



MENDOZA, 14 de noviembre de 2024.-

VISTO:

El Expediente Electrónico 36325/2024 en el que corre agregado el programa de la cátedra "Comunicación Institucional" de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social; y

CONSIDERANDO:

Que corre agregado en el expediente de referencia, el informe de control de programas de la Dirección General de Gestión Académica, destacando que es una asignatura cuatrimestral con sistema de evaluación por Acreditación y/o Promoción con Examen Final. (Art: 8, Ord. N° 108/10-CS.)

Que la Dirección de Carrera de Comunicación Social sugiere la aprobación del programa de referencia.

Que de acuerdo a lo establecido en la Ord. N° 10/2013-CD, Dirección General de Gestión Académica sugiere aprobar la presente propuesta para el Ciclo Lectivo 2024.

Por ello, en ejercicio de sus atribuciones,

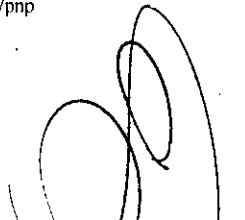
**LA VICEDECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
A CARGO DEL DECANATO
RESUELVE:**

ARTICULO 1º.- Aprobar para el Ciclo Lectivo 2024, el programa de la asignatura "Comunicación Institucional" de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, elevado por la Profesora Marcela RIOS, y que corre agregado como Anexo Único de la presente Resolución y consta de diez (10) fojas.

ARTICULO 2º.- Comuníquese e insértese en el libro de resoluciones.

RESOLUCIÓN N° 1128/2024-D

PCG/pnp


DR. JOSÉ LUIS JOFRE
Secretario General


LIC. PROF. MARIANA CASTIGLIA
Vicedecana



ANEXO ÚNICO – RES. N° 1128/2024-D



CARRERA: LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL			
Plan de estudios: 22/00 CS		Año Académico: 2024	
Programa de: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL			CUATRIMESTRAL <input checked="" type="checkbox"/>
			ANUAL <input type="checkbox"/>
AÑO EN QUE SE CURSA 4 to	CARGA HORARIA TOTAL 75 horas (5 créditos)	CARGA HORARIA SEMANAL 5 horas	APROBADO POR RES.N°:
Titular de Cátedra: Mgtr. Marcela Ríos JTP. Lic. Prof. Francisco Fernández			
Adjunto Mgtr. Fabián Coronel (profesor Adjunto efectivo, desafectado por 3er año consecutivo de sus funciones en la cátedra por decisión de la Secretaría Académica y de la Dirección de Carrera de Comunicación Social)			
CONDICIONES PARA CURSAR			
Asignaturas con cursado regular Marketing, Publicidad y Propaganda		Asignaturas aprobadas Metodología de la Investigación Social	
CONDICIONES PARA RENDIR			
Asignaturas con cursado regular		Asignaturas aprobadas Marketing, Publicidad y Propaganda Metodología de la Investigación Social	

1- FUNDAMENTACIÓN

En el contexto actual, la gestión de la comunicación ocupa un lugar central en diferentes organizaciones estatales, empresariales, sociales y comunitarias. Nuestro espacio brinda los pilares fundamentales como los desarrollos teórico-prácticos actuales de la Comunicación Institucional. Con estos insumos, pretendemos que los y las estudiantes incorporen habilidades para entender las complejidades y dar respuesta a las demandas organizacionales en un entorno en permanente cambio. Además de trabajar en la vinculación con organizaciones, este año se fomentará las competencias de internalización de los estudiantes a partir de la participación de la cátedra en el programa de Collaborative Online International Learning (COIL) junto a la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) México. Esta experiencia contempla el intercambio de estudiantes relacionados a la temática Comunicación Institucional junto con la materia Comunicación Organizacional Interna de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria. En nuestra propuesta se encuentra implícito el reconocimiento de la comunicación como un derecho humano y la aceptación y el respeto al otro, en tanto actor social, con sus prácticas discursivas, sus particularidades y sus trayectorias de vida.

