

Programa de Asignatura Comunicación Organizacional

A. Antecedentes Generales

1. Unidad académica	Facultad de Comunicaciones						
2. Carrera	Periodismo						
3. Código del ramo	PEC329						
4. Ubicación en la malla	Tercer / Segundo Semestre						
5. Créditos	8						
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	x	Electivo		Optativo		
7. Duración	Bimestral		Semestral	x	Anual		
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía		
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía		0		
10. Pre-requisito	No tiene						

B. Aporte al Perfil de Egreso

El curso busca desarrollar en el alumno las habilidades necesarias para asesorar interna o externamente a una organización, en la gestión de su identidad corporativa y la relación con sus colaboradores, a fin de generar un ambiente adecuado para la ejecución de una estrategia comunicacional interna acorde a sus objetivos institucionales. Es una asignatura complementaria a Comunicación Estratégica.

La comunicación organizacional busca alinear la cultura interna de una organización en coherencia con sus objetivos, misión y valores a fin de que ésta pueda lograr su propósito.

Comunicación Organizacional pertenece al ciclo de Licenciatura y se ubica en la línea de comunicación organizacional. El curso contribuye a la formación de dos competencias genéricas UDD Futuro de la Universidad del Desarrollo, Emprendimiento y Liderazgo y Visión analítica; y al desarrollo de dos competencias específicas de la carrera de Periodismo: Búsqueda, selección e integración de información y Diseño y evaluación de estrategias de comunicación.

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
Emprendimiento	- Planifica y dirige aspectos comunicacionales al servicio de un emprendimiento periodístico o de Comunicaciones propio o de terceros.
Visión analítica	- Explica conceptos referidos a la Comunicación Organizacional e Identidad Corporativa, mediante presentaciones orales. -Planifica herramientas de gestión que estén al servicio de los objetivos de las organizaciones, por medio de actividades prácticas
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	
Búsqueda, selección e integración de información	-Aplica herramientas de comunicación y de marketing interno al interior de la organización, utilizando información recopilada del ambiente.
Diseño y evaluación de estrategias de comunicación	-Combina herramientas de gestión de comunicación organizacional y estructura estrategias acordes a la organización.

D. Unidades de Contenido y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
UNIDAD 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 1.3 El propósito de la comunicación organizacional: la comunicación como factor constitutivo de identidad. Stakeholders 1.4 Factores de la identidad: clima y cultura. 1.5 Diagnóstico de clima y cultura: modelos de diagnóstico que	Visión analítica Búsqueda, selección e	<ul style="list-style-type: none"> - Distingue conceptos básicos del contexto de la comunicación organizacional. - Evalúa tendencias en gestión de la comunicación organizacional en empresas exitosas. - Relaciona de manera precisa los conceptos de identidad e imagen en el contexto organizacional. - Analiza un modelo de diagnóstico de clima y cultura, para generar diagnósticos e intervenciones, en pro de mejoras.

<p>Comunicación Interna y Crisis Comunicación Interna y RSE</p> <p>3.2 La estrategia de negocio y de reputación corporativa Gestión de la CI Resultados y métricas, KPI's</p>	<p>Emprendimiento</p>	<p>– Evalúa casos concretos para determinar problemas asociados a la identidad de las organizaciones.</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

- Análisis de lecturas por sesión: las que se entregarán previamente, fomentando el debate, con artículos referidos a la materia, de manera colaborativa
- Discusión y análisis de casos reales, principalmente se realizarán análisis de campañas reales de empresas, además de la exposición de expertos que ejercen la especialidad.
- Elaboración de ensayos, revisión de material audiovisual, trabajos individuales y grupales que se realizarán dentro y fuera de la clase, controles de lectura, informes, y exposiciones grupales.

F. Estrategias de Evaluación

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

- Participación en clases
- 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

- Tessi, M. (2016). *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.
- Coordinador: Benito Berceruelo (1ª edición: Julio 2014) Nueva Comunicación Interna en la Empresa, Equipo ESTUDIO DE COMUNICACIÓN
- Núria Vilanova, (2013) "Micropoderes: Comunicación interna para empresas con futuro" Inforpress© de la presente edición: Plataforma Editorial, 2013
- Cáceres Susana. (2016) Comunicación interna, Pilar de la Estrategia Comunicacional.
- Cáceres Susana. (2019) Generación Y a la chilena

- Soriano Asunción. (2014) Comunicación para transformar

Bibliografía Complementaria

- Echeverría, R. (2000). *La empresa emergente, la confianza y los desafíos de la transformación*. Buenos Aires: Granica.
- "Universidad Disney" Aguilar, Doug Lipp, Santillana Ediciones Generales, S.A. de C.V., 2014.
- Carlos Santana ASCENDO "Guía fundamental para optimizar su Clima Laboral"