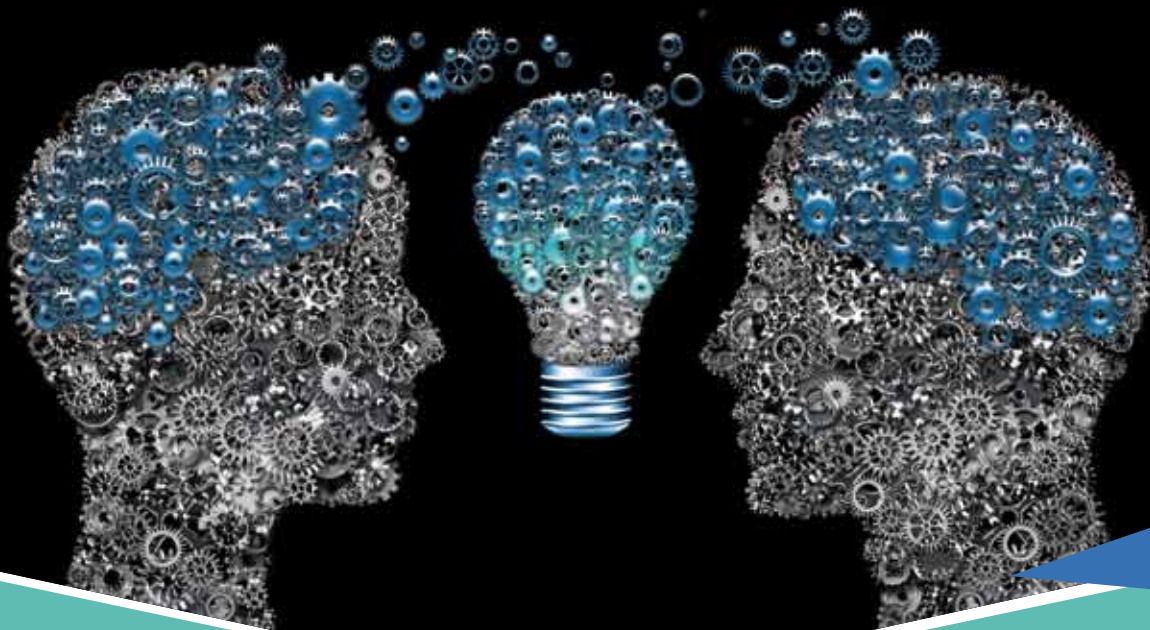


Programa Avanzado de

COMUNICACIÓN e IMAGEN



Visión estratégica, acción efectiva

Inicio de clases:

21 de abril 2016



GĚRENS | ESCUELA
DE POSTGRADO

Programa Avanzado de COMUNICACIÓN e IMAGEN

GĚRENS | ESCUELA
DE POSTGRADO

Retos sociales

Vivimos más interconectados, y los medios seguirán prolongando nuestros sentidos. Aun cuando la ciencia nos demuestra que estamos predispuestos para convivir, ejerciendo la empatía, la nuestra es una civilización que demanda más comunicación y mayor conciencia de la interacción humana.

El futuro de líderes y empresas depende hoy de cómo gestionan los vínculos sociales, de cómo se legitiman ante su entorno. En ello se juegan su sostenibilidad. En el Perú, el crecimiento económico demanda de mejores profesionales para interactuar con públicos y marcos de acción más complejos.

La comunicación en otro nivel

GERENS ofrece nuevamente el Programa Avanzado de Comunicación e Imagen, como una actualización de saberes para quienes trabajan en comunicación. Busca, con un criterio renovado, prepararlos para afrontar la competitividad, las tecnologías, y las nuevas formas de interactuar en un marco global. Su enfoque es moderno, innovador, aplicable y práctico. El gerente de Comunicación en las organizaciones actuales debe ser multifacético; debe tener una visión integral de lo que incide en las percepciones de los públicos; y debe ser capaz de actuar con alto sentido de realismo y eficiencia. Además, debe proyectarse como el gran mediador de los vínculos de las organizaciones.