2- OBJETIVOS GENERALES O PARTICULARES

Objetivo general:

Reconocer la importancia y alcance de la gestión estratégica de la comunicación institucional, identificar el rol del comunicador como diseñador de propuestas de intervención en la complejidad organizacional, y generar un proyecto de factible aplicación. Asimismo, ofrecer a los y las estudiantes una propuesta práctica con insumos teóricos y metodológicos.



Objetivos Específicos:

- Identificar las principales perspectivas teóricas que han permitido dar respuestas a los interrogantes acerca de la comunicación en organizaciones.
- Analizar los procesos comunicacionales que se presentan en las organizaciones a partir de un diagnóstico.
- Identificar el rol del comunicador y -participando de un juego de rol asumiendo el rol de consultores- elaborar un diagnóstico en campo desde una perspectiva estratégica, identificando y contemplando las complejidades existentes.

3. CONTENIDOS DEL PROGRAMA

La materia está dividida en 4 MÓDULOS, que se presentan como dinámicos y contruidos a partir de la integración entre la Teoría y la Práctica.

- MÓDULO 1 ¿Qué es la Com. Organizacional y cuál es el perfil del comunicador institucional?
- MÓDULO 2 ¿Dónde? Organizaciones Gubernamentales y Sociales (empresas y OSC).
- MÓDULO 3 ¿Cómo? Gestión estratégica de la comunicación.
- MÓDULO 4 ¿Cómo lo comunico? Técnicas de presentación efectiva adaptadas a las identidades

Contenido Teórico

Módulo 1 ¿Qué es la Comunicación Organizacional y cuál es el perfil del comunicador institucional?

- 1.1. Introducción teórico práctica a la Identidad Organizacional. Identidad Conceptual. Misión Visión Valores. Introducción a la Identidad Visual.
- 1.2. Aproximación a los diferentes escenarios sociales: el Sistema Productivo, el Estado, las Organizaciones Sociales.
- 1.3. La Comunicación Organizacional según la perspectiva Estratégica. Funciones de la Comunicación Organizacional, Comunicación institucional tradicional y comunicación institucional estratégica.
- 1.4. Rol del comunicador: desafíos para el quehacer profesional. Filtros, Barreras y Fuentes de distorsión.
- 1.5. Abordaje y tipos de diagnósticos organizacionales. Paradigmas. Aplicación del modelo de análisis de la cátedra.

Módulo 2 ¿Dónde? Organizaciones (gobierno, empresas y OSC)

- 2.1. Organización e institución. Distinción. Escenarios. Relaciones de poder en organizaciones: dinámica relacional entre lo instituido, lo instituyente y lo institucionalizado.
- 2.2. Paradigmas teóricos de base (se la administración a la comunicación). Evolución desde la Teoría clásica hasta la NTE. Del pensamiento simple al pensamiento complejo.
- 2.3. Identidad y Cultura. Transformaciones culturales en las organizaciones. Gestión del Cambio y prevención de Crisis organizacional.
- 2.4. Los Públicos de las Organizaciones. El efecto de convivencia generacional.

Módulo 3 ¿Cómo? Gestión estratégica de la comunicación

- 3.1. Comunicación Interna como punto de partida. Concepto, Herramientas, Flujos y Redes de Comunicación en las Organizaciones. Metodologías ágiles. Medios y Acciones de Comunicación Interna.
- 3.2. Comunicación Externa y su relación con el concepto de imagen. (1.0, 2.0 y 3.0) Concepto, Medios y Acciones de Comunicación. Interdisciplina. Medios. RRPP. Publicidad. Diseño. Marketing. Diferencia entre Imagen, Reputación y Posicionamiento.
- 3.3. Comunicación Integral. Indicadores de gestión aplicados a la comunicación estratégica

Módulo 4 ¿Cómo lo comunico? Técnicas de presentación efectiva adaptadas a las identidades

- 4.1. Introducción. Tipos, formatos y componentes. Contenidos. Apertura, dinámicas y metodologías
- 4.2. Dinámica de Reuniones. Modalidad y soporte. Materiales de presentación. Roles, agenda, pautas.



4. Bibliografía

Se abordará la bibliografía con una mediación que facilite la construcción de una caja de herramientas que permita el abordaje de la dimensión comunicativa en las organizaciones. Los documentos de base, estarán incluidos en una caja de herramientas para aquellos alumnos que deseen ampliar las temáticas.

Bibliografía Obligatoria por módulo

Módulo 1. – ¿Qué es la Comunicación Organizacional y cuál es el perfil del comunicador institucional?

1. Núñez Guerrero María y Rodríguez Monroy Carlos. (2013) Diferencias y relaciones entre los Intangibles: Identidad, Imagen y Reputación Organizacional. Universidad Politécnica de Madrid, España
2. Rodrich Portugal Rolando. Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. Revista de Comunicación 11, 2012 (212-234) <https://revistadecomunicacion.com/pdf/2012/Art212-234.pdf>
3. Pepe Ana Inés (2008) La construcción permanente. Comunicación organizacional. En Revista Dixit. Comunicación. Profesión. Conocimiento. Uruguay
4. Restrepo Mariluz. (1996) Comunicación para la dinámica organizacional. Signo y Pensamiento Nº 26. Universidad Javeriana.
5. Islas Octavio y Gutiérrez Fernando (2017) El estrategem. La exaptación del dircom en el imaginario de la Economía del Conocimiento. En Nueva Teoría Estratégica: Repensando la estrategia desde la comunicación.
6. Manucci Marcelo (2007) Prepararse para lo desconocido: cómo desplegar el futuro cambiando el presente. Signo y Pensamiento 51 - volumen XXVI - julio - diciembre
7. Massoni, Sandra (2016) Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires. - 1a ed. - Ediciones CIESPAL
8. LISTA DE CHEQUEO DIAGNÓSTICO COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2024. Prof. Marcela Ríos
9. Cristina Baccin. (2001) Diagnóstico de comunicación: desafíos del "venir entre" Signo y Pensamiento, vol. XX, núm. 38, Pontificia Universidad Javeriana. Colombia
10. Presentación Módulo Aula Moodle

Módulo 2 ¿Dónde? Organizaciones Gubernamentales y Sociales (empresas y OSC).

Teorías:

1. Félix Mateus, A. (2014): La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Núm. Especial Febrero. Págs. 195-210.
2. Muñoz Vásquez, Katia (2006) Estudios y aplicaciones integradas de comunicación para el desarrollo organizacional Global Media Journal, vol. 3, núm. 5, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey México
3. Perez Rafael Alberto. (2012) El estado del arte en la Comunicación Estratégica. en Revista Mediaciones Sociales, Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Nº 10. Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid.
4. Saladrigas Medina, Hilda (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de Comunicación Social, 60. La Laguna (Tenerife).
5. Presentación Módulo Aula Moodle

Tipos de Organizaciones:

Empresas

6. Farres Cavagnaro, Juan. (2013). Administración sistémica y estratégica. 1a ed. Córdoba: Libryco, Cap. Las Organizaciones Económicas.



7. Banco Central de la República Argentina (2016) DETERMINACIÓN DE LA CONDICIÓN DE MICRO, PEQUEÑA O MEDIANA EMPRESA
8. Banco interamericano de desarrollo (2014) El fenómeno de las Empresas B En América Latina redefiniendo el éxito Empresarial.
OSC
9. Di Paolo Brenda I. ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL: PERSPECTIVAS ALTERNATIVAS PARA EL ESTUDIO Y LA PRÁCTICA COMUNICACIONAL Universidad Nacional de Cuyo (Argentina)
Org Gubernamentales
10. INAP INSTITUTO NACIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. (1997) ORGANIZACIONES PÚBLICAS TOMO 1 GUÍA TEMÁTICA BÁSICA. DIRECCIÓN DE ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN. BUENOS AIRES
11. Presentación Módulo Aula Moodle

Módulo 3 ¿Cómo? Gestión estratégica de la comunicación.

