

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

Vicerrectoría Académica
Dirección de Estudios e Innovación Curricular

PROGRAMA FORMATIVO
CARRERA DE PERIODISMO

MÓDULO: PERIODISMO INSTITUCIONAL
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	PERIODISMO INSTITUCIONAL
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)

El periodismo institucional forma parte de los procesos de comunicación de las instituciones o empresas a las que dinamiza para mejorar su presencia en la sociedad, optimizando sus funciones en relación con los objetivos organizacionales. Asimismo, trata de extender su acción hacia los medios de comunicación, tal como plantea Mariano Cebrián Herreros, con la finalidad de mejorar la reputación y reconocimiento social de sus respectivas organizaciones, entendiéndolas como sistemas abiertos y complejos.

La cátedra "Periodismo Institucional", módulo de carácter teórico-práctico, se imparte el VIII 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 "Comunicación Periodística" de las asignaturas disciplinares.

UNIDAD COMPETENCIA GENERAL

Crea estrategias y soportes comunicativos en instituciones, a través de discursos inscritos en los formatos periodísticos organizacionales.

N°	SUB UNIDADES DE COMPETENCIA
1	Analiza las funciones del periodismo en contextos organizacionales.
2	Desarrolla soportes de comunicación que se enmarcan en los géneros informativos empresariales e institucionales.
3	Crea soportes de comunicación de carácter dialógico y opinativos en contextos organizacionales.

SUB UNIDAD DE COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	SABER	RANGO DE CONCRECIÓN DEL APRENDIZAJE	MEDIOS, RECURSOS Y ESPACIOS
Analiza las funciones del periodismo en contextos organizacionales	Identifica los marcos organizacionales bajo los cuales se desarrolla el quehacer periodístico institucional. Distingue los principios básicos y exigencias del	- Cultura, identidad corporativa y estrategia de comunicación. - Ámbitos de la comunicación de acuerdo con el mapa de públicos. - El periodismo dentro de las estrategias de la dirección de comunicación. - Principios básicos y exigencias del	Porcentaje de aprobación: 60%.	Sala equipada con pizarrón y proyector multimedia (de preferencia). Recursos bibliográficos

	periodismo empresarial e institucional.	periodismo institucional. - Creación de noticias.		
Desarrolla soportes de comunicación que se enmarcan en los géneros informativos empresariales e institucionales.	Aplica las estructuras de los géneros expositivos o de relato informativo en la elaboración de contenidos en contextos organizacionales	- Géneros expositivos o de relato informativo. - Notas escritas, sonoras y audiovisuales. - Comunicados oficiales. - Conferencias de prensa. - Declaraciones imprevisibles y previsibles. - Conferencias y discursos. - Reportajes y publinreportajes.	Porcentaje de aprobación: 60%.	Laboratorio de computación equipado con pizarrón y proyector multimedia (de preferencia). Recursos bibliográficos
Crea soportes de comunicación de carácter dialógico y opinativos en contextos organizacionales	Utiliza los formatos dialógicos y de opinión en la elaboración de contenidos en contextos organizacionales	- Géneros dialógicos - Géneros de opinión y argumentación.	Porcentaje de aprobación: 60%.	Laboratorio de computación equipado con pizarrón y proyector multimedia (de preferencia). Recursos bibliográficos

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.

E Rechazado	D Deficiente	C Estándar	B Modal	A Destacado
1,0-2,9	3,0-3,9	4,0-4,9	5,0-5,9	6,0-7,0
No satisface prácticamente nada de los requerimientos	Nivel de desempeño por debajo del esperado para la	Nivel de desempeño que permite acreditar el	Nivel de desempeño que supera lo esperado para la	Nivel excepcional de desempeño de la competencia,

del desempeño de la competencia.	competencia.	logro de la competencia.	competencia; Mínimo nivel de error; altamente recomendable.	excediendo todo lo esperado.
----------------------------------	--------------	--------------------------	---	------------------------------

PLAN EVALUATIVO

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

- **Autoevaluación:** Que se refiere a la auto percepción que cada estudiante tiene de su propio aprendizaje, desempeño y nivel de logro. Es muy importante lograr que estos estudiantes sean más autónomos y autocríticos para poder alcanzar adecuados modelos formativos que los proyecten como mejores profesionales.

