

Formato Programa	Orientado por Competencias
---------------------	-------------------------------

PROGRAMA DE ASIGNATURA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

A. Antecedentes Generales

1. Unidad académica	Facultad de Comunicaciones					
2. Carrera	Periodismo					
3. Código del ramo	PEC418					
4. Ubicación en la malla	Cuarto Año / Primer Semestre					
5. Créditos	6					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	x	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	x	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	1	Clases Prácticas	1	Ayudantía	0
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía		0	
10. Pre-requisito	Medios de Comunicación					

B. Aporte al Perfil de Egreso

El curso busca introducir al alumno en el desarrollo de las competencias necesarias para asesorar interna o externamente 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 de 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 eso se vale de una serie de competencias y herramientas propias.

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.

Comunicación Organizacional pertenece al ciclo de Licenciatura y se ubica en la línea de comunicación organizacional. El curso contribuye a la formación de una competencia genérica de la Universidad del Desarrollo, Visión analítica; y al desarrollo de tres competencias específicas de la carrera de Periodismo: Búsqueda, selección e integración de información, Diseño y evaluación de estrategias de comunicación y Adaptación al entorno.

Como se trata del ciclo de Licenciatura, el trabajo académico se orienta al nivel medio de formación, lo que es coherente con el perfil de egreso, y se evidencia en los resultados de aprendizaje del curso.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje que desarrolla la Asignatura

COMPETENCIAS GENÉRICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE GENERALES
Visión analítica	-Planifica herramientas de gestión que estén al servicio de los objetivos de las organizaciones.
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
Búsqueda, selección e integración de información	-Aplica herramientas de comunicación y de marketing interno al interior de la organización.
Diseño y evaluación de estrategias de comunicación	-Combina herramientas de gestión de comunicación organizacional.
Adaptación al entorno	-Distingue los espacios de intervención de la comunicación al interior de las empresas.

D. Unidades de Contenido y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
1 Contexto de la comunicación organizacional 1.1 Principios de la empresa moderna: sostenibilidad y el cambio permanente 1.2 La comunicación orientada a los objetivos, misión y visión de la organización	Visión analítica Búsqueda, selección e integración de información	-Evalúa tendencias en gestión de la comunicación organizacional en empresas exitosas. -Analiza casos concretos para determinar problemas asociados a la identidad de las organizaciones. -Relaciona de manera precisa los conceptos de identidad e imagen en el contexto organizacional.

<p>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)</p> <p>2.2 Reconocer el rol fundamental de las personas en el sistema de comunicación interna: funciones formales e informales.</p> <p>a) Las personas como protagonistas de la construcción de identidad e imagen</p> <p>b) El desarrollo de competencias comunicacionales de los colaboradores (para construir identidad, frente a situaciones de crisis, etc.)</p> <p>2.3 Herramientas de comunicación interna:</p> <p>a) Medios impresos</p> <p>b) Comunicación directa</p> <p>c) Medios digitales</p> <p>d) Redes sociales</p> <p>2.4 Herramientas de marketing interno como apoyo a intervenciones generales y específicas</p>		
---	--	--

E. Estrategias de Enseñanza

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 diálogo y discusión de contenidos y experiencias, para lo cual el curso se estructurará en base a diversas metodologías:

- El profesor realizará clases expositivas en las que contextualizará la asignatura y los principales contenidos con visitas a terreno y empresas, además de la exposición expertos que ejercen la especialidad.
- Metodología activa: exposición de casos, revisión de material audiovisual, trabajos individuales y grupales que se realizarán dentro y fuera de la clase, controles de lectura, informes, ensayos, entrevistas a profesionales, exposiciones grupales y desarrollo de guías de trabajo.
- Discusión y análisis de casos reales.

F. Estrategias de Evaluación

El curso contempla diferentes medios de evaluación, considerando distintas instancias y elementos, como los siguientes:

- Certámenes
- Elaboración de ensayos que serán evaluados mediante rúbricas.
- Test y controles de lectura periódicos de temas asignados.
- Examen final.

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Obligatoria

- Robbins, S. & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Educación.
- Tessi, M. (2013). *Comunicación interna en la práctica. Siete premisas para la comunicación*. Buenos Aires: Granica.
- Villafañe, J. (2008). *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide.

Bibliografía Complementaria

- Echeverría, R. (2000). *La empresa emergente, la confianza y los desafíos de la transformación*. Buenos Aires: Granica.
- The Best Place to Work 2015. Reportes.