1. Astudillo Sagredo, Pamela Alejandra. (2017) La comunicación es la estrategia. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora Año XII, Número 24, , 127-143
2. Branda María Jorgelina, Cuenya Ana (2014). COMUNICACIÓN VISUAL. REFLEXIÓN Y PRÁCTICA DE LA ENSEÑANZA. 1a ed. - La Plata, Bs As. Cap 3. EL CONCEPTO DE IDENTIDAD Y SUS COMPLEJIDADES
3. Capriotti Paul (2007) El concepto de relación como fundamento de la naturaleza de los públicos en Relaciones Públicas Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación 'SPHERA PÚBLICA' Número 7. Murcia
4. Miguez Gonzalez. (2006) Teoría Situacional de los Públicos. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD Vol. XIX • Núm. 2. España
5. Fundació factor humà. (2015) El choque generacional en las organizaciones: problemas y oportunidades
6. Manucci, Marcelo (2005) De la persuasión a la gestión de símbolos. En Comunicación Organizacional. Abordajes y perspectivas de análisis. Editorial "Quipus"; CIESPAL Facultad de Administración Universidad del Rosario Colombia
7. Elizalde Luciano y Riorda Mario. (2013) Comunicación gubernamental 360. La Crujía Ediciones. Edición Buenos Aires
8. Comunicación Integral. Una revolución en el pensamiento empresarial en REVISTA IMAGEN Y COMUNICACIÓN NOVIEMBRE 2011
9. Presentación Módulo Aula Moodle

Módulo 4 ¿Cómo lo presento? Técnicas de presentación efectiva Bibliografía Obligatoria

1. Arroyo García, David (2017) 10 claves en 5 minutos para diseñar mejores presentaciones
2. Donovan Jeremy (2016) MÉTODO TED PARA HABLAR EN PÚBLICO Los secretos de las conferencias que triunfan en todo el mundo. Ed Ariel. Barcelona
3. Consejos para desarrollar presentaciones efectivas. "Celebrando 10 años de colaboración: Mirando hacia el futuro juntos" USAID Iniciativa Amazónica contra la Malaria y RAVREDA OPS
4. Presentación Módulo Aula Moodle

5. ESTRATEGIAS o MODALIDADES DE TRABAJO PREVISTAS PARA EL DESARROLLO DEL ESPACIO CURRICULAR

La materia está constituida por dos dimensiones que interactúan a lo largo de todo el recorrido:

- Una teórico-operativa que presenta la **comunicación en las organizaciones** desde una perspectiva compleja, multidimensional e integradora, que **reconoce el rol del comunicador** para vincular lo estratégico con lo **político, lo cultural y lo social**.
- Otra de aplicación vivencial en la cual el/la estudiante se aproxima al rol del comunicador (conformándose en consultoras) desde la **perspectiva estratégica** en las organizaciones (**público, privado -osc, empresas-**).



5 HORAS SEMANALES (Del 12 agosto al 13 de noviembre 2024)
Días de cursado Lunes (16:50 a 19:15) y Miércoles (17:40 a 19:15)

Modalidad Presencial.

Dado el carácter teórico práctico, **la materia es de cursado obligatorio** con seguimiento de asistencia en planillas, debiendo cumplimentar el 75% de asistencia a clases y a los Trabajos Prácticos.

