



Ministerio de Cultura y Educación
 Universidad Nacional de San Luis
 Facultad de Ciencias Humanas
 Departamento: Educación y Formación Docente
 Área: Pedagógica

(Programa del año 2011)
 (Programa en trámite de aprobación)
 (Presentado el 06/04/2011 01:13:26)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION INSTITUCIONAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2011	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
CORTI, ANA MARIA	Prof. Responsable	P.Tit. Exc	40 Hs
OLIVA, DOLORES LEONOR	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
JUAREZ, NESTOR JAVIER	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
2 Hs	1 Hs	1 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
16/03/2011	27/06/2011	16	60

IV - Fundamentación

Esta materia se fundamenta en la necesidad de que los futuros comunicadores, conozcan la importancia de la Comunicación Institucional como una actividad estratégica dentro de las organizaciones y puedan así desarrollar acciones comunicacionales como herramientas de la gestión, visualizando el valor que poseen para garantizar una relación armónica entre las instituciones y la sociedad. Así como también para familiarizarse con las prácticas de las comunicaciones de acuerdo a las distintas audiencias; adquirir las técnicas adecuadas para la gestión y una visión de la complejidad sobre el tema.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Que los alumnos logren:

- 1- Reflexionar sobre paradigmas que focalicen la comunicación como proceso y no como resultado
- 2 - Propender a conformar un modelo alejado del enfoque unidireccional y del sobredimensionamiento del nivel instrumental de la comunicación en relación al marketing
- 3- Focalizar la cultura organizacional como uno de los ejes de la construcción de valores y de referencialidad temática para comprender nuevas modalidades organizativas, de consenso o de tensión en los escenarios públicos y/o privados.
- 4- Comprender la constante tensión entre la dimensión de lo instituido y lo instituyente definiendo los límites de los escenarios de trabajo y los procesos comunicacionales sobre la base de los acontecimientos específicos que se traten.

VI - Contenidos

UNIDAD I. LA COMUNICACION INSTITUCIONAL.(C.I)

CONCEPTO. PARADIGMAS DE LA C.I EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS.LA C.I EN LA ADMINISTRACION PUBLICA: INSTRUMENTALISMO Y DEMOCRACIA.MATRICES TEÓRICAS DE LA C.I.

UNIDAD II. INTRODUCCION AL ESTUDIO DE LA C.I

FUNCIONES DE LA COMUNICACION INTERNA. DIMENSIONES. MODELOS DE COMUNICACION INTERNA. EL DISCURSO DIRECTIVO. COMUNICACION INSTITUCIONAL INTRANET/ INTERNET.PROPAGANDA. RELACIONES HUMANAS.OBSTÁCULOS.PLANIFICACION DE LA C.I

UNIDAD III. CULTURA IDENTIDAD Y C.I.

CONCEPTO DE CULTURA. COMPONENTES CULTURALES.CONCEPTO DE IDENTIDAD. LA CONSTRUCCION DE LA IDENTIDAD.TENSIONES DEL DISCURSO IDENTIFICATORIO. TESIONES, CRISIS Y CONFLICTOS. CREDIBILIDAD.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

PRACTICO 1. LECTURA DE AUTORES Y DESARROLLO DEL DOSSIER PRÁCTICO

PRÁCTICO 2. LECTURA Y ANÁLISIS DE INVESTIGACIONES SOBRE C.I

PRÁCTICO 3. TRABAJO DE INDAGACIÓN EN TERRENO.

VIII - Regimen de Aprobación

Los/as alumnos/as podrán revistar en condición de regular o promocional.

Los alumnos promocionales deberán registrar un 90% de asistencia a las clases teórico-prácticas y aprobar los parciales (uno de ellos de primera instancia).Además deberán aprobar un coloquio de integración final.

Los alumnos regulares deberán registrar un 80% de asistencia a las clases prácticas. Aprobar los dos parciales (cada parcial tendrá una recuperación). Además deberán aprobar el exámen final de la asignatura.

Los alumnos que no reúnan las condiciones anteriores quedarán en la condición de libres.

IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD 1.

[2] ARANES USANDIZAGA, José I. (1996) La comunicación institucional de la Administración Pública: entre la lógica autista-instrumental y la democracia. Rev Estudios de Comunicación. Dic España

[3] BACCIN Cristina (2002) Comunicación institucional en Argentina: organizaciones gravitantes y opciones para el campo de conocimiento. Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN) – Argentina

[4] BABUSCI, M (2001) Joan Costa El nuevo paradigma de comunicación institucional en sociedades complejas. UNLP.Arg

[5] COSTA, JOAS (2000) Comunicación en el siglo XXI. (mimeo)

[6] SALADRIGAS MEDINA, H (2005) Comunicación Organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. en Revista Latina de Comunicación Social. N°60 La Laguna Tenerife.

[7] UNIDAD II

[8] BARLETTA, Guillermo. (2007) Tesis. Rol de la Comunicación Institucional en situaciones de Emergencia Sanitaria. Universidad Nacional de Cuyo. Mza. Arg

[9] BELTRAN FERNANDEZ (2001) F.Tesis Doctoral. cap 6. Modelos de la Comunicación Interna.

[10] BONGIOVANNI, M y otros (2003) Comunicación Institucional en la World Wide Web. Ponencia VII Jornadas de Investigadores en Comunicación. UNComahue

[11] ETKIN, JORGE. Gestión de la Complejidad en las Organizaciones. (2003) cap 8 pag 284 a 312. Edit Oxford.

