

CARTELERA N° 385/26

CURSOS DE POSGRADO

“Comunicación para la gestión eficiente en el negocio veterinario”

Responsable: Gustavo Benítez

Co- organizador: Javier Román

Créditos: 3

Horas: 45

Cupos: 10

Modalidad de dictado: Virtual sincrónica y asincrónica

Horario: 20:00 a 22:00

Período de dictado: 08/10/2026 - 05/11/2026

Período de inscripción: * 28/09/2026-07/10/2026

Exclusivamente a través del SGAE* Les dejamos un [instructivo](#) de apoyo

Docentes participantes nacionales:

- MSc. Javier Román (Facultad de Veterinaria, Udelar)
- MSc. Daniel Ottado (Facultad de Información y Comunicación, Udelar)
- Lic. Pilar Quiroz (Facultad de Información y Comunicación, Udelar)

Docentes participantes extranjeros:

- PhD. María Victoria Vignolo (Facultad de Ciencias Veterinarias – Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, Argentina)

Fundamentación y objetivos del curso:

La comunicación efectiva en las empresas es un requisito necesario para el adecuado desarrollo de las funciones, tanto administrativas como técnicas, económicas y comerciales, a nivel interno entre los propietarios y empleados, como a nivel externo entre los profesionales y los clientes.

La comunicación empresarial implica interacción, construcción de vínculos y un constante flujo de datos e información dentro y fuera de una empresa.

La comunicación puede ser eficaz si se cuenta con una estrategia de comunicación corporativa que favorezca la ejecución de los objetivos y la correcta labor de cada uno de sus colaboradores dentro de la misma. Por ello, es fundamental entender el funcionamiento de la comunicación empresarial y los elementos que la componen.

Para las empresas como las clínicas veterinarias con servicios médicos, la comunicación también implica el Servicio al cliente. Por lo tanto, el servicio al cliente no es sólo algo conceptual, sino que es una estrategia comercial que debe estar en sintonía con la en la cultura corporativa de la empresa.

A partir de la realización de este curso, el/la estudiante será capaz de manejar y aplicar conceptos esenciales de comunicación organizacional para las empresas de servicios de salud animal.



Programa del curso:

Unidad 1. Importancia de la comunicación en la Clínica Veterinaria (trato con colaboradores y con clientes)

Unidad 2. Comunicación organizacional. Axiomas y conceptos básicos. Comunicación estratégica. Comunicación interpersonal y trabajo en equipo (relacionarse y gestionar el talento humano). Identificación de problemas/desafíos para planificar estratégicamente la comunicación: análisis de públicos

Unidad 3. Presencia y contenidos en comunicación digital. Presencia digital, lógicas relevantes para el rubro veterinario y definición de pilares de contenido. Ecosistema digital, identidad digital, ética y límites profesionales, pilares de contenido.

Unidad 4. Producción para redes. Revisión y producción de contenido, con criterio editorial y herramientas gratuitas. Formatos, captura de foto y video, herramientas gratuitas, lenguaje claro.

Unidad 5. Planificación y medición de la Comunicación digital. Plan de comunicación digital, calendario editorial y tablero de medición mensual. Métricas e indicadores y traducción de resultados.

Evaluación:

Para la aprobación del curso los estudiantes deberán diseñar y elaborar un plan de comunicación para una empresa de interés veterinario aplicando los conocimientos adquiridos. El plan se presentará en modalidad de informe escrito.

Requisitos: Asistencia mínima al 80% de las actividades virtuales.

Bibliografía:

- Jevring C. (2000). Gestión de la clínica veterinaria. 1a ed. Buenos Aires: Inter-Médica. Mejorar la comunicación en la clínica veterinaria. 39-50.
- Koontz, H.; Weihrich, H.; Cannic M. (2014). Administración-una perspectiva global y empresarial. México: McGraw-Hill Interamericana. 455-479.
- Moreau, P; Nap, R. (2006). Fundamentos de la práctica Veterinaria. Henston. 59-100.
- Shaw, J. Cuatro habilidades comunicativas fundamentales de los profesionales altamente eficaces. Clínicas veterinarias de Norteamérica. 385-396.