Está dirigido a:

- Gerentes de Comunicación, o ejecutivos que aspiran a desempeñarse como directivos en la especialidad, tanto en el sector público como privado.
- Profesionales de la Comunicación, Relaciones Públicas, Asuntos Públicos, Relaciones Institucionales o Comunitarias, que afrontan el manejo de la imagen pública en sus organizaciones.
- Periodistas profesionales y líderes de opinión, que precisan actualizar su visión sobre el relacionamiento público de empresas e instituciones, o que desean incursionar en la comunicación corporativa.

Sus ventajas:

- **Alto nivel:** forma comunicadores directivos dispuestos a actuar en lo estratégico y operativo de las organizaciones.
- **Aplicable:** posibilita la ejecución inmediata de estrategias, procesos y mejores prácticas, gracias a la naturaleza didáctica de las materias y a la experiencia profesional de los docentes.
- **Innovador:** fomenta el pensamiento crítico y creativo; aplica la conciencia empática como vía para que las organizaciones sean sostenibles.
- **Práctico:** adapta el aprendizaje a la realidad local, y los temas se ajustan a las demandas operativas de las organizaciones de hoy.
- **Diseño ejecutivo:** requiere dedicación presencial de modo parcial durante cinco meses.

Beneficios: El participante tendrá:

- Visión estratégica para manejar el contexto y la complejidad en los planes de comunicación.
- Mayor eficacia en la gestión, mediante el conocimiento de los procesos y las mejores prácticas de aplicación inmediata.
- Sólida comprensión de los factores que inciden en la reputación y la imagen pública y del rol de los diversos públicos.
- Desarrollo de capacidades personales para liderar una comunicación basada en la empatía y el reconocimiento de los demás.
- Mayor habilidad para buscar el equilibrio entre lo global y local, entre lo tecnológico y lo natural, entre el interés de las organizaciones y el de las personas.

Metodología:

- Contenidos ajustados a las áreas funcionales y a las necesidades de imagen de las organizaciones de hoy en el país.
- Combina los conceptos, la casuística y la práctica necesarios, a fin de que el participante esté en mejores condiciones para entender la realidad y definir acciones.
- Adicionalmente, el participante aportará un proyecto de investigación o un plan estratégico u operativo que desarrollará con la consejería docente.



Áreas del Programa



Visión y liderazgo:

Conocimiento de la interdependencia global y de las culturas y tendencias que afectan o influyen en nuestro progreso. El gestor de comunicación debe entender el contexto y la complejidad que rodea a las organizaciones, a fin de diseñar estrategias adecuadas para afrontar la diversidad, la velocidad y las relaciones. Este es el ámbito donde se valoran las interrelaciones y el liderazgo para gestionar los cambios.



Gestión de la Comunicación:

El comunicador actual debe gestionar la complejidad del relacionamiento con los diversos públicos, mediante el conocimiento de los procesos de comunicación. En este ámbito se refuerza la gestión de medios, tanto personales, como masivos, bien sea para públicos externos, internos o virtuales.



Gestión de la imagen:

Esta área trata sobre los resultados de la comunicación: la identidad, los intangibles, la marca y la reputación de las empresas, su apreciación social. Aborda lo que construye la imagen: la información y los medios, publicidad, marketing y la acción de relacionamiento público. Se valora la presencia de los otros en la escena pública.

Áreas y materias del programa por ciclo

	VISIÓN Y LIDERAZGO	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN	GESTIÓN DE LA IMAGEN
1er. CICLO	Tendencias globales y cultura contemporánea	Comunicación externa y relaciones con medios Comunicación interna: cambio y cultura	Publicidad y comunicación de marketing
2do. CICLO	Liderazgo e innovación	Plan de Comunicación, mapeos e indicadores	Intangibles: reputación y Responsabilidad Social
	Consejería de investigación.	Comunicación digital, contenidos multimedia	Comunidades, conflicto y gestión social
		Comunicación y Gestión de crisis.	

Plana Docente:

Carlos Oviedo Valenzuela. (Director del Programa)

Experto en estrategias de comunicación corporativa. Periodista, escritor e investigador de temas de comunicación. Maestría Internacional en Dirección de Comunicación Empresarial, DirCom (UPC). Ha sido: Director de Comunicación Latinoamérica de Telefónica Internacional; VP de Imagen Telefónica del Perú; directivo de Antamina y Southern Peru; director y editor de varios medios. Autor de "Organizaciones Espejo, Comunicación y Empatía para la Sostenibilidad", "Las esferas de la Comunicación", entre otros libros.

