

Cultura digital: la transformación de las organizaciones

utpl

23/10/2017

Categorías:

Alumnos, Futuros alumnos, Graduados

La constante evolución social y tecnológica que vivimos en la actualidad, nos obliga a enfrentar un mundo que cada día es más digital, en donde el éxito de las organizaciones se determina por la calidad de sus productos o servicios y la puesta en práctica de procesos para comunicar digitalmente lo que desean transmitir a cada uno de sus públicos.

Formamos parte de un mundo en red que nos exige estar preparados para enfrentar nuevos retos. Bajo esta concepción, es indispensable el estudio de las distintas perspectivas teóricas y metodológicas de cómo hoy en día funciona la comunicación.

La transformación digital de las organizaciones solo puede darse cuando el comunicador está completamente consciente de que los procesos investigativos, desde el hallazgo de un problema, el desarrollo teórico y la puesta en práctica de encuestas o métodos de observación planificados y sistemáticos, permiten comprobar cuales son los mensajes y las herramientas que digitalmente deben manejarse para crear una cultura que le permita a una organización ser más digital, ágil y veloz en sus procesos internos y externos.

Este proceso de evolución a las nuevas tendencias es posible teniendo en cuenta principalmente tres factores: objetivos concretos, visión global y vanguardista, y colaboradores motivados que contribuyan al logro de los primeros dos aspectos.

Ingredientes para una transformación digital exitosa:

Objetivo claro



+

Visión



+

Empleados motivados



El aporte diario que desde la academia se realiza, propicia los espacios que los profesionales de la comunicación necesitan para generar actitudes de cambio e innovación, que los saquen de sus zonas de confort y les permitan a través de la investigación, explorar y desarrollar nuevas estrategias que tornen a sus empresas en entes competitivos y competentes.

La comunicación evoluciona, y si evoluciona a plataformas digitales, debemos ser conscientes de que las competencias que adquieran los profesionales de la comunicación permita a las organizaciones tomar en cuenta algunos puntos importantes como los que te detallamos a continuación:

Liderazgo del CEO



Aquel que debe liderar el proceso y el único capaz de romper barreras internas en la empresa.

Establecimiento de un presupuesto de transformación



Es necesaria la gestión del presupuesto, que debe estar basado en costo aprendizaje - investigación y costo de la puesta en práctica de las tácticas y estrategias.

Fichar perfiles diferentes



Se debe introducir agentes del cambio en la organización con ideas que cuestionen y reten al negocio convencional;

que tengan experiencia en sectores diferentes al tradicional y que sean emprendedores digitales.

Gestión de la información



Capacidad para buscar, investigar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales.

Establecer objetivos concretos de impacto



La transformación digital debe estructurarse en un esquema de estrategias, con objetivos claros, pero admitiendo que algunas iniciativas no pueden resultar y otras generarán más impacto del esperado.



Aprendizaje continuo y visión estratégica

Capacidad para gestionar el aprendizaje y descubrir la mejor manera de emplear recursos digitales.

Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización.

Asumiendo entonces este reto, la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) viene trabajando ya hace algunos años en fomentar el crecimiento y desarrollo de nuevas estrategias digitales que le permitan tanto al estudiante como al docente vivir esta transformación que el mundo tecnológico nos exige.

Es por eso que, desde el Departamento de Ciencias de la Comunicación y la [carrera de Comunicación Social](#) [1], se presenta la primera [Maestría de Comunicación, mención en Investigación y Cultura Digital](#) [2]. [3] dirigida a profesionales con título de tercer nivel en Comunicación Social, Periodismo, Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Publicidad y áreas afines, y que tiene como principal objetivo analizar interdisciplinariamente la comunicación desde la cultura digital a través del estudio de los cambios tecnológicos, culturales y sociales y las nuevas relaciones entre medios y audiencias en la sociedad contemporánea.

Con una planta docente de formación de cuarto nivel y doctorado, más la vinculación de expertos internacionales, se han implementado dos líneas de investigación principales en esta maestría:

1. La comunicación y la cultura digital.
2. Las políticas e industrias de la comunicación.

El Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL es uno de los más consolidados y activos en cuanto a generación de artículos científicos indexados en revistas internacionales de alto impacto y cuyos investigadores forman parte del [ranking nacional de los científicos más citados en Google Scholar](#). [4]

¡Sé parte de los profesionales de la comunicación que dominan la transformación digital del entorno!

[Postula aquí a la Maestría en Comunicación \[5\], \[5\]mención en Investigación y Cultura Digital \[2\]](#)

Source URL: <https://noticias.utpl.edu.ec/cultura-digital-la-transformacion-de-las-organizaciones>

Links

- [1] <https://presencial.utpl.edu.ec/alumnos/?q=comunicacion-social>
- [2] <https://postgrados.utpl.edu.ec/registro/maestria-comunicacion.html>
- [3] <https://postgrados.utpl.edu.ec/maestria-comunicacion>
- [4] http://www.webometrics.info/en/Latin_America/Ecuador
- [5] <http://postgrados.utpl.edu.ec/registro/maestria-comunicacion.html>