



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Fonoaudiología y Comunicación
Area: Formación General en Comunicación

(Programa del año 2010)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 26/08/2010 09:53:04)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
(LIC.COM.SOCIAL TERCER AÑO) PLANIFICACION Y GESTION DE PROYECTOS DE COMUNICACION	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	2/99	2010	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
LONGO, VERONICA BEATRIZ	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs

III - Características del Curso

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

Tipificación	Periodo
A - Teoria con prácticas de aula y campo	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
09/08/2010	19/11/2010	14	56

IV - Fundamentación

La materia PLANIFICACION Y GESTION DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN corresponde al tercer año de la Carrera de Comunicación Social de la UNSL (última cohorte del plan 02/99).

Desde la perspectiva de la carrera, se espera un sujeto/egresado que entienda la planificación en comunicación no solo como momento de gestión, sino también como espacio de discusión, reflexión y cambio social, trabajando en contextos complejos y de conflicto.

¿Es posible planificar acciones comunicacionales en las organizaciones? ¿Es posible diagnosticar situaciones y contextos organizacionales y prever nuevos escenarios, con la intervención de la comunicación? ¿En qué lugar se ubica el comunicador?

Nuestra hipótesis de trabajo es creer en la posibilidad de planificar proyectos, programas, estrategias, acciones comunicacionales al interior de las organizaciones.

La afirmación más general es la de entender la comunicación necesariamente imbricada a toda organización, y no como un elemento más de ésta o una herramienta o instrumento de análisis, o un aspecto subsidiario, o como subsistema.

En este marco y si arriesgamos una definición de organización asociada a la comunicación podemos afirmar que toda organización supone un tejido discursivo (o una “red de conversaciones”, según otros autores). Es un espacio y un tiempo en el que actores sociales interactúan discursivamente y se vinculan por medio de los discursos recurrentes. Así, en toda organización las interrelaciones están más o menos estructuradas por discursos recurrentes (sin dejar de lado los aspectos relacionales informales, inconscientes e involuntarios que también aparecen en toda organización).

Toda organización también supone entenderla en su dimensión política: esto es, actores sociales, bajo relaciones estructuradas de poder, con acuerdos explícitos o implícitos y tejiendo una red de relaciones, valores, normas y sentidos de orden social (identidad). Todo esto enmarcado en un contexto eminentemente complejo, o “turbulento”. Teoría y práctica, reflexión y acción son aspectos que se nutren mutuamente durante el dictado de la materia, y que permiten ir analizando e interpretando la realidad comunicacional en las instituciones.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Lograr en los alumnos una formación académico-científico-metodológica para la elaboración, planificación y evaluación de proyectos de comunicación social.
- Brindar a) un espacio de reflexión teórico y metodológico sobre la planificación de proyectos en comunicación en distintas organizaciones, y b) soportes teóricos y metodológicos que posibiliten la descripción, explicación e interpretación de los distintos aspectos de la comunicación en las instituciones
- Favorecer la realización y evaluación de proyectos (diagnósticos y estratégicos) en comunicación social.

VI - Contenidos

Organizados por núcleos temáticos interconectados

- Comunicación y organizaciones. Las Instituciones.
- Planificación. Paradigmas. Planificar la comunicación en las organizaciones. El rol del comunicador. La comunicación estratégica. La dimensión política
- El diagnóstico comunicacional. Tipos de diagnósticos y su realización. Búsqueda de datos. Niveles realidad, identidad, comunicación e imagen.
- La cultura organizacional. Comunicación interna y externa. Mapa de públicos. Comunicación externa.
- Planificación y ejecución de proyectos. Su evaluación.
- El proyecto: Problema/necesidades. Marco teórico. Objetivos. Recolección de información (herramientas). Viabilidad. Recursos.
- Redacción y presentación del proyecto.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Objetivo:

Articular las dimensiones teóricas en una institución/organización en particular.

El plan de trabajos prácticos supone la presentación en tiempo y forma de trabajos individuales y grupales que se orienten a la realización de un trabajo final que dé cuenta de la aplicación de dimensiones teóricas en una institución/organización en particular

Aspectos a considerar:

- 1.Desarrollar un proyecto (diagnóstico y planificación) en una organización. EN GRUPOS
- 2.Defender el proyecto elaborado ante la institución en cuestión. EN GRUPOS
- 3.Evaluación escrita. INDIVIDUAL

VIII - Regimen de Aprobación

1. Alumnos promocionales

- * Asistencia al 80% de las clases teóricas.
- * Aprobación del 100% de las evaluaciones parciales (en primera instancia) con nota igual o mayor a 7 (siete)
- * Aprobación del Trabajo Práctico (en sus instancias parciales y final) con nota igual o mayor a 7 (siete)

2. Alumnos regulares

- * Asistencia al 70% de las clases teóricas.
- * Aprobación del 100% de las evaluaciones parciales con nota igual o mayor a 4 (cuatro). Se tomará un único recuperatorio
- * Aprobación del Trabajo Práctico (en sus instancias parciales y final) con nota igual o mayor a 4 (cuatro)
- * Con examen final ante Tribunal.

