



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Instituto Politécnico y Artístico Universitario
Departamento: IPAU
Area: IPAU

(Programa del año 2021)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 02/11/2021 09:19:10)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
(OPTATIVO II COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL) OPTATIVO II COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	TEC. UNIV. EN GEST. ORG. DEP	1/18	2021	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MANZUR, MARIA MELINA	Prof. Responsable	CONTRATO	6 Hs
MONTHELIER, MARIELA GENOVEVA	Prof. Colaborador	CONTRATO	6 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
25 Hs	20 Hs	Hs	Hs	3 Hs

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

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
23/08/2021	26/11/2021	14	45

IV - Fundamentación

El curso Optativo II "Comunicación Institucional" propone introducir a las/los estudiantes en el ámbito de la comunicación dentro de las instituciones y organizaciones, con especial énfasis en las deportivas. Actualmente, las organizaciones, independientemente del sector en el que se desarrollen, reconocen cada vez más la importancia de gestionar estratégicamente la comunicación (tanto interna como externa), con los diferentes públicos con los cuales se relaciona. De esta manera, la asignatura propone una mirada general sobre la Comunicación Institucional como herramienta fundamental para las organizaciones deportivas.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Se pretende que las/os estudiantes puedan:

- Conocer el ámbito general de la comunicación institucional (externa e interna) en las organizaciones en la actualidad.
- Identificar los elementos que componen un sistema comunicacional, para una gestión estratégica de la comunicación institucional en las organizaciones.
- Profundizar sobre los diferentes canales, soportes, medios y estrategias de comunicación institucional.
- Conocer los motivos que posicionan a la comunicación interna con un valor estratégico en las organizaciones. 5) Identificar las herramientas y técnicas que facilitan y optimizan el desarrollo de la comunicación interna.
- Desarrollar acciones que integren un plan de comunicación interna para alguna organización deportiva local.

VI - Contenidos

Módulo I: Comunicación Institucional

- 1) ¿Qué es la Comunicación Institucional? Definiciones y características según diferentes autores.
- 2) Origen, desarrollo y evolución de la Comunicación Institucional. Breve reseña.
- 3) Objetivos de la Comunicación Institucional en las organizaciones.
- 4) La comunicación interna y externa en las organizaciones Definición de cada una. Actividades de aprendizaje.

Módulo II La Comunicación Interna en las organizaciones

- 1) Funciones de la comunicación interna en las organizaciones.
- 2) La importancia de la comunicación interna en las organizaciones. El público interno como público objetivo.
- 3) Instrumentos de comunicación interna. Diferentes soportes o canales de comunicación.
- 4) Gestión de la comunicación interna en organizaciones deportivas. Acciones que componen un plan de comunicación interna.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se propone a los estudiantes la realización de actividades de aprendizaje que procuran establecer una relación entre la teoría y la práctica, ahondando, comparando, reflexionando y aplicando los contenidos vistos en cada unidad. Así mismo se incluyen actividades de envío obligatorio en cada uno de los módulos.

Trabajo práctico final: Elaboración de un plan de comunicación interna, para alguna organización deportiva o club local, adecuado a sus características.

VIII - Regimen de Aprobación

Convocatoria ordinaria

Para REGULARIZAR: Presentación en tiempo y aprobación de todas las tareas de envío obligatorio propuestas para cada módulo. Las tareas se aprueban con 7 (siete) – En el campus 70/100. .

Para PROMOCIONAR: Deberá obtener un promedio mínimo de 70% en la asignatura.

IX - Bibliografía Básica

- [1] BALLESTEROS-HERENCIA, Carlos A (2014). Relevancia de la comunicación en el deporte actual. EFDeportes, N° 197.
- [2] CASADO SAMPERISI, S. (2015). Identidad, comunicación e imagen organizacional. Buenos Aires. Argentina Editorial Dunken.
- [3] Cuervo, M. (2009). El desafío de la comunicación interna en las organizaciones. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos], 28, 61-70.
- [4] Videos:
- [5] Video:
- [6] Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO), Canal Youtube AMCO Mex. Gestión de la Comunicación Interna. Recuperado en: <https://www.youtube.com/watch?v=qFrD7sp0nEU&t=262s>

X - Bibliografía Complementaria

- [1] COSTA, Joan (2009). Imagen Corporativa en el siglo XXI, 4ta edición. Buenos Aires, Argentina. La Crujía Ediciones.
- LOBILLO MORA, Gema. (2017).
- [2] Estudio sobre la Comunicación Deportiva. Del verbo al bit (Congreso Internacional Latina de Comunicación Social 2016) ISBN 978-84-16458-76-9, págs. 1978-1987 VALLE, M. (2003). “La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI”, Revista Razón y Palabra Número 32. Recuperado en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html>

XI - Resumen de Objetivos

Se espera:

Conocer el ámbito de la comunicación institucional en organizaciones deportivas. Ahondar en la comunicación interna, y lograr diseñar un plan de comunicación interna para alguna institución del ámbito local.

XII - Resumen del Programa

Módulo I: La Comunicación Institucional.

Módulo II: La Comunicación interna en las organizaciones deportivas.

XIII - Imprevistos

Se realizarán los ajustes necesarios ante las eventualidades que surjan, continuando con el normal desarrollo del programa.

XIV - Otros

--

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: