

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Gestión en Comunicación				
CENTRO ACADÉMICO:	Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Licenciatura en Comunicación e Información				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2012	SEMESTRE:	Sexto	CLAVE DE LA MATERIA:	20286
ÁREA ACADÉMICA:	Comunicación e información pública		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-junio	
HORAS SEMANA T/P:	2T/4P		CRÉDITOS:	8	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Ambientes combinados		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Teórico-práctica	
ELABORADO POR:	Elaborado por: M. Alicia Romo Flores. Actualizado por: Juan de la Cruz Bobadilla Domínguez				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Comunicación e información pública		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2021	

DESCRIPCIÓN GENERAL

En este curso, los estudiantes aprenderán a configurar instancias que gestionen la Gestión en Comunicación en diversos escenarios y espacios sociales y ciudadanos de intervención. Se centra en el aprendizaje de los elementos necesarios para la conformación de espacios diversos orientados a vincular a los actores de la Gestión con los objetivos de las organizaciones e instancias ciudadanas. La parte práctica del curso se orienta al análisis de casos y la elaboración de propuestas para la Gestión en diversos contextos. Su implementación requiere capacidad de iniciativa, apertura al diálogo y facilidad para trabajar en grupos con un pensamiento plural, asertivo y proactivo.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Los estudiantes conocerán los procedimientos y las estrategias para instalar espacios de Gestión Social que coadyuven en el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones e instancias ciudadanas.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: COMUNICACIÓN SOCIAL		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Comprender que la comunicación aplicada a una empresa tiene el objetivo de comunicar un mensaje determinado a un grupo de personas que	1.-Estructura del Proceso de Comunicación Corporativa. 1.1 Estructura Organizacional 1.2 Plan Estratégico de Comunicación 1.3 Distribución de la Información 1.4 Monitoreo y seguimiento de noticias	B:1-6 C-25



<p>son conocidas como públicos objetivo o target y que utiliza distintas herramientas, orientadas a contar la historia de una compañía, con la finalidad de incrementar la visibilidad y la credibilidad de la empresa.</p>	<p>2. Estructura y dirección de los Medios de Comunicación. 2.1 Estructura y propiedad de los Medios de Comunicación 2.2 Funcionamiento de los Medios de Comunicación</p> <p>3. Relaciones Públicas y Difusión Institucional. 3.1 Las Audiencias 3.2 Información y Opinión. Pública y publicada. 3.3 Medios de comunicación y Opinión pública.</p>	<p>B-7 B-15 B-16</p> <p>C-2 C-36</p>
---	--	--

UNIDAD TEMÁTICA II: GESTIÓN EN COMUNICACIÓN

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Comprender la lógica, dimensión y alcances de la Gestión Social en el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución..</p>	<p>1.- Gestión Social. 1.1 Áreas de actividad de la Gestión 1.2 Enfoques y características de la Gestión en Comunicación</p> <p>2.-Valor Social. 2.1. Capacidades para la creación de valor. 2.2. La sostenibilidad como resultado a la Gestión Estratégica. 2.3. Gestión en sistemas abiertos. 2.4. Criterios para evaluar la Gestión.</p> <p>3.- Comunicación en situaciones de Crisis.</p>	<p>B-5 B-8</p> <p>C-5</p>

UNIDAD TEMÁTICA III: COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

OBJETIVO PARTICULAR	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Planificar la comunicación desde un enfoque y una metodología participativa, de manera que el alumno aprenda a orientar colectivamente los procesos y relaciones hacia objetivos estratégicos de desarrollo social.</p>	<p>1.- Comunicación participativa y activismo 1.1 La comunicación en procesos de cambio social 1.2 Apropiación crítica de la realidad comunicacional 1.3 Sostenibilidad de los procesos de comunicación 1.4 Ciudadanía digital</p> <p>2.-Interpretación de la Opinión Pública. 2.1 Los estudios sobre Comunicación de masas 2.2 Teoría de la Agenda Setting</p>	<p>B-2 B-3 B-7 B-10</p>

