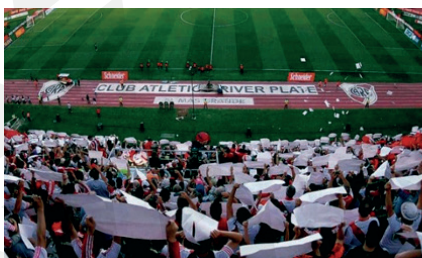




DIPLOMATURA EN
COMUNICACIÓN
ORIENTADA A ORGANIZACIONES
DEPORTIVAS



Fundamentos

Las organizaciones construyen su imagen a través de las comunicaciones que establecen con el entorno y hacia su interior. Su capacidad comunicacional determina su efectividad para dar cuenta de su creatividad e innovación como organización. Los mejores modos de reflejar los objetivos, ámbitos de actuación, recursos y compromisos sociales son el resultado de una política de comunicación que en el presente se encuentra sometida a una dinámica de actualización permanente.

Las organizaciones deportivas son instituciones complejas porque establecen múltiples interacciones con otras organizaciones de la sociedad y a su vez, tienen una responsabilidad y compromiso social que debe ser visibilizado. Parte de su sustentabilidad se asienta en los diálogos con múltiples actores y numerosas organizaciones. Parte de la complejidad radica en la diversidad de entidades deportivas: públicas, privadas con o sin fines de lucro, sociedades anónimas, empresas de servicios deportivos, etc.

La política comunicacional definida por la organización es un componente estratégico tanto para la generación de recursos como para lograr un posicionamiento en el mundo deportivo.

Imagen, identidad y valores son tres elementos centrales que requieren las organizaciones deportivas para construir lazos de pertenencia, rasgos de filiación, simpatizantes, asociados, espectadores, periodistas y comunicadores.

El diseño de la diplomatura en comunicación institucional orientada a organizaciones deportivas busca formar profesionales con capacidad para planificar, analizar, coordinar y evaluar políticas comunicacionales para entidades deportivas."



Metodología

La diplomatura ha sido diseñada para ser desarrollada online. A través de la plataforma los cursantes tendrán acceso a todos los materiales bibliográficos, audiovisuales y aplicaciones necesarios para su cursado. Si bien la propuesta incluye algunas actividades sincrónicas, estas podrán ser descargadas para ser realizadas de manera asincrónica. Se han planificado una serie de recursos de formación como video-clases, entrevistas, conferencias de expertos, que permitirán un aprendizaje teórico-práctico respecto de la comunicación institucional para organizaciones deportivas.

El sentido de la propuesta es que, al finalizar la diplomatura, los cursantes estén en condiciones de participar en programas, campañas en diferentes soportes y bajo las formas actuales de la comunicación en red.

La diplomatura está estructurada en cinco seminarios, cada uno de los cuales aborda los elementos y componentes fundamentales de la comunicación institucional de las organizaciones deportivas. La acreditación de la diplomatura implica la aprobación de una producción específica que se trabajará en el taller final de integración.



Destinatarios

Dirigentes deportivos, funcionarios públicos, periodistas, profesores de educación física, técnicos deportivos, entrenadores, deportistas, licenciados en relaciones públicas y estudiantes avanzados de marketing deportivo, educación física y periodismo.

Modalidad

100% Online

Duración

200 hs

Plan de estudios

(1) La comunicación institucional en las organizaciones deportivas

Comunicación y organización. Acciones comunicativas en las organizaciones. Comunicaciones internas y externas. Comunicación y tipos de organizaciones: deportivas públicas, deportivas privadas sin fines de lucro, empresas de servicios deportivos, sociedades anónimas deportivas. Objetivos y el discurso organizacional. Estilo comunicacional. Coherencia y cohesión comunicacional. Planeamiento estratégico organizacional.

Este módulo estará a cargo del profesor Fernando Pazos.

(2) Identidad institucional

Valores e Imagen institucional. Congruencia entre discurso y práctica. Características de la identidad de la organización. La marca como discurso. Elementos de pertenencia e importancia del relato identificador. Construcción y tono del mensaje. Generación de identificación con la organización. Símbolos y logotipos. Innovación, creatividad y eficacia.

Esta etapa estará encabezada por Mariano Elizondo.

(3) Política comunicacional

Plan de comunicación. Comunicación institucional y responsabilidad pública. Presupuesto. El uso de los medios de comunicación tradicionales y emergentes. Segmentación de receptores y canales de información. Comunicación circular, activa y reactiva. Involucramiento del destinatario. Posicionamiento de la marca y su imagen. Promociones y patrocinios. Soportes. Producción de noticias y comunicados. Comunicaciones en "off" y en "on". Utilización de la comunicación en situaciones de crisis.

Esta parte estará dictada por Miguel Ángel Rubio.

(4) Estrategias comunicacionales y marketing institucional.

Marca e identidad visual. Instalación y actualización de imagen. Plan de marketing deportivo. Uso y posicionamiento en las redes sociales. Marketing digital al servicio de la comunicación. Planeamiento estratégico de comunicación de las acciones, eventos y activations.

Esta parte será emprendida por Matías Cecileo.

(5) Taller final de integración

En este espacio los cursantes elaborarán un producto vinculado con la comunicación institucional: Marca, campaña, Marketing digital, imagen visual, etc.



Director del curso



Miguel Ángel Rubio

- Máster en Investigación Periodística Universidad de Chicago (USA).
- Posgrado en Ciencias de la Comunicación Social (Universidad Pública de Navarra).
- Lic. en Ciencias de la Comunicación (Universidad Nacional de La Plata).
- Gerente de Comunicación y Prensa de la Liga Profesional de Fútbol (AFA).



Mariano Elizondo, Contador Público Nacional con una Maestría en Finanzas. Docente universitario con más de 20 años de experiencia. Ex presidente de la Superliga Argentina de Fútbol.



Matías Cecileo. Licenciado en Marketing. Ex gerente de marketing en instituciones deportivas. Presidente de la Asociación Argentina de Marketing Deportivo. Actualmente, delegado regional de Turner en el Cono Sur.



Fernando Pazos. Periodista profesional. - Subsecretario de Comunicación Social y Relaciones con la Comunidad del Municipio de Esteban Echeverría. - Profesor titular de Periodismo del Instituto Universitario River Plate.

Coordinador Pedagógico



Alberto Iardevlevsky

- Doctorando en Educación (Untref - Unla - Usam)
- Profesor y Lic. en Ciencias de la Educación
- Docente universitario (UBA - Universidad Nac. de Lomas de Zamora - UNTREF)

Docentes y Disertantes

Equipo multidisciplinario de docentes y profesionales de la comunicación y el deporte.

Testimonios:

Dr. Nelson Castro

Periodista, neurólogo.

Francisco Aguiar

Directivo de la Unión Argentina de Rugby.

Sergio Vigil y Magui Aicega

Integrantes fundadores de Las Leonas, la selección femenina de hockey.

Rodolfo D'Onofrio

Ex presidente de River Plate.

Marcelo De Luca

Gerente de Estudiantes de La Plata. Integrante del cuerpo del departamento de Legales de la Liga Profesional de Fútbol y también de la ex Superliga Argentina de Fútbol. Abogado.

Carlos Retegui,

Secretario de Deportes de CABA, ex entrenador de selección de hockey de Argentina.

Casos:

Estudiantes de la Plata. Club Social y Deportivo Pinocho. Los Pumas (rugby). **Las Leonas** (hockey).



*Institución Universitaria con autorización
provisoria. Decreto N° 1312/2010.*