1. Disponibilidad de Consultas (2 tipos):

- Consulta sobre teoría (contenido material bibliográfico compartido en el aula virtual) Este espacio lo cubrirá cada docente encargado de dictar los contenidos teóricos
- Tutorías a Consultoras (Se ofrecerán consultas colectivas a equipos de trabajo, según los tipos de organizaciones donde estén realizando el diagnóstico)

2. 1 (un) Examen parcial teórico práctico. Modalidad: escrito Individual. Se contempla una instancia recuperatoria.

Modalidad Asincrónico

- Lectura Material Teórico y visionado de clases disponibles en Aula Moodle
- Encuentros con sus socios del Programa COIL
- Entregas y correcciones de las aproximaciones al Proyecto Final.

Dado que la materia debe cursarse y rendirse de manera grupal, los equipos que no se hayan consolidado no podrán continuar con el cursado regular de la materia y deberán recursarla o rendirla en carácter de estudiante libre

En la instancia de constitución de consultoras se evaluará la capacidad de trabajo colaborativo, la integración a grupos heterogéneos, el manejo de crisis y la responsabilidad individual y colectiva.

Como práctica integrada y circular, los estudiantes trabajarán a lo largo del cursado en la realización de un Diagnóstico de Comunicación en una Organización concreta, que deberá presentarse en el examen final de manera efectiva. Los equipos de trabajo como consultoras, deberán contar con la aprobación de su diagnóstico para estar en condiciones de rendir de manera regular.

Cada Módulo responde a una pregunta, que interpela a la práctica permanente. Al finalizar el cursado y a partir de vivenciar los conceptos, la idea es que el/la estudiante se formule nuevas preguntas que motiven la continua indagación, sobre una base que pretendemos sea sólida. En cada módulo, se abordará la práctica correspondiente.

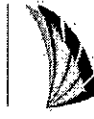
La modalidad de trabajo se resume:

- Constitución de Consultoras
- Diagnóstico Organizacional
- Participación Programa COIL 2024

Desde el momento del inicio de clases los y las estudiantes contarán con 15 (quince) días de plazo para conformarse en equipos de trabajo, elegir una organización en la que realizarán el diagnóstico, y cargar sus datos en la planilla que estará disponible en la introducción del aula virtual Moodle –como primer recurso a acceder- para solicitar el seguro correspondiente. Cada consultora deberá definir un representante que será el nexo del grupo, quien además de presentarse, deberá informar de manera fehaciente que sus datos han sido completados. El rol del representante será de gran importancia en tanto será el vocero del grupo en las reuniones virtuales que mantengan con sus contrapartes de México.

Toda información deberá ser transmitida a la cátedra en los plazos establecidos a través del correo ci.uncuyo@gmail.com con el asunto: Nombre del trabajo y Nombre de la consultora

5



Para las instancias de Constitución de Consultora y acompañamiento en Diagnóstico, los estudiantes tendrán disponibles horarios de Consultas que podrán optar para en el acompañamiento de sus procesos y arribar de manera más segura a su presentación del Trabajo Final en la mesa de examen.

Las Consultoras deberán contemplar para su conformación de 4 estudiantes que se encuentren en idénticas condiciones para el cursado regular de la materia
Tutoría Académica y de Proyecto

En el marco de las Consultas ofrecidas a las Consultoras, las mismas contarán con la opción de acceder a un espacio de encuentro con los docentes. Allí el/la docente realizará la observación del desempeño académico grupal y el acompañamiento en el desarrollo progresivo de su proyecto.

Consultas Trabajos Prácticos por Módulo Mediará en la consulta el JTP Prof. Francisco Fernández.

Cada consultora, durante el cursado irá volcando sus producciones y construyendo su Carpeta Institucional (que deberá respetar en su formato cada identidad conceptual y visual definida). Este instrumento base será enriquecido a medida que avance el cursado y el desarrollo del Diagnóstico. Considerando que la materia incluye, desde los primeros prácticos hasta finalizar el examen final, la propuesta de posicionamiento y juego de rol profesional; todos los trabajos que se presenten (prácticos, exámenes teóricos, materiales institucionales) deberán dar cuenta de estándares que se adapten a esa posición. Se devolverán aquellos trabajos que incumplan con esta condición.