UNIDAD TEMÁTICA IV: CONSULTORÍA EN COMUNICACIÓN

OBJETIVO PARTICULAR	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Conocer el estudio de las organizaciones, su gestión y el entorno cambiante en el que se</p>	<p>1.- Consultoría profesional 1.1 Contexto actual 1.2 Mapa de procesos de la Consultoría en Comunicación 1.3 Etapas o fases de la Consultoría</p>	<p>B-9 B-5 C-6</p>



desarrollan actividades comunicación información.	las de e	1.4 Servicios y productos de Consultoría	C-5
---	----------	--	-----

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Se desarrollarán lecturas para generar discusiones y aprendizajes teórico-conceptuales, al mismo tiempo que los estudiantes avanzarán en un Plan de Gestión en Comunicación a un grupo social de su elección (básicamente grupos en condiciones de vulnerabilidad, para efectos de intervención), haciendo converger las etapas de desarrollo del proyecto con la lectura que corresponda.

Al final del curso se ponen en práctica los conceptos vistos. Las exposiciones estarán coordinadas por el profesor, siendo éste o los alumnos quienes las desarrollen en función del tema y/o la etapa de avance de los proyectos. Al final, los estudiantes expondrán un proyecto que contenga el desarrollo del Plan de Gestión en Comunicación.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía relacionada con la materia, documentos en línea, recursos audiovisuales en formatos digitales.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Exposición de lectura:	20%
Primer avance de Proyecto:	20%
Segundo avance de Proyecto:	20%
Presentación de Proyecto final:	40%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

- 1.-AGUIRRE Alvis, José Luis (2002). Comunicación para el desarrollo: premisas para el abordaje de una comunicación intercultural. Caso: lucha contra la pobreza/Paraguay. En: Seminario Periodismo y Políticas Sociales: Lucha contra la Pobreza. Asunción, Paraguay, Octubre 15, 2002. Aguirre Alvis, José Luis (2002b). Comunicación para el cambio social.
- 2.-APOLO, Diego, Báez, Valerie (2017). Gestión de la Comunicación Corporativa. Consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. Revista Latina de Ciencias Sociales. Número 72
- 3.-BEAUMUNT, Martin. (2016). Gestión Social. Estrategia y creación de valor. Serie de Ciencias de la Gestión. Perú.
- 4.-ENRIQUE Jiménez Ana María (2013). La gestión de comunicación en crisis en las redes sociales. Revista Orbis Número 24.-UAB.
- 5- FLORES Bedregal, Teresa (2002). Comunicación para el desarrollo sostenible. La Paz. 83 p.



- 6.-ORJUELA, Sandra (2015). La Comunicación en la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Dialnet. Universidad de Venezuela.
- 7.-RIVERA, Alix Belén et al. (2005). La Comunicación como herramienta de Gestión Organizacional. Revista Negotiun Vol 1. Número 2. Venezuela.
- 8.-RIZO García, Marta (2006) “La teoría en el campo académico de la comunicación. Análisis de manuales de teoría de la comunicación desde la propuesta de la comunicología posible”, en Martell, Rizo y Vega (coords.), Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina, volumen ii, México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México/ Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

COMPLEMENTARIAS:

- 1.-BEL MALLÉN, J.I., comunicar para crear valor. Eunsa.
- 2.-COSTA, Joan (2001): La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión. Barcelona: Paidós.
- 3.-LACASA, S, Antonio (2004): Gestión de la Comunicación empresarial. Madrid: Gestión 2000.
- 4.-LOSADA DÍAZ, José Carlos (Coord.) (2004). Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona: Ariel.
- 5.-SANCHES, José Luis (2004): Comunicar con éxito: teoría y práctica de la Comunicación. Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- 6.-SOTELO ENRÍQUEZ, C. (2001): Introducción a la Comunicación Institucional, Barcelona: Ariel Comunicación.
- 7.-VILLAFAÑE, J. (2000): Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas
- 8.-WILCOX. (2004): La Buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas.