



## **Guía didáctica**

**Coordinadora: Angela González Montes**

## Guía didáctica

**“Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”**

Ángela González Montes

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

Descripción General	3
El INAP: misión, visión y valores	4
Fechas, horarios y lugar de celebración	4
Objetivos de aprendizaje	5
Contenidos, temporalización y actividades	5
Criterios de evaluación	7
Bibliografía	10
Equipo docente	11
Comunicación	12
Cómo pedir tu certificado	13
Régimen académico	13
Evaluación de la actividad por los participantes	13
Coordinación académica	14
Canales de comunicación	14

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

## Descripción General

Mucho se ha escrito sobre el impulso que la pandemia daría a la ansiada transformación de la Administración pública; teletrabajo, administración digital, mayor transversalidad, ritmos más rápidos y formación en nuevas disciplinas ya no son tareas pendientes, sino que se han vuelto realidad de manera súbita por causa de fuerza mayor.

Precisamente, uno de los ámbitos en los que más ha afectado la pandemia ha sido en el campo de la comunicación. En este sentido, las Administraciones públicas son las que garantizan que se atienda al interés general en situaciones de crisis como la que hemos vivido recientemente, y su comunicación debe estar encaminada a “realizar el bien público”, como apunta la profesora María José Canel.

Hablar de comunicación pública no es hablar de propaganda política ni de apariciones ante los medios de comunicación. Hoy día la concepción del gabinete de prensa de los años 80 y 90 ha dado paso a una concepción de comunicación amplia, de 360 grados. Hoy día, todo lo que hace y afecta a la administración pública comunica. El horizonte comunicacional que han abierto las tecnologías digitales ha hecho que los perfiles con conocimientos en comunicación dentro de las organizaciones públicas sean más necesarios que nunca.

Normalmente la figura del o de la responsable de comunicación en los gabinetes de comunicación de las Administraciones públicas suele ser la de un profesional del mundo del periodismo, que suele provenir de la empresa privada y que suele ocupar un puesto de personal eventual. No obstante, en los últimos años ha quedado patente la necesidad de combinar perfiles más transversales, menos periodísticos y más comunicológicos, que conozcan bien cómo funcionan las Administraciones y se pongan más en el punto de vista de la ciudadanía-receptora, a la hora de planificar y gestionar la comunicación integral de la organización pública en la que desempeña su labor de servidor público.

Es urgente adaptar el enfoque de la comunicación en las organizaciones públicas para conseguir una gestión eficaz en unos tiempos cada vez más disruptivos y acelerados donde el nivel de exigencia por parte de la ciudadanía y los agentes sociales y empresariales es cada vez mayor. La comunicación no debe ser un elemento en la administración destinado solo a unos pocos o a determinadas áreas de gestión, sino que debe abrirse a cada organismo, departamento o consejería.

Esta formación, caracterizada por ser muy práctica, adaptada a las necesidades del alumnado, y con un profesorado que conoce y gestiona los diferentes ámbitos de la comunicación en el seno estratégico de la Administración General del Estado, persigue ese enfoque amplio y transversal que dote al directivo público de las herramientas y conocimientos para dirigir y gestionar la comunicación diaria de su organización desde cualquier ámbito de responsabilidad.

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

## El INAP: misión, visión y valores

La **misión** del INAP es satisfacer las necesidades ciudadanas mediante su contribución al proceso de transformación de la Administración pública en una organización cada vez más democrática, inclusiva, diversa, sostenible, representativa y alineada con la sociedad a la que sirve. Para ello, lleva a cabo procesos de selección y atracción de talento valioso y plural (de altas capacidades), aprendizaje en valores, competencias y habilidades de los empleados públicos, y una permanente reflexión e investigación sobre los retos del Estado y sus Administraciones públicas.

**Visión:** El INAP tiene la vocación de ser un actor primordial en la adaptación de la Administración pública española a las demandas que plantea la sociedad actual; además quiere colaborar a que la Administración contribuya a la construcción de la sociedad del futuro. Para ello, alinea su actividad investigadora y formativa con los compromisos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y con las reflexiones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) sobre las capacidades de los empleados públicos del futuro para afrontar los retos de servir y crear valor público para una sociedad plural, diversa, inclusiva, abierta, interdependiente y participativa.

El INAP propicia la extensión de **valores**, principios y alianzas orientados al bien común. Por ello, la actividad del INAP proyecta valores éticos que han de orientar la actividad pública: transparencia, igualdad efectiva, inclusión, diversidad, desarrollo sostenible, responsabilidad, representatividad, participación e integridad.

## Fechas, horarios y lugar de celebración

Esta actividad formativa se celebrará entre el 20 de abril y el 9 de julio de 2022 en el campus virtual del INAP. No obstante, se incluye en el programa una sesión práctica en la sede del INAP en la calle Atocha 106 que tendrá lugar entre el 13 y el 15 de junio de 2022.

De acuerdo con el programa, habrá **sesiones síncronas online todos los jueves de 15:00 a 16:00 horas**. Algunas semanas, estas sesiones abordarán un “caso de estudio” por lo que horario se ampliarán de 15:00 a 17:00 horas (ver programa semanal detallado en páginas 5-9).

La sesión práctica presencial tendrá lugar entre los días 13,14 y 15 de junio. Al ser sesiones de talleres prácticos, se dividirá al alumnado en tres grupos para que cada grupo participe en una de las tres ediciones.

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

## Objetivos de aprendizaje

- Dotar de un conocimiento especializado en comunicación institucional a directivos públicos desde una perspectiva práctica teniendo en cuenta los cambios más recientes en este ámbito derivados de las nuevas tendencias y lógicas comunicativas.
- Tomar conciencia de la importancia de la comunicación pública en un sentido amplio, así como el enfoque de la gestión pública hacia la importancia de la comunicación y la pedagogía de lo público.
- Conocer las nuevas necesidades y tendencias en materia de comunicación desde la perspectiva de las administraciones públicas, así como las dinámicas de los actores y agentes implicados, tanto a nivel interno como externo.
- Aprender a dirigir equipos especializados en comunicación en un sentido amplio; comunicación ciudadana, con los medios de comunicación, redes sociales, páginas web, campañas de comunicación, comunicación de crisis, eventos institucionales, política de datos abiertos y transparencia, entre otros.
- Disponer de las herramientas necesarias para llevar a cabo una política de comunicación pública moderna y eficaz desde la gestión pública.
- En definitiva, se trata de dotar de herramientas a aquellas personas en el ámbito de la alta dirección pública que se quieran especializar en la gestión de la comunicación desde el servicio público, ya sea en una administración de gran tamaño, de tamaño medio o pequeña.

## Contenidos y actividades semanales

El curso se estructura en 4 bloques:

### **Bloque 1- Conceptos básicos de comunicación pública e institucional para las administraciones públicas.**

**Coordinador del bloque: Gabriel Colomé.** Politólogo y profesor titular de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

**Duración y organización:** 6 horas lectivas, dos semanas a dividir de la siguiente forma:

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

SEMANA	Nº HORAS	CONTENIDOS/UNIDADES DIDÁCTICAS	TAREA A ENTREGAR
1 (21-27 abril)	3 horas, divididas en: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sesión síncrona 1 hora, que será grabada para las personas que no puedan conectarse en directo.</li> <li>✓ Vídeo 15 minutos con indicaciones para la entrega de la tarea individual de fin de bloque</li> <li>✓ 1 hora de trabajo de lecturas y visionado de contenidos</li> <li>✓ 30 minutos de chat/foro</li> <li>✓ 15 minutos tutoría personalizada</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación en el siglo XXI. Nuevas lógicas y tendencias comunicativas y la importancia de la comunicación pública e institucional.</li> <li>2. Teorías de la comunicación. La persuasión. La opinión pública hoy. Medición. El papel de los medios, los grupos de interés y las redes sociales.</li> <li>3. Comunicación y actitudes políticas. Modelos de comportamiento electoral. Participación. Medios de comunicación y elecciones.</li> </ol>	
2 (28 abril al 4 de mayo)	3 horas, divididas en: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2 horas. Sesión síncrona. Caso de estudio.</li> <li>✓ 1 hora. Trabajo individual + chat/foro</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Caso de estudio. Analizar una encuesta del CIS</li> <li>5. Tarea e entregar. 4 de mayo</li> </ol>	Propuesta de un estudio de investigación social sobre la administración en la que trabaja el alumno/a

#### Unidades didácticas

1. Comunicación en el siglo XXI. Nuevas lógicas y tendencias comunicativas y la importancia de la comunicación pública e institucional.
2. Teorías de la comunicación. La persuasión. La opinión pública hoy. Medición. El papel de los medios, los grupos de interés y las redes sociales.
3. Comunicación y actitudes políticas. Modelos de comportamiento electoral. Participación. Medios de comunicación y elecciones.

### Bloque 2- La Planificación y gestión de la comunicación en las administraciones públicas.

**Coordinador del bloque: Pablo Palomino.** Consultor Senior de Comunicación y Asuntos Públicos en Mas Consulting.

**Duración y organización:** 9 horas lectivas, tres semanas a dividir de la siguiente forma:

SEMANA	Nº HORAS	CONTENIDOS/UNIDADES DIDÁCTICAS	TAREA A ENTREGAR
3 (5 al 11 de mayo)	3 horas divididas en: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sesión síncrona 1 hora, que será grabada para las personas que no puedan conectarse en directo.</li> <li>✓ Vídeo 15 minutos con indicaciones para la entrega de la tarea individual de fin de bloque</li> <li>✓ 1 hora de trabajo de lecturas y visionado de contenidos</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. La planificación de la comunicación. Visión, misión y valores de las organizaciones. Instrumentos para una planificación y gestión de la comunicación eficaz.</li> <li>7. Los Gabinetes de comunicación y las unidades de información y transparencia. Concepción, gestión, recursos humanos, relaciones.</li> </ol>	

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 30 minutos de chat/foro</li> <li>✓ 15 minutos tutoría personalizada</li> </ul>	8. Las campañas de comunicación en las administraciones públicas. Marco regulador, procedimiento y gestión de las mismas. El caso de las campañas del Ministerio de Igualdad y la DGT.	
<b>4</b> <b>(12 al 18 de mayo)</b>	<b>3 horas divididas en:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2 horas. Sesión síncrona. Caso de estudio.</li> <li>✓ 1 hora. Trabajo individual + chat/foro</li> </ul>	9. Sesión síncrona. La comunicación de crisis. El caso del Ministerio de Sanidad durante la pandemia. Con Miriam Lorenzo, ex Dircom del Ministerio Sanidad durante la pandemia.	
<b>5</b> <b>(19 al 25 de mayo)</b>	<b>3 horas divididas en:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 1 hora de trabajo de lecturas y visionado de contenidos + chat/foro</li> <li>✓ 1 hora de Clase Magistral (por definir ponente)</li> <li>✓ 1 hora. Trabajo individual</li> </ul>	10. Clase magistral. Ponente por determinar <b>11. Tarea a entregar. 25 de mayo</b>	Plan de comunicación y gestión de una campaña de comunicación de la administración, departamento, organismo de cada alumno/a.

#### Unidades didácticas

6. La planificación de la comunicación. Visión, misión y valores de las organizaciones. Instrumentos para una planificación y gestión de la comunicación eficaz.

7. Los Gabinetes de comunicación y las unidades de información y transparencia. Concepción, gestión, recursos humanos, relaciones.

8. Las campañas de comunicación en las administraciones públicas. Marco regulador, procedimiento y gestión de las mismas. El caso de las campañas del Ministerio de Igualdad y la DGT.

### Bloque 3- Habilidades comunicacionales del personal directivo público. Hablar a los medios y a la ciudadanía.

**Coordinador del bloque: Vicente Montávez.** Asesor en el Gabinete de la Ministra de Política Territorial. Experto en comunicación y discurso.

**Duración y organización:** 14 horas lectivas, tres semanas a dividir de la siguiente forma:

SEMANA	Nº HORAS	CONTENIDOS/UNIDADES DIDÁCTICAS	TAREA A ENTREGAR
<b>6</b> <b>(26 mayo al 1 junio)</b>	<b>3 horas divididas en:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sesión síncrona 1 hora, que será grabada para las personas que no puedan conectarse en directo.</li> <li>✓ Vídeo 15 minutos con indicaciones para la entrega de la tarea individual de fin de bloque</li> <li>✓ 1 hora de trabajo de lecturas y visionado de contenidos</li> </ul>	12. Conceptos básicos de comunicación política. Comunicación eficaz. 13. El discurso y la intervención pública. Retórica. Técnicas de elaboración y análisis. Comunicación no verbal. Presentaciones eficaces.	

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 30 minutos de chat/forum</li> <li>✓ 15 minutos tutoría personalizada</li> </ul>		
<b>7</b> <b>(2 al 8 de junio)</b>	<p><b>3 horas divididas en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sesión síncrona 1 hora. Impartida por Virginia Sánchez, Dircom de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales.</li> <li>✓ 1 hora de trabajo de lecturas y visionado de contenidos</li> <li>✓ 30 minutos de chat/forum + 15 minutos tutoría personalizada</li> </ul>	<p>14. Notas de prensa y comunicados oficiales. Para quién estamos hablando. La importancia de los datos.</p> <p>15. Las ruedas de prensa y las relaciones con los medios de comunicación.</p>	
<b>8</b> <b>(9-15 junio)</b>	<p><b>8 horas divididas en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 4 horas TALLER PRÁCTICO</li> <li>✓ 4 HORAS TAREA A ENTREGAR</li> <li>✓ Presencial en el INAP. Se harán 3 grupos de 10 personas, cada grupo 8 horas, mañana y tarde. Cada día (13,14 y 15 junio) será con un grupo diferente.</li> <li>✓ Los talleres serán impartidos por Vicente Montávez, Virginia Sánchez y Ángela González.</li> </ul>	<p>16. Taller práctico: Cómo afrontar una rueda de prensa o briefing técnico. Grabación y análisis.</p> <p><b>17. Tarea a entregar. 13, 14 y 15 de junio</b></p>	<p>Discurso a determinar dependiendo perfil del alumno/a, siguiendo las indicaciones de elaboración y duración que el coordinador determine dependiendo del perfil de cada alumno/a. Grabación y análisis.</p>

### Unidades didácticas

16. Conceptos básicos de comunicación política. Comunicación eficaz.
17. El discurso y la intervención pública. Retórica. Técnicas de elaboración y análisis. Comunicación no verbal. Presentaciones eficaces.
18. Notas de prensa y comunicados oficiales. Para quién estamos hablando. La importancia de los datos.
19. Las ruedas de prensa y las relaciones con los medios de comunicación.

### Bloque 4 - Estrategias y herramientas digitales para una comunicación pública eficaz.

**Coordinadora del bloque: Sarah Soulami Correa.** Responsable de comunicación digital del Ministerio de Cultura y Deporte.

**Duración y organización:** 9 horas lectivas, tres semanas a dividir de la siguiente forma:

SEMANA	Nº HORAS	CONTENIDOS/UNIDADES DIDÁCTICAS	TAREA A ENTREGAR
<b>9</b> <b>(16-22 junio)</b>	<p><b>3 horas divididas en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sesión síncrona 1 hora, que será grabada para las personas</li> </ul>	18. La imagen corporativa. Manuales de imagen y de estilo de las administraciones públicas.	

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

	<p>que no puedan conectarse en directo. Con Charo Paredes, experta en SEM/SEO Secretaría de Estado de Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vídeo 15 minutos con indicaciones para la entrega de la tarea individual de fin de bloque</li> <li>✓ 1 hora de trabajo de lecturas y visionado de contenidos</li> <li>✓ 30 minutos de chat/foro</li> <li>✓ 15 minutos tutoría personalizada</li> </ul>	19.La página web. Diseño, usabilidad, contenidos, tendencias. SEM, SEO.	
<b>10 (23-29 junio)</b>	<p><b>3 horas divididas en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sesión síncrona 1 hora, que será grabada para las personas que no puedan conectarse en directo.</li> <li>✓ 1 hora de trabajo de lecturas y visionado de contenidos</li> <li>✓ 30 minutos de chat/foro</li> <li>✓ 15 minutos tutoría personalizada</li> </ul>	20.Las redes sociales. Estrategia y tipo de contenidos. Buenas prácticas.	
<b>11 (30 junio- 6 julio)</b>	<p><b>3 horas divididas en:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2 horas. Caso de estudio.</li> <li>✓ 1 hora. Trabajo individual</li> </ul>	<p>21.Caso de estudio: Estrategia de redes sociales de una administración pública (por determinar)</p> <p><b>22. Tarea a entregar. 6 de julio</b></p>	Estrategia de comunicación digital a determinar por la coordinadora, atendiendo a la administración donde el alumno/a desempeñe sus funciones.

### Unidades didácticas

18. La imagen corporativa. Manuales de imagen y de estilo de las administraciones públicas

19. La página web. Diseño, usabilidad, contenidos, tendencias. SEM, SEO.

20. Las redes sociales. Estrategia y tipo de contenidos. Buenas prácticas.

## Criterios de evaluación

Los criterios que se van a seguir para la evaluación de la experiencia de aprendizaje serán los siguientes:

- Calidad del trabajo final a entregar de cada uno de los 4 bloques
- Participación en los foros y tutorías
- Asistencia a las clases síncronas

Los trabajos de final de bloque serán evaluados con APTO y NO APTO. Se facilitará la nota junto a comentarios por parte de los coordinadores de cada bloque en la Plataforma Virtual.

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

Para obtener el aprobado del curso cada alumno/a tendrá que entregar los 4 trabajos y superar un APTO en todos ellos.

Se valorará positivamente la participación del alumnado en los foros y tutorías y la conexión en directo de las clases síncronas.

El INAP certificará como APTO O NO APTO.

## Bibliografía

Los coordinadores de cada bloque subirán al campus virtual del INAP un listado de referencias bibliográficas, artículos y recursos audiovisuales en internet que ayudarán a profundizar en las materias tratadas y servirán de refuerzo de las unidades didácticas. A continuación, se cita una parte de la bibliografía de referencia:

- María José Canel “La comunicación en la Administración Pública” Ed. Fondo Cultura Económica
- María José Canel: "La comunicación de la administración pública: conceptos y casos prácticos de bienes intangibles" Editorial INAP
- Luis Arroyo y Magali Yus: "Los 100 errores en la comunicación de las organizaciones" Editorial ESIC
- Gabriel Colomé. “Cómo votamos: los sistemas electorales del mundo, pasado, presente y futuro” Editorial Gedisa.
- Gabriel Colomé. “El Príncipe Mediático”. Editorial Mediterrània.
- Chris Anderson: “Charlas TED: La guía oficial TED para hablar en público”
- Ana Ibarz Moret y Rafael Rubio Núñez. “Las redes sociales en la administración general del estado comunicación, transparencia y gobierno abierto”. Editorial INAP. Colección INNAP INVESTIGA. Serie INNOVACIÓN ADMINISTRATIVA
- VVAA. “Casos de éxito en redes sociales digitales de las administraciones públicas. Generalitat de Catalunya”. Escola d’Administració Pública de Catalunya
- Christian Salmon. “Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes”. Península.
- Fran Carrillo. “Tus gestos te delatan”. Editorial Espasa.
- Carlos Salas. “Storytelling. Técnicas para ordenar las ideas, escribir con facilidad y lograr que te lean”. Mirada Mágica.
- Félix Ortega. “La Política Mediatizada”. Alianza Editorial.

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

## Equipo docente

**Ángela González Montes.** Administradora Civil del Estado experta en Comunicación pública. Actualmente encargada de comunicación institucional en la Secretaría General de Fondos Europeos. Ministerio de Hacienda y Función Pública.

**Gabriel Colomé.** Politólogo y profesor titular de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), además de ser miembro fundador de la Asociación de Comunicación Política (ACOP). Con una extensa y prolífica carrera, actualmente forma parte del Consejo Directivo de ACOP en calidad de Secretario, además de ejercer como profesor de Ciencia Política en la UAB y Director del Máster en Marketing Político en esta universidad.

**Pablo Palomino.** Licenciado en Comunicación Audiovisual y Máster en Comunicación Política e Institucional (UC3M). Es Consultor Senior de Comunicación y Asuntos Públicos en Mas Consulting. Anteriormente, formó parte del equipo de prensa del Ministerio de Sanidad, etapa en la que gestionó la comunicación digital y la relación con los medios durante la pandemia del COVID-19. También ha formado parte del Gabinete de la Presidencia del Gobierno en Moncloa, dentro de la Unidad de comunicación con la ciudadanía.

**Miriam Lorenzo.** Periodista. Ex dircom del Ministerio de Sanidad durante la pandemia. Actualmente es directora de Comunicación del Ministerio de Cultura y Deporte.

**Vicente Montávez.** Economista y Asesor Político. Especialista en Discursos y asuntos parlamentarios. Con más de 15 años de experiencia en instituciones como el Parlamento Europeo y el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España.

**Sarah Soulami Correa.** Politóloga por la UCM y Máster en Comunicación Corporativa e Institucional (UC3M). Exresponsable de redes sociales en el Ministerio de Sanidad durante la pandemia. Actualmente es Community Manager del Ministerio de Cultura y Deportes.

**Virginia Sánchez.** Licenciada en Periodismo (Universidad Complutense de Madrid) y Programa Ejecutivo en Gobernanza del Sector Público (ESADE).

Directora de Comunicación de SEPI desde septiembre de 2021. De enero de 2020 a julio de 2021, fue directora de Comunicación en la Presidencia del Senado.

Ha ocupado distintos puestos en el área de la comunicación (cronológicamente): jefa de Prensa en la Vicepresidencia del Gobierno y Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad, directora de Comunicación en el Colegio Oficial de Gestores Administrativos de Madrid, asesora en la Secretaría de Estado de Igualdad.

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

# Comunicación

Esta experiencia de aprendizaje dispone de las siguientes herramientas de comunicación:

1. Novedades
  2. Foro de consulta específico para cada bloque de contenidos
  3. Cafetería
  4. Mensajería interna
- **Foro Novedades.** Es la herramienta básica para notificaciones a todos los participantes sobre cualquier cambio o actualización en el desarrollo del curso.
  - Para la comunicación con compañeros y con el equipo docente sobre los contenidos, el plan de actividades o sobre elementos de interés para todos, tienes a tu disposición:
    - El **Foro de consulta de cada bloque (definir si hay uno general o uno por bloque)** es para la intervención de participantes y tutores. Cada tutor podrá proponer y responder cuestiones a los participantes de su grupo. Y cada participante podrá proponer nuevos temas, nuevas consultas y responder a cualquier consulta realizada por otro integrante de su grupo. Os animamos a participar, formulando cuantas cuestiones consideréis oportunas, y, por supuesto, respondiendo a las generadas por vuestros compañeros.
    - La **Cafetería** está destinada a facilitar otro tipo de comunicación más informal, sobre asuntos no necesariamente relacionados con el curso. En este foro cualquier participante puede proponer y contestar a cualquier otro, con independencia del grupo al que pertenezca.
  - Para la comunicación únicamente con el tutor o con un compañero (intercambio exclusivamente bilateral), y tratar asuntos que no proceda compartir con el grupo o con el resto de participantes, tienes a tu disposición:
    - La **Mensajería Interna** es una herramienta discreta e inmediata para comunicarse en privado con cualquier otro participante (alumno o tutor) que esté conectado en ese momento. No debe utilizarse la mensajería interna para consultar al tutor las dudas sobre las actividades. El lugar para plantear esas dudas es el **Foro de consulta del bloque de contenidos** correspondiente. Por último, recuerda que en el foro nos ayudamos entre todos; si sabes la respuesta a la pregunta planteada por otro compañero o compañera, contéstale, seguro que te lo agradecerá y el funcionamiento del foro será más ágil.

## Guía didáctica

### “Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

## Cómo pedir tu certificado

Todos los participantes que superen esta experiencia de aprendizaje recibirán una certificación correspondiente a 40 horas.

Para ello será necesario superar todas las actividades obligatorias, y que el tutor correspondiente evalúe las mismas como superadas.

El proceso de envío de los certificados de los cursos es online:

Recibirás en la cuenta de correo con la que estás dado de alta en el campus INAP, un mail con un número (Código Seguro de Verificación) que sirve para descargarse dicho certificado.

Antes de proceder a la descarga de dicho documento, aconsejamos descargar la última versión de Adobe Acrobat Reader. Una vez descargado el certificado en el equipo debes comprobar que es correcto. Para ello, ábrelo y desplázate hasta el final del documento (fin de página) y comprueba que hay un tick. Ya está listo para ser impreso.

## Régimen académico

Los alumnos que no observen las reglas elementales de participación, respeto y consideración hacia profesores, compañeros o personal del INAP y, en general, que contravengan lo dispuesto en el Código Ético del INAP (que puede consultarse en <http://www.inap.es/conocenos>), podrán ser excluidos de las actividades formativas.

## Evaluación de la actividad por los participantes

Deberás valorar esta actividad a través de un cuestionario de satisfacción que recibirás por correo electrónico. Guarda este correo, ya que a través del link podrás ir rellenando el cuestionario durante el desarrollo de la actividad. Una vez finalizada y en el plazo establecido al efecto no olvides repasarlo y hacer clic en el apartado enviar.

Tu opinión es muy importante para el INAP ya que nos permite aprender y mejorar.

## Guía didáctica

“Programa especializado en comunicación práctica para la comunicación pública”

Ángela González Montes

## Coordinación académica

Ángela González Montes

Administradora Civil del Estado

## Canales de comunicación

Se establecen los siguientes canales de comunicación:

En caso de incidencias relacionadas con el funcionamiento del Campus online del INAP: en el teléfono (+34) 910 61 68 92 (lunes a viernes de 8:00 a 20:00 horas) o por mensaje de correo electrónico al buzón [cau@inap.es](mailto:cau@inap.es).

Para las incidencias de tipo personal que supongan alguna dificultad en el seguimiento del curso, o incidencias no resueltas por el servicio del cau, o incidencias con la cuenta de Google del INAP: en el buzón de correo [fd@inap.es](mailto:fd@inap.es), buzón que es atendido por el equipo encargado de gestionar este curso