3. Alumnos libres

- * Aprobación del 100% del Trabajo Práctico (entregado con un mes antes de rendir el examen final)
- * El examen final será oral y escrito.

Se aconseja tomar contacto con la Cátedra por lo menos dos meses antes del examen.

La evaluación considerará:

- 1.Desarrollo de un proyecto (diagnóstico y planificación) en una organización. EN GRUPOS
- 2.Defensa del proyecto elaborado ante la institución en cuestión. EN GRUPOS
- 3.Parcial escrito. INDIVIDUAL

IX - Bibliografía Básica

- [1] * Amado Suárez, A (ed) (2008) Auditoría de comunicación. Ed. La Crujía. BA (capítulo básico 3: “El recorrido metodológico de la auditoría”, por Eugenia Etkin)
- [2] * Bruno, Daniela (s/d) Una perspectiva acerca del marco teórico. Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP.
- [3] * Massoni, Sandra, Maroni, Jorge R., Gargicevich, Adrián (2002, junio) Diagnóstico comunicacional sobre las percepciones diferenciales del problema de la sostenibilidad del sistema agrícola en Casilda. En Revista de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Agrarias- N° II Disponible en <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Investigacion/revista/rev2/2.htm>
- [4] * Prieto Castillo, D. (1993) Planificación de la Comunicación Institucional. Universidad Centroamericana, El Salvador.
- [5] * Unicef (2006) Elaborando proyectos de comunicación. Cuadernillo 2. Disponible en <http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2%281%29.pdf>
- [6] * Uranga, W y otros (1991) Diagnóstico y planificación de la comunicación. En: Cuaderno nro. 8. Curso de especialización. Educación para la comunicación. La Crujía, B.A.
- [7] * Radulich, G. y Tufro, L (s/d) Métodos y técnicas de investigación aplicadas al diagnóstico de la comunicación. Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP.
- [8] * Apuntes, textos, filmas y casos suministrados por la cátedra
- [9] * Se trabaja con el blog de la cátedra: www.planificarencomunicacion.blogspot.com

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda, C. (1999) Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada. Editorial Temas. BA
- [2] Ander Egg, E y Aguilar Idáñez, MJ (1995) Diagnóstico social. Conceptos y metodología. Editorial Lumen
- [3] Diaz Bordenave, J y Carvalho, H (1978) Planificación y Comunicación. Editorial Don Bosco, Quito, Ecuador
- [4] Chaves, Norberto (1988) La Imagen Corporativa. Barcelona, Ed. Gustavo Gili SA. Cap. 2 y 5
- [5] Longo, V (2006) La dificultad en la construcción del objeto de la teoría de la comunicación. Una aproximación al ámbito de la comunicación social como objeto disciplinar. II Jornadas Nacionales y I Jornadas Latinoamericanas Sobre Arte, Educación y Comunicación (Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de San Luis).
- [6] Massoni, S; Mascotti, M. (2000) Apuntes para la comunicación en un mundo fluido: mediación es no mediar, Rosario, Argentina.
- [7] Mata, M. C. (2002, noviembre) Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación. Diálogos de la Comunicación 64. Lima: FELAFACS.
- [8] Marcela Román, C. (1999) “Guía Práctica para el Diseño de Proyectos Sociales”- CIDE. BA. Disponible En http://webs.uvigo.es/pmayobre/master/textos/maria_mendez/disenio_proyectos.pdf
- [9] Saladrigas Medina, Hilda (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de Comunicación Social, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado el 10 de octubre de 2009 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200540saladrigas.htm>
- [10] Scheinsohn, Daniel (2000) Más allá de la imagen corporativa. Cómo crear valor a través de la comunicación estratégica. Buenos Aires, Ed. Macchi.
- [11] Schvarstein, Leonardo (1996) Psicología Social de las Organizaciones. Nuevos aportes. Edit. Paidós.
- [12] Servaes, Jan (2000, setiembre) Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. En Temas y Problemas de Comunicación nro. 10. Río Cuarto. Disponible en http://www.unrc.edu.ar/insti/05/comu/temasyproblemas/pdf/temasyproblemas_10.pdf
- [13] Ulloa, Fernando (1969) Psicología de las instituciones. Una aproximación psicoanalítica. En Revista de Psicoanálisis-XXVI, Bs. As.- Capítulo 2.
- [14] Weil, Pascale (1992) La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión. BsAs. Paidós

XI - Resumen de Objetivos

-Lograr en los alumnos una formación académico-científico-metodológica para la comprensión global de la realidad sociocultural para la elaboración, planificación y evaluación de proyectos de comunicación social. -Favorecer la realización y evaluación de proyectos (diagnósticos y estratégicos) en comunicación social.
--

XII - Resumen del Programa

--

XIII - Imprevistos

--

XIV - Otros

--

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	