

FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

HORAS DE CLASE				PROFESORES RESPONSABLES	
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Lic. Arturo Damiano SHEPHERD Lic. Marcelo César TEDESCO	
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.		
2	32	2	32	Docente Colaborador Lic. María Luján KAMMERER	
ASIGNATURAS CORRELATIVAS PRECEDENTES					
APROBADAS				CURSADAS	

DESCRIPCIÓN:

- Abordar teóricamente los diferentes tipos de organizaciones e instituciones con sus particularidades y similitudes.
- Adquirir criterios que permitan discernir entre diferentes alternativas de planificación comunicacional y elegir las que sean más apropiadas para cada caso.
- Generar estrategias y líneas de acción a partir del diseño de escenarios y del diagnóstico comunicacional de una realidad determinada.
- Desarrollar habilidades prácticas en el campo de la planificación de procesos comunicacionales que permitan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos.
- Experimentar procesos de inserción en organizaciones de la comunidad para realizar procesos de gestión de la comunicación en ámbitos reales de intervención.

PROGRAMA SINTÉTICO:

UNIDAD TEMÁTICA I: Introducción a la comunicación institucional: cultura organizacional, identidad e imagen corporativa.

UNIDAD TEMÁTICA II: Misión, visión y valores de una organización.

UNIDAD TEMÁTICA III: El diagnóstico. Instrumentos y metodologías. La estructura de la organización y la gestión de la comunicación interna.

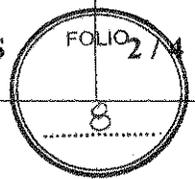
UNIDAD TEMÁTICA IV: Opciones metodológicas para la planificación de procesos comunicacionales. Comunicación en contextos de crisis y comunicación externa.

Handwritten signature

Handwritten signature

Vigencia años:	2014					
----------------	------	--	--	--	--	--

FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa



PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

PROGRAMA ANALÍTICO:**UNIDAD TEMÁTICA I: Introducción a la comunicación institucional: cultura organizacional, identidad e imagen corporativa.**

Introducción al análisis de la comunicación institucional. Elementos del proceso de comunicación. Instituciones y organizaciones. Teorías y modelos. Funciones de la cultura organizacional. Cambio cultural. Nuevo paradigma: Comunicación en 360°. Diálogos internos/externos de las empresas con sus audiencias. Identidad e imagen. Características y diferencias. Funciones. Posicionamiento. Estrategias.

UNIDAD TEMÁTICA II: Misión, visión y valores de una organización.

Los intercambios comunicativos entre la organización y la sociedad. Definición y análisis de conceptos claves como misión, visión y valores como carta de presentación institucional. Ejemplos concretos. Construcción de la marca. Las relaciones de poder en las instituciones y organizaciones. Participación, actores y niveles de decisión. Comunicación integral y transversal.

UNIDAD TEMÁTICA III: El diagnóstico. Instrumentos y metodologías. La estructura de la organización y la gestión de la comunicación interna.

El diagnóstico como primer acercamiento a la institución e indicador de la realidad comunicacional. Análisis FODA. Organigramas. Objetivos de la comunicación interna. Niveles. Puntos cardinales. Recursos y canales. Herramientas y aplicaciones en la web 2.0. Endomarketing.

UNIDAD TEMÁTICA IV: Opciones metodológicas para la planificación de procesos comunicacionales. Comunicación en contextos de crisis y comunicación externa.

La planificación como proceso de transformación del escenario comunicacional de la organización y de aplicación de líneas de acción. Comunicación en contextos de crisis. Tipologías de crisis. Anticipación. Plan de comunicación. Conducción post-crisis. Comunicación externa. Públicos y mercados. Segmentación. Relaciones institucionales y con la comunidad. Relaciones con el Periodismo. Empresas y redes sociales. Comunicación digital. El rol del community manager.

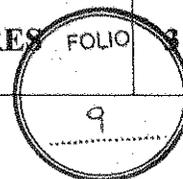
Vigencia años:

2014

✓^e

Rec
Rec

FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa



PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

BIBLIOGRAFÍA:

AMADO SUÁREZ, ADRIANA y CASTRO ZUÑEDA, CARLOS. *Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada.* Temas Grupo Editorial, 1999.

BLANC, MAXIMILIANO. *Radiografía de la Comunicación Interna en la Argentina.* BW Comunicación Interna. Buenos Aires, 2013.

ERRINI, ALBERTO. *“La empresa transparente”.* Editorial Atlántida. Buenos Aires, 1997.

BUSTÍNDUY CRUZ, IÑAKI. *La comunicación interna en las organizaciones 2.0.* Editorial UOC, 2010.

COSTA, JOAN. *Imagen corporativa en el siglo XXI.* La Crujía Ediciones. Buenos Aires 2001 (2ª edición 2003).

COSTA, JOAN. *La comunicación en acción.* Barcelona, Paidós, 1999.

LOSADA DÍAZ, JOSÉ CARLOS. *Comunicación en la gestión de crisis.* Editorial UOC, 2010.

SOTELO ENRIQUEZ, CARLOS. *Introducción a la comunicación institucional.* Ariel, 2001.

VÉLIZ MONTERO, FERNANDO. *Comunicar: construyendo diálogos estratégicos en 360º para organizaciones del nuevo siglo.* Gedisa, 2011.

VILLAFANE, JUSTO. *La gestión profesional de la imagen corporativa.* Pirámide, 2008.

WEIL, PASCALE. *La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión.* Barcelona, Paidós, 1992.

[Handwritten signature]

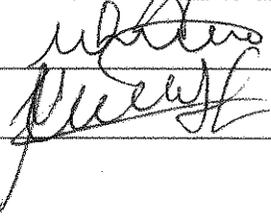
recn
[Handwritten signature]

Vigencia años:	2014	<i>[Handwritten signature]</i>	<i>[Handwritten signature]</i>	✓		
----------------	------	--------------------------------	--------------------------------	---	--	--

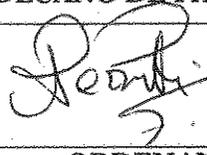
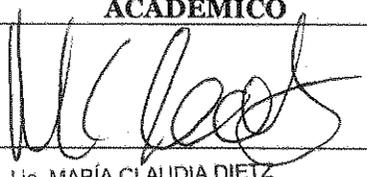
FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

PROFESORES RESPONSABLES	FIRMAS
Shepherd DAMIANO	
Kammerer María Luján	
TEDESCO, MARCELO	

VISADO

DECANO DE FACULTAD	SECRETARIO ACADÉMICO/ DIRECTOR ACADÉMICO
 Dra. ADRIANA PEZZUTTI DECANA FACULTAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE	 Lic. MARÍA CLAUDIA DIETZ DIRECTORA COORD. EDUCATIVA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE
FECHA: 06/12/13 ORDENANZA: ORD COMPN 836/13	FECHA:





REC



Vigencia años:	2014				
----------------	------	--	--	--	--

FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

HORAS DE CLASE				PROFESORES RESPONSABLES	
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Lic. Arturo Damiano SHEPHERD Lic. Marcelo César TEDESCO	
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	Docente Colaborador Lic. María Luján KAMMERER	
2	32	2	32		
ASIGNATURAS CORRELATIVAS PRECEDENTES					
APROBADAS			CURSADAS		

DESCRIPCIÓN:

- Abordar teóricamente los diferentes tipos de organizaciones e instituciones con sus particularidades y similitudes.
- Adquirir criterios que permitan discernir entre diferentes alternativas de planificación comunicacional y elegir las que sean más apropiadas para cada caso.
- Generar estrategias y líneas de acción a partir del diseño de escenarios y del diagnóstico comunicacional de una realidad determinada.
- Desarrollar habilidades prácticas en el campo de la planificación de procesos comunicacionales que permitan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos.
- Experimentar procesos de inserción en organizaciones de la comunidad para realizar procesos de gestión de la comunicación en ámbitos reales de intervención.

PROGRAMA SINTÉTICO:

UNIDAD TEMÁTICA I: Introducción a la comunicación institucional: cultura organizacional, identidad e imagen corporativa.

UNIDAD TEMÁTICA II: Misión, visión y valores de una organización.

UNIDAD TEMÁTICA III: El diagnóstico. Instrumentos y metodologías. La estructura de la organización y la gestión de la comunicación interna.

UNIDAD TEMÁTICA IV: Opciones metodológicas para la planificación de procesos comunicacionales
Comunicación en contextos de crisis y comunicación externa.

Handwritten signature

Handwritten signature

Vigencia años:	2014	<i>Handwritten mark</i>				
----------------	------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

PROGRAMA ANALÍTICO:

UNIDAD TEMÁTICA I: Introducción a la comunicación institucional: cultura organizacional, identidad e imagen corporativa.

Introducción al análisis de la comunicación institucional. Elementos del proceso de comunicación. Instituciones y organizaciones. Teorías y modelos. Funciones de la cultura organizacional. Cambio cultural. Nuevo paradigma: Comunicación en 360°. Diálogos internos/externos de las empresas con sus audiencias. Identidad e imagen. Características y diferencias. Funciones. Posicionamiento. Estrategias.

UNIDAD TEMÁTICA II: Misión, visión y valores de una organización.

Los intercambios comunicativos entre la organización y la sociedad. Definición y análisis de conceptos claves como misión, visión y valores como carta de presentación institucional. Ejemplos concretos. Construcción de la marca. Las relaciones de poder en las instituciones y organizaciones. Participación, actores y niveles de decisión. Comunicación integral y transversal.

UNIDAD TEMÁTICA III: El diagnóstico. Instrumentos y metodologías. La estructura de la organización y la gestión de la comunicación interna.

