

**UNIVERSIDAD DE PLAYA ANCHA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Vicerrectoría Académica  
Dirección de Estudios e Innovación Curricular

PROGRAMA FORMATIVO  
CARRERA DE PERIODISMO

MÓDULO: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
MAYO 2018

**CONFORME A ARCHIVO ORIGINAL EN VRA**

Timbre de recepción DEIC

Clave y Sigla  
Timbre  
Vicerrectoría Académica  
Amplitud del archivo

Folio

### ESTRUCTURA DEL PROGRAMA FORMATIVO

NOMBRE DEL PROGRAMA FORMATIVO	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
CLAVE	
TOTAL DE CRÉDITOS	5
DOCENTE RESPONSABLE	César Pacheco Silva
DATOS DE CONTACTO	
CORREO ELECTRÓNICO	cesar.pacheco@upla.cl
TELÉFONO	

#### COMPLEJIDAD ACTUAL Y FUTURA DE LA DISCIPLINA (JUSTIFICACIÓN)

Sin lugar a duda, el contexto laboral de los profesionales de la comunicación ha experimentado cambios significativos en los últimos veinte años en Chile, principalmente por la conciencia y apertura de entidades gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro y empresas las cuales progresivamente han sumado a expertos en el área para implementar estrategias que permitan enfrentar los desafíos en materia comunicacional que suelen presentarse cotidianamente.

Sin embargo, la academia en el ámbito nacional ha estado a la retaguardia de una disciplina que más allá de sus definiciones teóricas para calificar el fenómeno de la comunicación (corporativa, empresarial, estratégica u organizacional) no ha sido capaz de teorizar, investigar y reflexionar en torno a una disciplina que en otras latitudes tiene un amplio desarrollo, incluso a nivel latinoamericano (Argentina, Brasil y México).

La cátedra “Comunicación Organizacional”, módulo de carácter teórico, se imparte el VII semestre de acuerdo al plan de estudios vigente (aprobado de acuerdo a Decreto Exento 2017/???) de la carrera de Periodismo y se enmarca en la línea de formación “Epistemológica” de las asignaturas disciplinares.

#### UNIDAD COMPETENCIA GENERAL

Comprende la praxis comunicativa en contextos organizacionales, desde una perspectiva transdisciplinaria, centrándose en la cultura organizacional y en sus flujos comunicativos, tanto internos como aquellos relacionados con su entorno.

N°	SUB UNIDADES DE COMPETENCIA
1	Identifica las características de la comunicación en contextos organizacionales.
2	Cumple la elaboración de un plan de comunicación organizacional, teniendo en consideración los elementos claves que la constituyen.
3	Emplea las estrategias de comunicación organizacional, considerando sus grupos de interés.

SUB UNIDAD DE COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	SABER	RANGO DE CONCRECIÓN DEL APRENDIZAJE	MEDIOS, RECURSOS Y ESPACIOS

<p>Identifica las características de la comunicación en contextos organizacionales .</p>	<p>Identifica los elementos claves en el marco de la comunicación organizacional.</p> <p>Relaciona los principales conceptos de la comunicación en contextos organizacionales .</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Los modelos de organización (Escuela Clásica, Escuela de Relaciones Humanas, Escuela Sistémica).</li> <li>* Los modelos de comunicación.</li> <li>* Identidad e imagen.</li> <li>* Cultura organizacional</li> <li>* Reputación y RSE.</li> </ul>	<p><b>Porcentaje de aprobación:</b> <b>60%.</b></p>	<p>Sala equipada con pizarrón y proyector multimedia (de preferencia).</p> <p>Recursos bibliográficos.</p>
<p>Cumple la elaboración de un plan de comunicación organizacional, teniendo en consideración los elementos claves que la constituyen.</p>	<p>Participa con otras personas en la elaboración de un plan de comunicación con la finalidad de potenciar la relación de una organización con sus grupos de interés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Cuestiones previas al plan de comunicación organizacional.</li> <li>* Enfoques de un plan de comunicación organizacional.</li> <li>* Definición de objetivos.</li> <li>* Mensajes destinatarios y medios.</li> </ul>	<p><b>Porcentaje de aprobación:</b> <b>60%.</b></p>	<p>Sala equipada con pizarrón y proyector multimedia (de preferencia).</p> <p>Recursos bibliográficos.</p>
<p>Emplea las estrategias de comunicación organizacional, considerando sus grupos de interés.</p>	<p>Fundamenta la pertinencia de las estrategias de comunicación de una determinada organización en relación con sus grupos de interés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Perspectivas teóricas de la autoría de la comunicación.</li> <li>* Auditoría comunicacional: ¿por qué?, ¿cómo? y ¿para qué?</li> </ul>	<p><b>Porcentaje de aprobación:</b> <b>60%.</b></p>	<p>Sala equipada con pizarrón y proyector multimedia (de preferencia).</p> <p>Recursos bibliográficos.</p> <p>Salidas a terreno.</p>

#### MODELO GENERAL DE RÚBRICA

##### **Estándares y rúbricas:**

Para organizar los procesos evaluativos en todas sus formas, se ha definido previamente una escala que orienta el proceso de construcción de rúbricas a partir de la definición de un estándar de desempeño para la competencia. Un estándar es una declaración que expresa el nivel de logro

requerido para poder certificar la competencia ante la secuencia Curricular. El estándar de desempeño se refiere a cada una de las competencias y operacionaliza los diversos indicadores o capacidades que las describen. La siguiente tabla da cuenta del modelo de construcción general de rúbricas.

<b>E</b> <b>Rechazado</b>	<b>D</b> <b>Deficiente</b>	<b>C</b> <b>Estándar</b>	<b>B</b> <b>Modal</b>	<b>A</b> <b>Destacado</b>
<b>1,0-2,9</b>	<b>3,0-3,9</b>	<b>4,0-4,9</b>	<b>5,0-5,9</b>	<b>6,0-7,0</b>
No satisface prácticamente nada de los requerimientos del desempeño de la competencia.	Nivel de desempeño por debajo del esperado para la competencia.	Nivel de desempeño que permite acreditar el logro de la competencia.	Nivel de desempeño que supera lo esperado para la competencia; Mínimo nivel de error; altamente recomendable.	Nivel excepcional de desempeño de la competencia, excediendo todo lo esperado.

#### PLAN EVALUATIVO

En el desarrollo de este módulo se modelarán los siguientes tipos de evaluación:

- **Heteroevaluación:** Referida a la evaluación que los académicos encargados del módulo realizan a cada uno de sus estudiantes, es la más utilizada en la cualquier comunidad educativa y su implantación tan fuertemente arraigada está dada por la consecuencia natural de la relación maestro y aprendiz.

#### - Instrumentos de Evaluación del módulo.

- Pruebas o Certámenes: Tiene por finalidad verificar la habilidad de las personas para operar con los contenidos aprendidos, a través de acciones más elaboradas y complejas.
- Exposición: La exposición se puede definir como la manifestación oral de un tema determinado y cuya extensión depende de un tiempo previamente asignado y, además, la forma en que el expositor enfrenta y responde a las interrogantes planteadas por los oyentes. Este instrumento de evaluación para su aplicación óptima obliga al evaluador a ser más objetivo, definir criterios de evaluación y abstraerse de prejuicios que pueda tener sobre el evaluado.

ESTRATEGIAS TÉCNICAS RECURSOS DIDÁCTICOS	Y	ACTIVIDADES: PRIORIZAR DE LA MÁS SIMPLE A LA MÁS COMPLEJA, PRIORIZARLAS; INDICAR LA ACTIVIDAD DE INICIO, SEGUIMIENTO Y LA FINAL.		
		SABER CONOCER	SABER HACER	SABER SER
Clases expositivas  Lectura guiada  Charlas de		Identifica los modelos de organización (Escuela Clásica, Escuela de Relaciones Humanas,	Transfiere los conceptos de la comunicación organizacional a la planificación y	Cumple con la realización de las actividades de acuerdo con los tiempos estipulados.

<p>profesionales de la comunicación organizacional.</p> <p>Trabajo de campo</p>	<p>Escuela Sistémica).</p> <p>Conoce los modelos de comunicación organizacional.</p> <p>Reconoce los conceptos de Identidad e imagen, cultura organizacional y reputación y RSE.</p> <p>Identifica las cuestiones previas al plan de comunicación organizacional.</p> <p>Conoce los enfoques de un plan de comunicación organizacional.</p> <p>Conoce las perspectivas teóricas de la autoría de la comunicación.</p>	<p>evaluación de experiencias concretas.</p> <p>Crea un plan de comunicación organizacional en una comunidad determinada, considerando grupos de interés, mensajes y soportes.</p> <p>Evalúa la calidad de las prácticas comunicacionales de una determinada organización con la finalidad de proponer estrategias remediales.</p>	<p>Colabora con otras personas en la implementación de un plan de comunicación que permita la resolución de un problema de carácter organizacional.</p> <p>Respeto a los miembros de las organizaciones con las cuales trabaja.</p>
---	---	--	---

CALENDARIZACIÓN (ASOCIADA A BIBLIOGRAFÍA)		
FECHA	TEMA O CONTENIDO	BIBLIOGRAFÍA
Semana 1	Evaluación diagnóstica de los conocimientos previos de los estudiantes en relación con la comunicación organizacional.	
Semana 2	Presentación del programa de la asignatura. - Evolución del campo periodístico en Chile - ¿Periodismo en crisis?	Herrera, R. (2008). Estado de la Comunicación Corporativa en Chile. Dircom, 79, 12-16 (en línea).
Semana 3	Las organizaciones, un espacio para la praxis comunicativa	Marín, L. (1997). La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Barcelona: Bosch
Semana 4	Organización y comunicación.	
Semana 5	Comunicación Organizacional y enfoques. Los modelos de organización - Escuela Clásica - Escuela de Relaciones Humanas	

	- Escuela Sistémica - Otros	
Semana 6	Elementos de la comunicación organizacional.	
Semana 7	PRUEBA INTEGRAL	
Semana 8	El plan de comunicación organizacional.	Libaert, T. (2014) El plan de comunicación organizacional. Ciudad de México: Limusa.
Semana 9	Enfoques de un plan de comunicación organizacional.	L Libaert, T. (2014) El plan de comunicación organizacional. Ciudad de México: Limusa.
Semana 10	Definición de objetivos. Mensajes, destinatarios y medios.	Libaert, T. (2014) El plan de comunicación organizacional. Ciudad de México: Limusa.
Semana 11	EXPOSICIONES DE PLANES COMUNICACIONALES.	
Semana 12	Perspectivas teóricas de la autoría de la comunicación.	De la Fuente, G., del Carmen, M., & Nuñez López, M. (2015, May). Auditoría de comunicación un proceso básico para la eficacia y eficiencia de la comunicación estratégica de las organizaciones. Universidad Autónoma de Tamaulipas y Universidad Santiago de Compostela. Actas–IV Congreso Internacional Latina de la Comunicación.
Semana 13	Auditoría comunicacional: ¿por qué?, ¿cómo? y ¿para qué?	Libaert, T. (2014) El plan de comunicación organizacional. Ciudad de México: Limusa.
Semana 14	Auditoría comunicacional: ¿por qué?, ¿cómo? y ¿para qué?	Libaert, T. (2014) El plan de comunicación organizacional. Ciudad de México: Limusa.
Semana 15	Estudio de casos.	
Semana 16	EXPOSICIONES DE AUDITORÍAS COMUNICACIONALES.	
Semana 17	Pruebas atrasadas	
Semana 18	Prueba especial. Entrega de promedios finales.	

**PERFIL DOCENTE**

Periodista y/o licenciado en Comunicación Social con grado académico de magíster y/ o doctorado en Ciencias Sociales o Humanas. Experiencia laboral y docente en el área de la comunicación organizacional.

SUB UNIDAD DE COMPETENCIA	HORAS PRESENCIALES	HORAS PLATAFORMA	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE
Identifica las características de la comunicación en contextos organizacionales.	18	0	34
Cumple la elaboración de un plan de comunicación organizacional, teniendo en consideración los elementos claves que la constituyen.	21	0	40
Emplea las estrategias de comunicación organizacional, considerando sus grupos de interés.	8	0	16