Patricia Salazar Barbagelatta. Licenciada en Educación con experiencia en el sector educativo privado, Diplomado en Dirección Estratégica del Factor Humano - UPC; Master en Dirección Estratégica del Recurso Humano - EOI, España. Con quince años de experiencia en la industria de los seguros, docente universitaria en materias de liderazgo e inteligencia emocional, es directora en Consultoría en Clientes y Organizaciones S.A.

Francisco Tumi Guzmán. Periodista, lingüista y literato graduado por la PUCP; máster en Literatura por la UNMSM; ha trabajado en diversos medios de comunicación, incluyendo ocho años como periodista extranjero en Pekín; fue conductor del programa Boca Ancha de Cable Mágico Cultural y director de la revista "Etecé". es docente universitario en procesos globales contemporáneos; coautor del libro "El Síndrome del Cuarto del Rescate" (2011), entre otras publicaciones.

Pedro Patrón Galindo. Master en Comunicación Política por Emerson College, Boston, EE. UU., y Bachiller en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima; es Gerente de Comunicación de Telefónica Hispanoamérica. Ha ejercido el periodismo, la consultoría en comunicación y el desarrollo de proyectos digitales en el Perú, Estados Unidos y España. Cuenta con más de diez años de experiencia como docente en universidades de Perú y España, en asuntos de Comunicación Corporativa y Política.

Jorge Melo Vega Castro. Presidente de la consultora Responde. Abogado por la PUCP y Master en Administración Pública por el INAP de España y en RSC por la Universidad de Barcelona. Ha sido Gerente Central de Regulación y Estrategias en Telefónica del Perú, y Secretario General de OSIPTEL. Es Consultor en temas de sostenibilidad, responsabilidad social, estrategias y gestión institucional.

Aída Bellido Jiménez. Profesional de la comunicación con amplia experiencia en comunicación interna, comunicación corporativa y producción de publicaciones; egresada de Comunicación de la Universidad de Lima. Actualmente en la Gerencia de Comunicación Interna de Supermercados Tottus SA; ha trabajado en cargos directivos en Grupo Gloria SA., HSBC Bank, Telefónica del Perú.

Antonio Cornejo. Experto en relaciones comunitarias, gestión social y negociaciones. Se ha desempeñado en el desarrollo de estrategias con grupos de interés, en prevención y gestión de conflictos sociales, y en general, en la gestión social de industrias extractivas. Ha sido Gerente de relaciones comunitarias de la compañía Antamina; trabajó en desarrollo humano y relaciones laborales en las mineras Milpo y Madrigal. Es actualmente consultor de relaciones comunitarias y asuntos públicos, y docente universitario.

PROFESORES INVITADOS (ESPAÑA)

Yainire Elorza Sánchez. Licenciada en Publicidad y RRPP por la Universidad Pontificia de Salamanca, y Master en Asesoría de Imagen y Consultoría Política por universidades de Argentina y USA. Postgrado en Community Manager, Social Media Strategist y en técnicas de SEO y SEM. Ha sido Social Media manager en Havas Media, a cargo de las redes sociales de Hipercor, el grupo Fiat, LINE, entre otros.

Alex Bonet. Director de ATREVIA Perú; con más de diez años de experiencia en el ámbito de la comunicación corporativa e institucional, ha dirigido y diseñado importantes planes de comunicación y reputación, tanto en Perú como España: ha liderado proyectos de comunicación para Banco de la Nación, Enagás (Gaseoducto Sur Peruano y Transportadora de Gas de Perú), Gobierno de Puerto Rico, EU-CELAC, La Caixa, Gas Natural Fenosa, Telecom (Abertis Telecom), Grupo DIA, Universal Music y Ferrero Rocher, entre otros.

Detalles del programa:

Inicio: jueves 21 de abril de 2016
Fin: jueves 15 de setiembre
Duración: cinco meses
Fechas de clase: todos los martes y jueves;
Hora: de 7:00 a 10:15 pm
Lugar: Edificio GERENS