

## PROGRAMA DE ESTUDIOS

### A. ANTECEDENTES GENERALES

ASIGNATURA	:	<b>Comunicación Organizacional</b>
CÓDIGO	:	PEC426
CARÁCTER	:	Comunicación Estratégica
REQUISITOS	:	Sin Pre requisitos
CRÉDITOS	:	06
UBICACIÓN	:	Octavo semestre
HORAS DE CLASES	:	68 horas semestrales

### B. INTENCIONES DEL CURSO

El curso buscar introducir al alumno en el desarrollo de las competencias necesarias para asesorar interna o eternamente a una organización en la gestión de su identidad corporativa. Es una asignatura complementaria a Comunicación Estratégica que está orientada a los aspectos constitutivos de la imagen organizacional.

El propósito de la comunicación organizacional es gestionar la cultura e identidad de una organización en coherencia con sus objetivos, misión y valores.

En lo más específico, la comunicación organizacional busca que las personas estén alineadas con los objetivos determinados, generen conversaciones productivas y trabajen en ambientes colaborativos que aseguren un desempeño determinado. Para esto se vale de una serie de competencias y herramientas propias.

*\* Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

La gestión de la comunicación organizacional es un servicio de apoyo esencial para las organizaciones modernas que valoran el rol de las personas como parte fundamental del éxito.

## **C. OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO**

### **A nivel declarativo**

- Adquirir herramientas de gestión de comunicación organizacional.
- Profundizar en el ámbito de intervención de la comunicación organizacional.
- Desarrollar la idea de la empresa como una red de conversaciones.

### **A nivel de procedimientos**

- Analizar casos de comunicación organizacional.
- Proponer soluciones a situaciones relacionadas con comunicación en las organizaciones.

### **A nivel actitudinal**

- Reconocer los espacios de intervención de la comunicación.
- Reconocer que la gestión de comunicación está al servicio de los objetivos organizacionales.
- Desarrollar el interés por la proyección profesional en el ámbito interno de las organizaciones.
- Valorar el rol de la comunicación en la gestión de las organizaciones

## **D. CONTENIDOS**

*\* Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

## **PRIMERA UNIDAD: CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

### **A nivel declarativo**

- Principios de la empresa moderna: revisión de los aspectos más relevantes que definen la gestión de empresas: la preocupación por la sostenibilidad y el cambio permanente.
- La comunicación orientada a los objetivos, misión y visión de la organización.
- El propósito de la comunicación organizacional: la comunicación como factor constitutivo de identidad. Las organizaciones se construyen en el lenguaje.
- Los factores de la identidad: clima y cultura. El terreno de intervención son el clima y la cultura. Pueden medirse y gestionarse.
- Diagnóstico de clima y cultura: modelos para desarrollar diagnóstico que permitan generar intervenciones en comunicación organizacional.
- Grandes propósitos de la comunicación organizacional: el alineamiento y la gestión del cambio. Ambos constituyen los principales propósitos por los cuales las organizaciones integran la comunicación en sus procesos.

### **A nivel de procedimientos**

- Investigar las principales tendencias en gestión de la comunicación organizacional en empresas exitosas (determinada en rankings, valor de bolsa, valor de marca, etc.)
- Análisis de casos para determinar problemas asociados a la identidad de las organizaciones.

### **A nivel de actitudes**

*\* Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

- Distinguir los conceptos de identidad e imagen, y cómo el primero sostiene al segundo.
- Reconocer que la comunicación ayuda a movilizar a la organización hacia sus objetivos y por lo mismo genera valor.

