Inteligencia Artificial y técnicas avanzadas de oratoria y gestión del conflicto. Planteo del problema del trabajo final. Propuesta metodológica. Marco teórico. Recolección, procesamiento y análisis de datos. La producción escrita. El plan de trabajo final. Apoyo metodológico y de programación. El trabajo final como producción escrita. Estructura del Trabajo Final. Redacción de apartados. Apoyo metodológico y de programación.