



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 2011)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 22/10/2011 11:22:51)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
(OPTATIVAS: TITULOS INTERMEDIOS)				
PLANIFICACION Y GESTION DE PROYECTOS DE COMUNICACION	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	2/99	2011	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
LONGO, VERONICA BEATRIZ	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
JUAREZ, NESTOR JAVIER	Prof. Colaborador	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
20 Hs	20 Hs	20 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
08/08/2011	18/11/2011	15	60

IV - Fundamentación

En este espacio se explorarán y abordarán- de forma práctica-, aspectos teóricos y metodológicos de la planificación de proyectos de comunicación. En este marco, la práctica se asienta en la teoría, y desde ahí se realizan y analizan diagnósticos y planificaciones en organizaciones concretas.

Planificar en comunicación social supone reconocer cómo funcionan los procesos comunicacionales entre los sujetos, analizar y evaluar situaciones comunicativas, así como también los discursos recurrentes que aparecen (explícita o implícitamente, formalizados o no, las resistencias, los silencios, lo dicho) en toda organización, y proyectar acciones que reviertan las situaciones problemáticas en esos lugares en los que se interviene. Así mismo, podemos decir que la planificación en comunicación organizacional que optamos es estratégica:

- siempre es política (supone una visión del mundo, dirige cuestiones conflictivas)
- es tanto técnica, como reflexión previa a la acción para optimizar resultados y esfuerzos,
- puede prever situaciones futuras,
- supone articular lo general y teórico con lo situacional y práctico

Desde nuestra perspectiva, la planificación en comunicación no es punto final, aplicación de herramientas, conclusión, ejercicio de cierre, respuesta. Antes bien, se vislumbra, como interrogante permanente que orienta el proceso y la investigación.

Finalmente, se espera que los futuros comunicadores puedan entender la comunicación necesariamente imbricada a toda

actividad, organización, relación, y no como un elemento más de ésta o una herramienta de análisis, o un aspecto subsidiario, o como subsistema. También que al momento de planificar se opta por algún marco ideológico y que se planifica desde algún lugar para transformar la realidad.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Lograr en los alumnos una formación científico-metodológica para la comprensión global de la realidad sociocultural para la elaboración, planificación y evaluación de proyectos de comunicación social.
- Brindar 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

Comunicación. Instituciones. Organizaciones

La Planificación en comunicación. Paradigmas: normativo y estratégico. Planificar la comunicación en las organizaciones. El rol del comunicador.

La dimensión política de la planificación.

El proyecto en comunicación: Diagnóstico. Planificación. Ejecución. Evaluación.

El diagnóstico comunicacional. Tipos de diagnósticos y su realización. Marco teórico.

Recolección de información. Interpretación de los datos.

Identidad. Imagen. Cultura organizacional. Comunicación interna y externa. Mapa de públicos. Comunicación externa. Los grupos.

Problema/necesidades. Objetivos. 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

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] -Prieto Castillo, D. (1993) Planificación de la Comunicación Institucional. Universidad Centroamericana, El Salvador.
- [4] - 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
- [5] - Schvarstein, Leonardo (1996) Psicología Social de las Organizaciones. Nuevos aportes. Edit. Paidós. Capítulo 1
- [6] - UNICEF (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Cuadernillo 2.
- [7] - Uranga, W (2007, mayo) Ficha de trabajo. Cátedra W. Uranga – UBA / UNL. En http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/tecnicas_de_reconocimiento_de_la_realidad.pdf
- [8] - 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.
- [9] - Casos suministrados por la cátedra
- [10] - Se trabaja con el blog de la cátedra:
- [11] www.planificarencomunicacion.blogspot.com

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Abatedaga, Nidia (2008) Introducción a las Teorías de la Comunicación. Ed.Brujas. Córdoba.
- [2] Abatedaga,, Nidia (comp) (2008): Comunicación. Epistemología y Metodologías para Planificar por Consensos. Ed. Brujas. Córdoba.
- [3] Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda, C. (1999) Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada. Editorial Temas. BA
- [4] Ander Egg, E y Aguilar Idáñez, MJ (1995) Diagnóstico social. Conceptos y metodología. Editorial Lumen
- [5] Chaves, Norberto (1988) La Imagen Corporativa. Barcelona, Ed. Gustavo Gili SA.Cap. 2 y 5
- [6] Cimadevilla, G. (2007, nov.) Estado del arte. Trayectos y grises de las teorías y de las prácticas en comunicación y desarrollo. Presentación del Seminario Internacional
- [7] Comunicación & Desarrollo INTA, Buenos Aires
- [8] Diaz Bordenave, J y Carvalho, H (1978) Planificación y Comunicación. Editorial Don Bosco, Quito, Ecuador
- [9] 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).
- [10] Longo, Verónica (2010, octubre) De los aportes de la comunicación para mejorar, a la inherencia de lo comunicativo en lo social. XV Jornadas Nacionales de Extensión Rural y de VII del Mercosur. San Luis.
- [11] Massoni, S; Mascotti, M. (2000) Apuntes para la comunicación en un mundo fluido:mediación es no mediar, Rosario, Argentina.
- [12] Massoni, Sandra (1990) Estrategias de comunicación: nuevos modelos de investigación e intervención en comunicación y desarrollo en Argentina., Universidad Nacional de Rosario
- [13] 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
- [14] <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Investigacion/revista/rev2/2.htm>
- [15] Mata, M. C. (2002, noviembre) Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación. Diálogos de la Comunicación 64. Lima: FELAFACS.
- [16] Robirosa, y otros (1990) Turbulencia y Planificación Social. Lineamientos Metodológicos de Gestión de Proyectos Sociales desde el Estado. SigloXXI, BA
- [17] Román, Marcela (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

- [18] Saladrigas Medina, Hilda (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de Comunicación Social, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado el
- [19] 10 de octubre de 2009 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200540saladrigas.htm>
- [20] Scheinsohn, Daniel (2000) Más allá de la imagen corporativa. Cómo crear valor a través de la comunicación estratégica. Buenos Aires, Ed. Macchi.
- [21] 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
- [22] Ulloa. Fernando. (1969) Psicología de las instituciones. Una aproximación psicoanalítica. En Revista de Psicoanálisis-XXVI, Bs. As.- Capítulo 2.
- [23] Uranga, Washington (2007): Mirar desde la comunicación. Buenos Aires. En URL: http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/uranga_mirar_desde_la_comunicacion.pdf
- [24] 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:	