Las consultas opcionales, se realizan con sistema de turnos programados, tanto para profundizar el abordaje de los marcos teóricos, como para poner en conversación a las realidades organizacionales –consultoras y organizaciones identificadas para elaborar el Diagnóstico-. Estos espacios se generarán de manera presencial, en los horarios de consulta previstos y comunicados formalmente por el equipo docente.

Aula Moodle:

La materia cuenta con un aula virtual que, además de ser el espacio donde se van publicando las clases y la bibliografía, cuenta con un espacio de comunicación administrativa (planillas de seguimiento, datos estudiantes, datos seguros, y toda aquella información que los estudiantes precisen conocer en virtud del cursado).

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se contemplará:

- Operacionalización apropiada de las categorías teóricas en el Proyecto Comunicacional
- Rigor y pertinencia en las explicaciones conceptuales
- Calidad y creatividad en la producción de materiales de respaldo
- Presentación de piezas y de exámenes
- Coherencia discursiva, y cohesión textual
- Adecuación del registro y lenguaje técnico
- Capacidad de participar en proyectos de internacionalización

7. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

- Planillas de Asistencia (75%)
- Trabajos Prácticos
- Examen parcial (1) y su instancia recuperatoria
- Planillas de seguimiento y avance de procesos
- Presentación de Materiales Institucionales de Proceso: Trabajos prácticos, evaluaciones y estados de avance.
- Proyecto Integrador Final: Pre diagnóstico, diagnóstico.
- Participación en el Programa de intercambio, organización del grupo, generación de informes en función de los trabajos colaborativos y co construidos para el conocimiento de realidades culturales.
- Materiales Institucionales para presentar en el Final: Carpeta Institucional, Dossier y Video Institucional (que debe ser aprobado para poder defenderlos en el examen final)
- Presentación efectiva del trabajo en mesa de examen (proceso final)



8. SISTEMA DE EVALUACIÓN/CONDICIONES DE EVALUACIÓN

- La materia se RINDE bajo el régimen examen final Presencial con EVALUACIÓN INTEGRADORA. En esta instancia se evalúa la presentación efectiva del Proyecto de cada consultora, haciendo foco en la originalidad y creatividad con que decida presentarlo y en la ampliación de conocimientos dada por la aplicación y uso de herramientas mediáticas institucionales. El contenido del Proyecto se trabaja durante todo el cursado -en las modalidades de tutoría y revisión de Producciones-.

Condición ALUMNOS

Condición REGULAR

Para acceder a la condición de alumno regular se deberán cumplimentar los siguientes requisitos:

- Cumplir condición de asistencia
- Aprobar el 75% de los trabajos prácticos
- Aprobar el examen parcial o su correspondiente recuperatorio.
 - Sólo accederán a este recuperatorio final quienes se hayan presentado y desaprobado la instancia evaluatoria anterior.
- Tener aprobado el Proyecto integrador de la Consultora.

(Si alguna de estas instancias no ha sido aprobada, los y las estudiantes no podrán regularizar la materia, quedando en condición de libres).

Para acceder a la regularidad al finalizar el cursado, el Trabajo Práctico del Caso deberá contar con la aprobación de los siguientes ítems id. Conceptual y Visual Consultora-completo, Video Consultora completo, Pre diagnóstico organización, Diagnóstico organización Presentación de materiales institucionales: Carpeta institucional, Flyer, Dossier y Video Institucional)

Al momento de rendir deberán presentar los trabajos aprobados asumiendo el juego de rol como consultoras frente a potenciales clientes.

