



Ministerio de Cultura y Educación
 Universidad Nacional de San Luis
 Facultad de Ciencias Humanas

(Programa del año 2009)
 (Programa en trámite de aprobación)
 (Presentado el 14/12/2009 14:18:34)

Departamento: Fonoaudiología y Comunicación
 Área: Formación General en Comunicación

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
(LIC.COM.SOCIAL TERCER AÑO) PLANIFICACION Y GESTION DE PROYECTOS DE COMUNICACION	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL		2009	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
Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

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

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
11/11/2009	31/03/2010	12	48

IV - Fundamentación

La materia PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN corresponde al tercer año de la Carrera de Comunicación Social de la UNSL (plan 02/99).

Desde la perspectiva de la carrera, se espera un sujeto/egresado que entienda la planificación en comunicación 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?

Entendemos 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. Nuestra hipótesis de trabajo es creer en la posibilidad de planificar proyectos, programas, estrategias, acciones comunicacionales al interior de las organizaciones. 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), un espacio y un tiempo en el que actores sociales interactúan discursivamente y se vinculan por medio de los discursos recurrentes.

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. En este sentido, y como parte del trabajo de campo, los alumnos realizarán un diagnóstico y planificación comunicacionales al interior de una institución.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- *Favorecer una formación académico-científico-metodológica para la elaboración, planificación y evaluación de proyectos integrados de comunicación social.
- * Brindar a) un espacio de reflexión teórica y metodológica 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

VI - Contenidos

UNIDAD 1:

- *Comunicación y organizaciones. Las Instituciones.
- *Planificación. Paradigmas. Planificar la comunicación de las organizaciones. El rol del comunicador. La comunicación estratégica. La dimensión política.
- *La comunicación institucional: realidad, identidad, comunicación e imagen. La cultura organizacional. Comunicación interna. comunicación externa. Los grupos. Audiencias.

UNIDAD 2:

- *El diagnóstico comunicacional. Recolección de la información. *Planificación y ejecución de proyectos. Su evaluación.

UNIDAD 3:

- *El proyecto: Problema/necesidades. Marco teórico. Objetivos. métodos y técnicas. Viabilidad. Recursos. Estrategias y acciones comunicacionales
- *Redacción y presentación del proyecto.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Los alumnos deberán realizar un trabajo práctico, en el que se observe una intervención institucional.

Objetivo:

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

Aspectos:

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

VIII - Regimen de Aprobación

1. Alumnos promocionales

- * Asistencia al 70% de las clases teóricas.
- * Aprobación del 100% de las evaluaciones parciales con nota igual o superior a 7(se pedirá un parcial individual, domiciliario).
- * Aprobación del Trabajo Práctico, con nota igual o superior a 7.

2. Alumnos regulares

- * Aprobación del Trabajo Práctico con nota igual o superior a 4.
- * Aprobación del 100% de las evaluaciones parciales (se pedirá un parcial individual, domiciliario)con nota igual o superior a 4
- * 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 será escrito y versará sobre los aspectos que figuran en este Programa.
- Se aconseja tomar contacto con la Cátedra por lo menos dos meses antes del examen.

IX - Bibliografía Básica

- [1] -Bruno, Daniela (s/d) Una perspectiva acerca del marco teórico. Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP
- [2] -Chaves, Norberto (1988) La Imagen Corporativa. Barcelona, Ed. Gustavo Gili SA. Cap. 2 y 5
- [3] -Massoni, Sandra (1990) Estrategias de comunicación: nuevos modelos de investigación e intervención en comunicación

y desarrollo en Argentina., Universidad Nacional de Rosario

[4] -Prieto Castillo, D. (1993) Planificación de la Comunicación Institucional. Universidad Centroamericana, El Salvador.

[5] -Radulich, G. y Tufro, L (1999) Métodos y técnicas de investigación aplicadas al diagnóstico de la comunicación.

Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP

[6] -UNICEF (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Cuadernillo 2. Cap. 1 y 3

[7] -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.

[8] -Apuntes de la cátedra. En: planificarencomunicacion.blogspot.com

X - Bibliografía Complementaria

[1] -Ander Egg, E y Aguilar Idáñez, MJ (1995) Diagnóstico social. Conceptos y metodología. Editorial Lumen.

[2] -Bruno, Daniela (s/d) Una perspectiva acerca del marco teórico. Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP

[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] -Massoni, Sandra (1990) Estrategias de comunicación: nuevos modelos de investigación e intervención en comunicación y desarrollo en Argentina., Universidad Nacional de Rosario

[8] -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- Nº II <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Investigacion/revista/rev2/2.htm>

[9] -Martín Barbero (2002) La educación desde la comunicación. Norma

[10] -Mata, M. C. (2002, noviembre) Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación. Diálogos de la Comunicación 64. Lima: FELAFACS

[11] -Matus, Carlos (1978) Estrategia y Plan. Edit. S. XXI

[12] -Prieto Castillo, D. (1993) Planificación de la Comunicación Institucional. Universidad Centroamericana, El Salvador.

[13] -Radulich, G. y Tufro, L (1999) Métodos y técnicas de investigación aplicadas al diagnóstico de la comunicación.

Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP

[14] -Robirosa, y otros (1990) Turbulencia y Planificación Social. Lineamientos Metodológicos de Gestión de Proyectos Sociales desde el Estado. SigloXXI, BA

[15] -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>

[16] -Scheinson, Daniel (2000) Más allá de la imagen corporativa. Cómo crear valor a través de la comunicación estratégica. Buenos Aires, Ed. Macchi.

[17] -Schvarstein, Leonardo (1996) Psicología Social de las Organizaciones. Nuevos aportes. Edit. Paidós.

[18] -Taylor, SJ y Bogdan R. (1995) Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación, Editorial Paidós. México

[19] -UNICEF (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Cuadernillo 2. Cap. 1 y 3

[20] -Ulloa, Fernando. (1969) Psicología de las instituciones. Una aproximación psicoanalítica. En Revista de Psicoanálisis-XXVI, Bs. As.- Capítulo 2.

[21] -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.

[22] -Weil, Pascale (1992) La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión. BsAs. Paidós

XI - Resumen de Objetivos

Posibilitar que los alumnos experimenten una formación académico-científico-metodológica para la comprensión global de la realidad sociocultural para la elaboración, planificación y evaluación científica de proyectos integrados de comunicación

social.

XII - Resumen del Programa

La materia PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN corresponde al tercer año de la Carrera de Comunicación Social de la UNSL (plan 02/99).

Desde la perspectiva de la carrera, se espera un sujeto/egresado que entienda la planificación en comunicación como espacio de discusión, reflexión y cambio social, trabajando en contextos complejos y de conflicto.

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. En este sentido, además de los aportes teóricos, los alumnos realizarán un diagnóstico y planificación comunicacionales al interior de una institución.

XIII - Imprevistos

Planificación y Gestión de Proyectos de Comunicación, del Año Académico 2009, comenzó a dictarse en noviembre. Como forma de dar cumplimiento al programa, y ante la falta de tiempo, se optó por extender el ciclo hasta marzo de 2010.

XIV - Otros

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