

**PROPUESTA ACADÉMICA
PROGRAMAS CORPORATIVOS**

DEC-1.8.1

Santiago de Cali, 19 de Octubre de 2015

Señores

**DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DE LA CONTRALORIA GENERAL DE
SANTIAGO DE CALI**
CAM Torre Alcaldía Piso 7
Ciudad

Reciba usted un Cordial Saludo.

Dando respuesta a la solicitud expresada de su parte, presentamos para consideración la propuesta para la realización del siguiente programa:

**CAPACITACIÓN EN ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA PARA LOS
SERVIDORES PUBLICOS DE LA CONTRALORIA GENERAL DE SANTIAGO DE CALI**

Consideramos de gran importancia para el éxito del programa contar con la oportunidad de validar los objetivos y los contenidos propuestos. Las observaciones que se realicen respecto a éstos, permitirán la alineación del programa con la planeación estratégica de la organización.

Seguros que la información presentada se encuentra acorde con los elementos a partir de los cuales podremos construir un programa de fortalecimiento a las competencias del personal de su organización.

Presentamos la propuesta académica, económica y documentos correspondientes en un sobre sellado con _____ folios.

Quedamos atentos a resolver cualquier inquietud al respecto.

Cordialmente,

CAROLINA ZULUAGA VIVAS
Coordinadora Comercial y de Mercadeo

Para envío de correspondencia enviarla a la Sede San Fernando de la Universidad Autónoma de Occidente – Calle 2A No. 24 C-95

Comunicarse con: INGRID PAOLA VANEGAS LÓPEZ - Ejecutiva Comercial – ejecutivocomercial3@uao.com, celular 300-4702840.

**PROPUESTA ACADÉMICA
PROGRAMAS CORPORATIVOS**

**CAPACITACIÓN EN ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA
PARA LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA CONTRALORIA GENERAL DE
SANTIAGO DE CALI**

1. JUSTIFICACIÓN

La comunicación pública en la sociedad tiene el papel de generar escenarios de significación en los cuales se propicie la discusión de los asuntos de interés público. Las instituciones públicas, tienen la obligación de facilitar escenarios en los cuales tengan participación los diversos actores, lo cual potencia el ejercicio de las libertades de opinión y expresión de los ciudadanos, sobre temas, preocupaciones y controversias de interés público, lo cual de una forma u otra, posibilita la construcción de espacios público democráticos.

2. OBJETIVO GENERAL

Brindar a los participantes una visión estratégica para la construcción de sentido a partir de la comunicación para posibilitar la construcción de espacios públicos democráticos.

3. OBJETO

Capacitación en estrategias de la comunicación pública para los servidores públicos de la Contraloría General de Santiago de Cali

4. COMPETENCIAS ADQUIRIDAS

- **VALORATIVA:** El participante analiza, interpreta y emite juicios de valor para contribuir a la resolución de conflictos públicos a través de una dimensión ética, estética y política orientada al respeto de la condición humana y a la construcción solidaria de una sociedad democrática.
- **CULTURA INVESTIGATIVA:** Se comprenden objetos de estudio de carácter interdisciplinario desde diferentes enfoques en ciencias sociales, para explorar en casos de estudio y desarrollar diversos productos de tipo interdisciplinario que le permitan poner en práctica estos saberes con el propósito de formular y desarrollar estrategias metodológicas para la solución de problemas en un contexto sociocultural concreto.
- **SOLUCION A PROBLEMAS:** Se proponen desde lo público alternativas de solución a problemas diversos en entornos dinámicos por medio del conocimiento comunicativo al que se enfrenta con una perspectiva interdisciplinar. Con el propósito de desarrollar capacidades que coadyuven a la reflexión, la transformación, la aceptación y al respeto de la diversidad natural de los contextos sociales, procuradores del bien común.

5. METODOLOGÍA

- Clase magistral de contexto.

PROPUESTA ACADÉMICA PROGRAMAS CORPORATIVOS

- Generación de proyecto a través de un eje problema cuyos resultados, conocimientos y reflexiones que se compartirán en una charla.
- Puesta en práctica de habilidades propias a través de un taller desde los diversos campos que van desde la escritura de noticias a la organización de actividades dirigidas al público general, hasta la construcción de un plan estratégico de Comunicación.

6. CONTENIDO

MODULO I

COMUNICACIÓN PÚBLICA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

- Entendiendo la comunicación para el cambio social
- Soporte estratégico para la comunicación pública
- La rendición de cuentas
- Comunicación, comunidad y participación
- La comunicación pública y los medios de comunicación

MODULO II

PLAN TÁCTICO

- Los insumos del Plan estratégico de Comunicación Pública
- Desarrollo de estrategias y tácticas online
- La participación: construcción de ciudad y país

MODULO III

ESTRATEGIA ONLINE

- Medios on-line para la comunicación pública
- Las TIC como herramientas de participación ciudadana
- Casos de relacionamiento comunidad – gobierno
- Estrategia de gobierno en línea
- Tácticas en facebook, Twitter, Instagram, etc
- Tendencias
- Propaganda online

7. DOCENTES

MÓNICA VALENCIA ALZATE

Comunicadora Social – Periodista, Especialista en Comunicación Organizacional y Magister en Comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente con capacidad para determinar necesidades y posibilidades de comunicación en situación de crisis mediante procesos investigativos en los diferentes ámbitos sociales.