Aquellos grupos con integrantes que hayan adquirido la condición de regulares y que cuenten con el aval de los docentes a sus trabajos, se les asignará por sorteo un tipo de público (potencial cliente) para quien deberán adaptar la estructura de presentación de sus trabajos dando cuenta de adaptación, flexibilidad y capacidad de generar mediaciones acordes de sus presentaciones a públicos con diferentes características etáreas-el aviso se comunicara de manera fehaciente con 10 días de anticipación a la mesa-. En caso de que los tiempos antedichos se vean afectados por causa de fuerza mayor, los grupos podrán optar por algún público para destinar sus presentaciones.

En el caso de estudiantes que -cursando la materia- queden en condición de libres, deberán disociarse de sus grupos originales y rendirán su examen final en esta categoría.

ALUMNOS LIBRES:

Los y las estudiantes que decidan no cursar la materia e inscribirse como libres, deberán hacerlo con este carácter en las fechas estipuladas para las inscripciones del cuatrimestre.

Asimismo, entran en esta categoría, aquellos que se hayan inscripto y cursado la materia pero que no hayan cumplido con los requisitos solicitados para obtener la regularidad.

Rendirán en las mesas, un examen final en 2 Instancias (una teórica y una práctica -que incluye su presentación-)

Teórico: Examen a programa abierto, acreditando el conocimiento de las temáticas abordadas en el Programa e identificando las posturas de los diferentes autores, además del establecimiento de relaciones entramadas en las unidades temáticas.

Práctico: Resolución de un caso que dé cuenta de análisis y relaciones -en tanto internalización de contenidos teóricos aplicados-. Se entrega el caso, el estudiante tendrá un periodo de 30 minutos para la lectura, análisis y escritura base para la defensa oral. Luego presenta la defensa ante los profesores.

7



EXAMEN FINAL PARA REGULARES:

Se presentarán los grupos constituidos como consultoras, siguiendo el instructivo, expresamente formulado para tal fin, exponiendo en una primera instancia su identidad (visual y conceptual), luego harán la presentación del diagnóstico. Deben tener aprobados la producción de sus materiales institucionales (carpeta, dossier, flyer, video). Los estudiantes en condición de regularidad deberán rendir Prediagnóstico y Diagnóstico de las organizaciones con las que hayan trabajado, bajo la modalidad de presentaciones efectivas.

9. CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES DE LA CÁTEDRA

Semana	Fecha	Modalidad	Docente	Tema/Actividad/Evaluación
Semana 1	12/08	Presentación Materia y equipo de cátedra	Prof. Marcela Rios	Presentación formal y administrativa de la Materia Desarrollo Módulo 1. ¿Qué es la Comunicación Organizacional y cuál es el perfil del comunicador institucional?
	14/08	Teórico Práctico	Prof. Marcela Rios Prof. Francisco Fernández	Desarrollo Módulo 1. 1.1. Introducción teórico práctica a la Identidad Organizacional. Identidad Conceptual. Misión Visión Valores. Introducción a la Identidad Visual.
Semana 2	19/08	Teórico	Prof. Marcela Rios	Continuación dictado punto 1.1. 1.2. Aproximación a los diferentes escenarios sociales: el Sistema Productivo, el Estado, las Organizaciones Sociales.
	21/08	Teórico Práctico	Prof. Marcela Rios Prof. Francisco Fernández	1.3. Rol del comunicador: desafíos para el quehacer profesional. Filtros, Barreras y Fuentes de distorsión.
Semana 3	26/08	Presentación	Prof. Marcela Rios	1.4. La Comunicación Organizacional según la perspectiva Estratégica. Funciones de la Comunicación Organizacional, Comunicación Institucional tradicional y comunicación institucional estratégica.
	28/08	Teórico y Presentación experiencias	Prof. Marcela Rios	1.5. Abordaje y tipos de diagnósticos organizacionales. Paradigmas. Aplicación del modelo de análisis de la cátedra.
Semana 4	02/09	Presentación	Prof. Marcela Rios	Módulo 2 ¿Dónde? Organizaciones (gobierno, empresas y OSC) 2.1. Organización e Institución. Distinción. Escenarios. Relaciones de poder en organizaciones: dinámica relacional entre lo instituido, lo instituyente y lo institucionalizado.
	04/09	Teórico y Presentación experiencias	Prof. Marcela Rios	Continuación 2.1.
Semana 5	09/09	Presentación	Prof. Marcela Rios	2.2. Paradigmas teóricos de base (de la administración a la comunicación). Evolución desde la Teoría clásica hasta la NTE. Del pensamiento simple al pensamiento complejo.
	11/09	COIL (Presentación, conformación de equipos y entrega de consignas de trabajo)		