## **SEGUNDA UNIDAD: HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

### **A nivel declarativo**

- Gestión de la comunicación interna como pilar de la comunicación en las organizaciones: desarrollar un sistema de comunicación que permita apoyar un plan de comunicación interna. El sistema define el estilo de comunicación, los lineamientos y procedimientos generales de la comunicación; mientras que el plan se refiere a lo específico (planificar la comunicación para objetivos determinados en un periodo determinado estableciendo acciones, plazos, costos y mecanismos de control de gestión).
- Reconocer el rol fundamental de las personas en el sistema de comunicación interna: funciones formales e informales. Las personas como protagonistas de la construcción de identidad e imagen. El desarrollo de competencias comunicacionales de los colaboradores (para construir identidad, frente a situaciones de crisis, etc.)
- Herramientas de comunicación interna: conocer y desarrollar herramientas de comunicación: uso de medios impresos, comunicación directa, medios digitales y redes sociales.
- Herramientas de marketing interno como apoyo a intervenciones generales y específicas.

*\* Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

### **A nivel de procedimientos**

- Proponer sistemas de comunicación interna para determinados casos.
- Proponer un plan de comunicación interna para una situación determinada.
- Ejercitar la producción de instancias de comunicación organizacional y medios de comunicación interna.

### **A nivel de actitudes**

- Integrar las competencias periodísticas con la gestión de comunicación en las organizaciones.
- Desarrollar la capacidad para reconocer acciones específicas para una determinada situación.
- Ejercer una postura ética acorde con los valores de la organización o proyecto.

## **E. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA**

ABP. Análisis de casos individuales y grupales.

Análisis de casos reales, definir cuál es el problema, buscar y proponer soluciones viables.

La metodología de enseñanza utilizada busca favorecer y motivar un aprendizaje activo y significativo de los alumnos. Se espera que las actividades desarrolladas favorezcan el dialogo y discusión de contenidos y experiencias, para lo cual el curso se estructurará en base a diversas metodologías:

*\* Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

- 1) El profesor realizará clases expositivas en las que contextualizará la asignatura y los principales contenidos con visitas terrenos y empresas, además de expertos que ejercen la especialidad.
- 2) Metodología expositiva: Exposición de casos en power point, revisión de material audiovisual.
- 3) Se desarrollarán trabajos individuales y grupales que se realizarán durante y fuera de la clase como controles de lectura, informes, ensayos, entrevistas a profesionales, exposiciones grupales y desarrollo de guías de trabajo.
- 4) Discusión y análisis de casos reales, exposición de profesionales o ejecutivos de empresas, ejercicios de simulación de casos reales.

## **F. EVALUACIÓN**

El curso contempla diferentes medios de evaluación, considerando diferentes instancias y elementos de evaluación y en todos los casos el alumno dispondrá de las respectivas pautas de evaluación. Se contemplan diferentes mecanismos de evaluación a lo largo del curso, con el objetivo de evaluar los aprendizajes en forma periódica.

También se contempla evaluar aspectos desarrollados por los alumnos a lo largo de la carrera como ortografía, redacción, etc.

Las notas parciales ponderarán un 70% de la nota final.

### **Examen final:**

*\* Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

Contempla unificar los conocimientos adquiridos con la realización de un plan de comunicación Organizacional.

El examen pondera 30% de la nota final

## **G. BIBLIOGRAFÍA**

### **Obligatoria**

Comunicación Interna En La Práctica. Siete Premisas Para La Comunicación.  
ISBN: 9789506417239 Número de páginas: 222 Autor: Tessi, Manuel; Editorial:  
Granica Año: 2012

### **Complementaria**

La Empresa Emergente La Confianza Y Los Desafíos De La Transformación.  
ISBN: 9506413010 Número de páginas: 160 Autor: Echeverria, Rafael; Editorial:  
Granica

Comunicación Interna en la Práctica, Manuel Tessi.

Comportamiento Organizacional. Robbins, S, Judge T, 2009. Ed. Pearson -  
Prentice Hall, 13° Edición.

Imagen positive, Villafañe, Justo. Cap. 3 y 6.

Comunicaciones de la organización, Rodriguez, Darío y Opazo, María Pilar.  
Ediciones UC, 2007.

*\* Este programa puede ser objeto de modificación al inicio del periodo académico\**

*\* This syllabus may be subject to change at the beginning of the semester\**

Reportes de Best place to work 2015 en web. Más artículos de prensa y revisión de actualidad noticiosa en el área.