- **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.
- **Ejercicios prácticos:** Trabajos de taller donde se demuestra y evalúan competencias prácticas

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 Talleres prácticos Charlas de profesionales de la comunicación organizacional.		Conoce los conceptos cultura, identidad y públicos. Identifica los principios básicos y las exigencias del periodismo institucional. Distingue los géneros expositivos, dialógicos y de opinión en contextos organizacionales.	Emplea los géneros del periodismo institucional y empresarial para la elaboración de contenidos organizacionales. Aplica los géneros del periodismo institucional con la finalidad de reforzar la cultura, identidad y reputación corporativa de una organización.	Cumple con la realización de las actividades de acuerdo con los tiempos estipulados. Colabora con otras personas en la implementación de soportes de comunicación externa e interna. Respeto a los miembros de las organizaciones con las cuales trabaja.

CALENDARIZACIÓN (ASOCIADA A BIBLIOGRAFÍA)

FECHA	TEMA O CONTENIDO	BIBLIOGRAFÍA
Semana 1	Evaluación diagnóstica de los conocimientos previos de los estudiantes en relación con el	

	periodismo institucional.	
Semana 2	Presentación del programa de la asignatura. Funciones del periodismo en la comunicación. Cultura, identidad corporativa y estrategias de comunicación.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 3	Modelos de comunicación: de la difusión al diálogo e interactividad.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 4	Transformaciones del Periodismo. El Periodismo dentro de las estrategias de la dirección de comunicación. Creación de Noticias.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 5	PRUEBA INTEGRAL	
Semana 6	Géneros informativos empresariales e institucionales: Notas escritas, sonoras y audiovisuales.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 7	Géneros informativos empresariales e institucionales: Comunicados oficiales.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 8	Géneros informativos empresariales e institucionales: Comunicados de prensa.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 9	Géneros informativos empresariales e institucionales: Declaraciones imprevisibles y previsibles.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 10	Géneros informativos empresariales e institucionales: Conferencias y discursos.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 11	Géneros informativos empresariales e institucionales: Reportajes y publirreportajes.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional</i> . Madrid: Comunicación Social.
Semana 12	ENTREGA DE TRABAJOS PRÁCTICOS.	
Semana 13	Géneros dialógicos: Ser entrevistado, participación en mesas redondas y ruedas informativas.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo</i>

		<i>empresarial e institucional.</i> Madrid: Comunicación Social.
Semana 14	Géneros dialógicos: Intervención en coloquios, debates y tertulias.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional.</i> Madrid: Comunicación Social.
Semana 15	Géneros de opinión y argumentación.	Cebrián Herreros, M. (2012). <i>Periodismo empresarial e institucional.</i> Madrid: Comunicación Social.
Semana 16	ENTREGA DE TRABAJOS PRÁCTICOS	
Semana 17	Pruebas atrasadas y trabajos atrasados.	
Semana 18	Prueba especial. Entrega de promedios finales.	

PERFIL DOCENTE

Periodista o equivalente, licenciado (a) en Comunicación Social o Ciencias de la Comunicación, con experiencia demostrada en docencia universitaria de al menos tres años. Experiencia acreditable de al menos tres años el área de la comunicación organizacional. Formación de postgrado en áreas relativas a las ciencias sociales o humanidades.

SUB UNIDAD DE COMPETENCIA	HORAS PRESENCIALES	HORAS PLATAFORMA	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE
Analiza las funciones del periodismo en contextos organizacionales.	13	13	0
Desarrolla soportes de comunicación que se enmarcan en los géneros informativos empresariales e institucionales.	29	0	52
Crea soportes de comunicación de carácter dialógico y opinativos en contextos organizacionales.	5	0	14