

Nuevas tendencias que marcan la gestión de la comunicación estratégica

utpl
05/04/2021

Categorías:
Futuros alumnos, Investigación, UTPL

Los cambios que enfrentamos como sociedad ubican a la comunicación estratégica como una acción que conecta comunidades según las nuevas realidades de interacción. Expertos en esta área, comparten aportes que se sintetizan en la **Colección de Comunicación Estratégica 2020**.



[1]

La colección de Comunicación Estratégica es de acceso libre

La adaptación a los nuevos escenarios comunicativos, acelerados en sus cambios debido a la

pandemia por covid-19 durante el último año, representa un impacto alto para las acciones de empresas y emprendimientos. **Desde esta perspectiva la comunicación estratégica ha visto nuevos escenarios como retos**, para impulsar acciones que conecten a comunidades con la realidad actual.

Desde esta perspectiva, el [Grupo de Investigación de Comunicación Estratégica](#) [2] de la [Universidad Técnica Particular de Loja \(UTPL\)](#), [3] presenta experiencias, aportes, reflexiones y contribuciones que enriquecen la mirada sobre la comunicación estratégica. Esta colección se enfoca en tres líneas temáticas: Tendencias de la comunicación estratégica, Comunicación interna e *Influencers* y comunicación.

Tendencias de la comunicación estratégica

En este fragmento **se evidencia la gestión de la comunicación estratégica con una perspectiva de proyección, el cambio del comportamiento del consumidor, la innovación académica y todos los avances que trae la tecnología** como: **los chatbots, la automatización, el big data, la mentalidad mindset digital, como la formación y los conocimientos que deben tener los profesionales para afrontar una comunicación digital actual y futura**. En los aportes de los diferentes expertos, se analiza la transformación digital que va desde una **comunicación 2.0, que tiene como objetivo fortalecer la relación entre el consumidor y la empresa** a través de la creación de contenido de calidad y de valor, hasta llegar a una **comunicación semántica o 3.0, que utiliza los datos de sus usuarios para personalizar las conexiones con sus públicos** y generar en ellos nuevas experiencias.

Influencers y comunicación

En este bloque se explica el protagonismo que tienen dichas figuras en los medios sociales gracias a factores logrados por medio de gestionar la confianza y cercanía al interactuar con sus seguidores. Asimismo, brinda al lector las mejores estrategias para desarrollar la visibilidad de una empresa por medio de *influencers*. También se abarcan temas como: **tips para elegir los partners adecuados, estrategias de contenido digital y los efectos de la influencia en los consumidores**.

Comunicación interna

En esta última parte se examina la importancia de responder a las necesidades del público interno como un elemento de alto valor para las organizaciones. Esto establece a **la comunicación como una aliada a la productividad gracias al valor que hoy se les da a los colaboradores para fortalecer la cultura organizacional**. Dentro de este apartado se desarrollan contenidos como: **herramientas para los diálogos internos, buenas prácticas, buenos hábitos de comunicación interna en empresas, del comunicador interno a business partner, entre otros**.

[Cesibel Valdiviezo](#) [4], una de las coordinadoras de la colección y miembro del Grupo de Investigación Gestión de la Comunicación Estratégica de la UTPL, comenta que el aporte principal es el análisis actualizado del camino de la comunicación estratégica hacia el futuro. Además, destaca la participación de una gama alta de expertos en comunicación estratégica en sus diferentes áreas, mismos que incitan al lector a reflexionar sobre las acciones comunicacionales y su innovación. Por

otro lado, el libro cuenta con una variedad de casos desarrollados por gestores de la comunicación estratégica. Así como, académicos investigadores que compactan lo científico, con lo práctico y real de la comunicación.

"El lograr combinar estos aportes en una sola colección nos deja un libro con una riqueza profesional amplia y de alto valor para los profesionales, estudiosos y académicos de la comunicación estratégica". Cesibel Valdiviezo.

La colección se encuentra disponible para descarga dentro de la Fanpage del [Grupo de Investigación Comunicación Estratégica UTPL](#) [2], y del [Observatorio de Comunicación de la UTPL](#) [5].

Conoce sobre la [Maestría en Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital](#) [6].



[6]

Source URL: <https://noticias.utpl.edu.ec/nuevas-tendencias-que-marcan-la-gestion-de-la-comunicacion-estrategica>

Links

[1] http://observacomutpl.ec/wp-content/uploads/2021/03/Coleccion_Comunicacion_Estrategica_2020.pdf

[2] <https://www.facebook.com/GrupoComunicacionEstrategica>

[3] <https://utpl.edu.ec/>

[4] <https://investigacion.utpl.edu.ec/es/kcvaldiviezo>

[5] <https://observacomutpl.ec/libros/>

[6] <https://inscripciones.utpl.edu.ec/maestria/estrategica>