Actualmente se desempeña en los cargos de dirección de la Especialización en Comunicación Organizacional, coordinación de práctica profesional del programa de Comunicación Social-Periodismo y docente del área de comunicación organizacional. Experta en direccionar estratégicamente los procesos de comunicación y sistemas de relacionamiento de las diversas tipologías de organizaciones. Experiencia en comunicación y sistemas de relacionamiento en el sector público.

PROPUESTA ACADÉMICA PROGRAMAS CORPORATIVOS

ALEJANDRO PEREA MATERÓN

Comunicador Social con maestría en Tecnologías de la información y capacitación corporativa y especialista en Gerencia de Mercado. Experiencia en Comunicación estratégica, gestión integral del talento humano RRPP, identidad visual e imagen corporativa. Consultor en modelos de competencias, implementación de planes de mejoramiento del recurso humano y diagnóstico de clima Laboral y procesos de identidad corporativa. Facilitador y Tallerista. Actualmente se desempeña como director del Programa Comunicación Social – Periodismo en la Universidad Autónoma de Occidente.

8. DURACIÓN Y LUGAR

Esta cotización se presenta con la opción de dictarse el programa en 16 horas.

El valor de la inversión cubre la participación de un grupo máximo de 30 personas. Los participantes adicionales tendrán un costo adicional para la entidad, definido por la Universidad Autónoma de Occidente.

Este Curso será dictado en las instalaciones de la Universidad Autónoma de Occidente – Sede San Fernando.

9. VALOR DE LA INVERSIÓN

SEMINARIO	HORAS	VALOR
CAPACITACIÓN EN ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA PARA LOS SERVIDORES PUBLICOS DE LA CONTRALORIA GENERAL DE SANTIAGO DE CALI	16	SEIS MILLONES SETECIENTOS MIL PESOS (\$6.700.000.00)

Los anteriores valores incluyen:

- ✓ Diseño del programa
- ✓ Honorarios del Facilitador
- ✓ Certificado de asistencia por participante
- ✓ Impuesto Estampilla procultura
- ✓ Evaluación de satisfacción por participante
- ✓ Material por cada participante
- ✓ Espacio físico adecuado
- ✓ Ayudas audiovisuales (video proyector, CPU)
- ✓ Refrigerio por participante
- ✓ Atención al cierre
- ✓ Parquadero
- ✓ Estación de café y aromática.

CONSIDERACIONES

PROPUESTA ACADÉMICA **PROGRAMAS CORPORATIVOS**

La organización y sus directivos están en libertad de sugerir cambios en el contenido de las actividades ofrecidas, de acuerdo con sus necesidades. Estas modificaciones deberán realizarse antes del inicio del programa.

El cronograma que incorpora las fechas durante las cuales se realizarán las jornadas propuestas deberá ser definitivo 8 días hábiles antes de la primera sesión. Cualquier modificación deberá ser presentada con un tiempo no inferior a 5 días calendario antes de la fecha de la realización propuesta.

Los docentes pueden ser reemplazados antes de dar inicio al programa de acuerdo al cronograma que se establezca y durante su ejecución por motivos de fuerza mayor. Su reemplazo se dará por profesionales que cumplan con el perfil y previa validación de la empresa.

La empresa será la responsable del diligenciamiento y firma de los listados de asistencia en el formato establecido por la Universidad del programa en los días que haya clase e informará el nombre de la persona de contacto que realizará la entrega de los mismos, los cuales serán recogidos por el funcionario que determine la Universidad. Se recuerda que solo serán certificadas las personas que cumplan con el 80% del total de las clases según la lista de asistencia firmada.

Una vez aprobada la actividad y constituidos los documentos que avalan su inicio, la Universidad tendrá mínimo 8 días calendario para la apertura del programa. Lo anterior con el fin de realizar todas las actividades logísticas y administrativas necesarias para su buen desarrollo.

Fecha de inicio de la actividad: previamente acordada por las partes.

FORMA DE PAGO Y CONDICIONES TRIBUTARIAS

Según se convenga entre las partes.

No responsables de IVA según Ley 30 de 1992 Art. 92 Concepto General IVA No. 001 de 2003

Por tratarse de una Entidad Sin Ánimo de Lucro, no somos contribuyentes del Impuesto sobre la Renta y Complementarios, Art. 23 E. T., en consecuencia no se nos debe efectuar Retención en la Fuente (Art. 369 E. T.)

Somos Agentes Retenedores del Impuesto sobre las Ventas Art. 437 Numeral 2 E. T.

Agente Retenedor de Renta - Art. 368 del E. T.

Industria y Comercio (ICA) en Santiago de Cali

Estamos calificados como Grandes Contribuyentes según Resolución No. 7714 de Diciembre 16 de 1996.

Somos Contribuyentes del Impuesto de Industria y Comercio (ICA) con Tarifa del 2.2 x 1000 en Santiago de Cali.



PROPUESTA ACADÉMICA
PROGRAMAS CORPORATIVOS

No requiere Autorización de la Numeración de las Facturas (Resolución 6709) de 1996 Art. 3.

NOTA

Las facturas generadas tendrán adjunto un recibo institucional para efectuar el pago en el Banco de Bogotá. Posteriormente al pago, por favor envíe copia del recibo vía Fax: (2) 514 6135.