[12] HERNANDEZ ESTRELLA, Victor. (2005) Tesis. Significado de la Práctica de la Comunicación Institucional. Universidad Autónoma de México,

[13] INTRODUCCION A LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. (2011) Dossier interno de la cátedra. UNSL

[14] GIBSON, Y OTROS. (2001) Las Organizaciones. cap 16 pag 448 a 474. Edt McGrawHill México

[15] LAZZATI, SANTIAGO, (2008) Anatomía de las Organizaciones. Pag 38 a 89. Edi Macchi Arg.

[16] MARTIN, María Victoria (2007) Planificación en Comunicación: Tres Aproximaciones a su Finalidad en las Organizaciones REVISTA RAZON Y PALABRA, Febrero/Marzo. Número 55-MÉXICO

[17] VIADA, Mónica (2001) Comunicación Institucional: La comunicación bien entendida comienza por casa. en Revista Latina en Comunicación Social N°40. La Laguna Tenerife. España

[18] UNIDAD III

- [19] ANDRADE, HORACIO.(1996) El papel de la cultura y la Comunicación en las Crisis Organizacionales. Rev Razón y Palabra N°4 Año 1 México
- [20] ETKIN,JORGE (2004) Política, Gobierno y Gerencia de las Organizaciones.cap 11y 12 pag 221 a 248.- Cap 14 pag 265 a 284
- [21] GIBSON, Y OTROS.(2001) Las Organizaciones.cap2 pag 32 a58 Edt McGrawHill México
- [22] SCHVARSTEIN,LEONARDO.(1999) Diseño de Organizaciones. Tensiones y Paradojas. Cap6 pag 327 a 366 cap 7, Epílogo y Anexo. pag 366 a 412. Edi Paidós Arg

X - Bibliografía Complementaria

- [1] CHIAVENATO, I Introducción a la Teoría General de la Administración. Mc Graw Hill México 1997.
- [2] ETKIN, J. Burocracia en Corporaciones Públicas y Privadas. Edit Macchi1986
- [3] ETZIONI, A Organizaciones Modernas. México Uthea Año 1965
- [4] GUNS, Bob Aprendizaje Organizacional. Prince Hill México 1996
- [5] HARGREAVES, A Profesorado, Cultura y Postmodernidad. Madrid. Morata Año 1996
- [6] HODGE Y JOHNSON: Administración y Organización. El Ateneo 1978
- [7] ETKIN,J: Sistemas y Estructuras de Organización. Macchi 1980
- [8] IANNI Y BASAUTA: Organización y Administración Escolar. Braza 1987
- [9] KAST,F.: Administración en las Organizaciones: Un enfoque de Sistemas. Edt McGraw Hill. México 1981
- [10] MINTZBERG, H La estructuración de las Organizaciones. España Edt Ariel Año 1990
- [11] PIETRAGALLA,C.: Introducción al Estudio de las Organizaciones y su Administración. Macchi 1987
- [12] SENGE, P La Quinta Disciplina. En la práctica. Estrategia para construir la organización abierta al aprendizaje. Granica. 1996.
- [13] SHLEMENSON A y otros. Organizar y Conducir la Escuela. Paidós Año 1996
- [14] TERRY,G.: Principios de Administración. Edt Compañía Editorial Continental. México 1980
- [15] WEBER. M ¿ Qué es la burocracia? Bs As Leviatán. Año 1991
- [16] WEBER, Max Economía y Sociedad. Siglo XXI

XI - Resumen de Objetivos

Que los alumnos logren:

- 1- Reflexionar sobre paradigmas que focalicen la comunicación como proceso y no como resultado
- 2 - Propender a conformar un modelo alejado del enfoque unidireccional y del sobredimensionamiento del nivel instrumental de la comunicación en relación al marketing
- 3- Focalizar la cultura organizacional como uno de los ejes de la construcción de valores y de referencialidad temática para comprender nuevas modalidades organizativas, de consenso o de tensión en los escenarios públicos y/o privados.
- 4- Comprender la constante tensión entre la dimensión de lo instituido y lo instituyente definiendo los límites de los escenarios de trabajo y los procesos comunicacionales sobre la base de los acontecimientos específicos que se traten.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I. LA COMUNICACION INSTITUCIONAL.(C.I)

CONCEPTO. PARADIGMAS DE LA C.I EN LAS SOCIEDADES COMPLEJAS.LA C.I EN LA ADMINISTRACION PUBLICA: INSTRUMENTALISMO Y DEMOCRACIA.MATRICES TEÓRICAS DE LA C.I.

UNIDAD II. INTRODUCCION AL ESTUDIO DE LA C.I

FUNCIONES DE LA COMUNICACION INTERNA. DIMENSIONES. MODELOS DE COMUNICACION INTERNA. EL DISCURSO DIRECTIVO. COMUNICACION INSTITUCIONAL INTRANET/ INTERNET.PROPAGANDA. RELACIONES HUMANAS.OBSTÁCULOS.PLANIFICACION DE LA C.I

UNIDAD III. CULTURA IDENTIDAD Y C.I.

CONCEPTO DE CULTURA. COMPONENTES CULTURALES.CONCEPTO DE IDENTIDAD. LA CONSTRUCCION DE LA IDENTIDAD.TENSIONES DEL DISCURSO IDENTIFICATORIO. TESIONES, CRISIS Y CONFLICTOS. CREDIBILIDAD.

XIII - Imprevistos

En caso de producirse inconvenientes no previstos se analizarán sus consecuencias y se realizarán los reajustes que sean factibles de concreción con el fin de garantizar el programa previsto

XIV - Otros

--

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable	
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	