El diagnóstico como primer acercamiento a la institución e indicador de la realidad comunicacional. Análisis FODA. Organigramas. Objetivos de la comunicación interna. Niveles. Puntos cardinales. Recursos y canales. Herramientas y aplicaciones en la web 2.0. Endomarketing.

UNIDAD TEMÁTICA IV: Opciones metodológicas para la planificación de procesos comunicacionales. Comunicación en contextos de crisis y comunicación externa.

La planificación como proceso de transformación del escenario comunicacional de la organización y de aplicación de líneas de acción. Comunicación en contextos de crisis. Tipologías de crisis. Anticipación. Plan de comunicación. Conducción post-crisis. Comunicación externa. Públicos y mercados. Segmentación. Relaciones institucionales y con la comunidad. Relaciones con el Periodismo. Empresas y redes sociales. Comunicación digital. El rol del community manager.

Handwritten notes:
1000
Pued

Handwritten notes:
11

Vigencia años:	2014	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	✓		
----------------	------	--------------------	--------------------	---	--	--

FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

9

PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

BIBLIOGRAFÍA:

AMADO SUÁREZ, ADRIANA y CASTRO ZUÑEDA, CARLOS. *Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada*. Temas Grupo Editorial, 1999.

BLANC, MAXIMILIANO. *Radiografía de la Comunicación Interna en la Argentina*. BW Comunicación Interna. Buenos Aires, 2013.

ERRINI, ALBERTO. *“La empresa transparente”*. Editorial Atlántida. Buenos Aires, 1997.

BUSTÍNDUY CRUZ, IÑAKI. *La comunicación interna en las organizaciones 2.0*. Editorial UOC, 2010.

COSTA, JOAN. *Imagen corporativa en el siglo XXI*. La Crujía Ediciones. Buenos Aires 2001 (2ª edición 2003).

COSTA, JOAN. *La comunicación en acción*. Barcelona, Paidós, 1999.

LOSADA DÍAZ, JOSÉ CARLOS. *Comunicación en la gestión de crisis*. Editorial UOC, 2010.

SOTELO ENRIQUEZ, CARLOS. *Introducción a la comunicación institucional*. Ariel, 2001.

VÉLIZ MONTERO, FERNANDO. *Comunicar: construyendo diálogos estratégicos en 360º para organizaciones de nuevo siglo*. Gedisa, 2011.

VILLAFANE, JUSTO. *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Pirámide, 2008.

WEIL, PASCALE. *La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión*. Barcelona, Paidós, 1992.

Vigencia años:

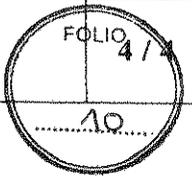
2014

[Handwritten signatures and initials]

[Handwritten mark]

recn
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



FACULTAD: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

PROGRAMA DE: Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional

CÓDIGO: 148

PROFESORES RESPONSABLES	FIRMAS
Shepherd DAMIANO	
Kammerer María Lugán	
TEDESCO, MARCELO	

VISADO

DECANO DE FACULTAD	SECRETARIO ACADÉMICO/ DIRECTOR ACADÉMICO
 Dra. ADRIANA PEZZUTTI DECANA FACULTAD DE LA MICRO, PEQUEÑA y MEDIANA EMPRESA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE	 Lic. MARÍA CLAUDIA DIETZ DIRECTORA COORD. EDUCATIVA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE
FECHA: 06/12/13 ORDENANZA: ORD CD MPM 026/13	FECHA:

REC

Vigencia años:	2014				
----------------	------	--	--	--	--



VISTO el Asunto N° 1015/13 por el que la Vicedecana de la Facultad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa eleva la propuesta de los Docentes responsables respecto al Programa de la materia "Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional" (cód. 148), y;

CONSIDERANDO

Que los Docentes responsables del Programa de la materia mencionada en el Visto han elevado su propuesta conforme a lo exigido por la normativa pertinente para el caso;

Que no existen objeciones que realizar sobre los contenidos del Programa propuesto;

Que el presente Asunto ha sido tratado y aprobado en la sesión del día 06 de diciembre del 2013;

Que por las atribuciones conferidas por el artículo 58° del Estatuto de la UPSO le corresponde a este Consejo Directivo dictar el correspondiente Acto Administrativo;

Por ello;

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA**

ORDENA

ARTICULO 1°: Aprobar el Programa de la asignatura "Planificación y Gestión de la Comunicación Institucional" (cód. 148); que se agrega y forma parte de la presente.

ARTICULO 2°: Registrar. Pasar copia de la presente a la Secretaría Académica a sus efectos.

Cumplido, archivar.

Lic. DANIELA MURELLO
VICEDECANA
FACULTAD DE LA MICRO
PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

Aprobada por el C. D. de
Facultad de la Micro,
Pequeña y Mediana Empresa
en la sesión del 06/12/13

Lic. *[Signature]*
SECRETARIA DE LOS
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

Registrada como 020
CD MPM N° 836/13

[Signature]