B

MIC



Semana 6	16/09	Teórico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	2.3. Identidad y Cultura. Transformaciones culturales en las organizaciones.
	18/09	Teórico Práctico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	Continuación 2.3. Gestión del Cambio y prevención de Crisis organizacional.
Semana 7	23/09	Teórico	Prof. Marcela Ríos	2.4. Los Públicos de las Organizaciones. El efecto de convivencia generacional.
	25/09	Teórico Práctico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	Continuación 2.4:
Semana 8	30/09	Teórico	Prof. Marcela Ríos	Módulo 3 ¿Cómo? Gestión estratégica de la comunicación 3.1. Comunicación Interna como punto de partida. Concepto, Herramientas, Flujos y Redes de Comunicación en las Organizaciones.
	02/10	Teórico Práctico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	Cont. 3.1. Metodologías ágiles. Medios y Acciones de Comunicación Interna.
Semana 9	07/10	Teórico	Prof. Marcela Ríos	3.2. Comunicación Externa y su relación con el concepto de imagen. (1.0, 2.0 y 3.0) Concepto, Medios y Acciones de Comunicación.
	09/10	Diálogos COIL. Gestión de la Comunicación interna en empresas (Coordina Prof. Judith Terán) Universidad Autónoma de Tamaulipas - México		
Semana 10	14/10	Teórico	Prof. Marcela Ríos	3.2. Interdisciplina. Medios. RRPP. Publicidad. Diseño. Marketing. Diferencia entre Imagen, Reputación y Posicionamiento.
	16/10	Teórico Práctico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	Trabajo de síntesis teórica grupal
Semana 11	21/10	EVALUACIÓN	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	PARCIAL
	23/10	Teórico Práctico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	3.3. Comunicación Integral. Indicadores de gestión aplicados a la comunicación estratégica



Semana 12	28/10	Teórico Práctico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	Clinica consultoras- Puesta en Común Estrategias y Reconocimiento de Avance
	30/10	COIL (Crisis en las organizaciones) Coordina: Prof. Marcela Ríos (UNCUYO)		
Semana 13	04/11	EXAMEN RECUPERATORIO PARCIAL	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	Examen de recuperación para quienes no hayan aprobado la instancia evaluativa parcial
	06/11	COIL		Presentación informes
Semana 14	11/11	Teórico	Prof. Marcela Ríos	Desarrollo Módulo 4. <u>¿Cómo lo comunico? Técnicas de presentación efectiva adaptadas a las identidades</u> 4.1. Introducción. Tipos, formatos y componentes. Contenidos. Apertura, dinámicas y metodologías.
	13/11	Teórico Práctico	Prof. Marcela Ríos Prof. Francisco Fernández	4.2. Dinámica de Reuniones. Modalidad y soporte. Materiales de presentación. Roles, agenda, pautas. CIERRE. Recomendaciones finales para examen. Puesta y reconocimiento estado de situación individual y grupal de los y las estudiantes

VIGENCIA DE PROGRAMA		
AÑO	PROFESOR/A RESPONSABLE	FIRMA
2024	Lic. Marcela Ríos	
VISADO POR		
DIRECTOR/A DE CARRERA O DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN GENERAL DE GESTIÓN ACADÉMICA	