

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

 **SYLLABUS**

 **MODALIDAD NO PRESENCIAL**

 **SÍLABO POR COMPETENCIAS**

 **CURSO: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

# DATOS GENERALES

|  |  |
| --- | --- |
| **Línea de Carrera** | Relaciones Públicas  |
| **Semestre Académico** | 2020-I |
| **Código del Curso** | **352** |
| **Créditos** | 4 |
| **Horas Semanales**  | Hrs. Totales: 04 Teóricas 02 Practicas 02 |
| **Ciclo** | VI |
| **Sección** | única |
| **Apellidos y Nombres del Docente** | **m(o) Juana María Anselmo Arrunátegui** |
| **Correo Institucional** | janselmo@unjfsc.edu.pe |
| **N° De Celular** | 934491577 |



1. **SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO**

|  |  |
| --- | --- |
|  IDENTIFICACIÓN | . La asignatura corresponde al bloque de formación profesional especializada,Esta asignatura es teórico práctico la cual está dividida en 4 módulos y programada para desarrollarse en un total de 16 semanas. |
| COMPETENCIAS | Se propone desarrollar en el estudiante competencias que le permitirán proyectar de manera integral los sistemas de comunicación de una empresa u organización para establecer programas de cultura e identidad corporativa efectuando un alto compromiso social. |
| CONTENIDOS | -mensajes y formas de comunicación que se dan en la organización.-sistemas de comunicación de una empresa u organización- cultura e identidad corporativa efectuando un alto compromiso social. |
| PRODUCTO | Planteamiento de proyectos virtuales de implementación de oficinas de comunicación. |



1. **CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA** | **NOMBRE DE LA****UNIDAD DIDACTICA** | **SEMANAS** |
| **UNIDAD I** | **Ante una problemática real de las organizaciones conoce y Comprende** el rol y la importancia que tiene la comunicación en las organizaciones |  **LA COMUNICACIÓN****FORMAS Y MENSAJES**  | **1-4** |
| **UNIDAD**  **II** | **En toda organización Reconoce e identifica** cómo la comunicación se convierte en una herramienta vital para las organizaciones desde lo estratégico, identificando diferentes sistemas de comunicación existentes en las empresas u organizaciones. | **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL** **(sistemas de comunicación en empresas y organizaciones** | **5-8** |
|  |
|  **UNIDAD**  **III**  | . **Reflexiona y explica** sobre la importancia de la misión y la visión de una empresa para lograr cultura e identidad corporativa de sus colaboradores a través de estrategias comunicacionales internas y externas |  **ESTRATEGIAS EN COMUNICACIÓN INTERNA Y COMUNICACIÓN EXTERNA** | **9-12** |
| **UNIDAD**  **IV** | Como parte del COMPROMISO SOCIAL, ante la problemática de las organizaciones**, Propone y** **ejecuta** los procesos que se desarrollan para que exista una buena comunicación y relación entre las empresas y sus públicos | **PLANES Y PROYECTOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA** | **13-16** |
|  |



1. **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

|  |  |
| --- | --- |
| **NÚMERO** | **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO** |
| **1** | **Analiza** el proceso de la comunicación y sus componentes- Barreras de comunicación. |
| **2** | **Explica** con claridad la comunicación organizacional, Clases de comunicación e identifica los factores que influyen en la comunicación, flujos y tipos de comunicación |
| **3** | **Debate** las distintas posiciones de las escuelas del comportamiento Organizacional |
| **4** | **Identifica** y propone Organigramas en las empresas y/o instituciones su relación con la comunicación interna y externa |
| **5** | **Identifica** con claridad La comunicación organizacional, sus tipos y dimensiones |
| **6** | Aplica La comunicación en favor de la cultura corporativa. |
| **7** | Identifica, y propone actividades actuales del rol del DIRCOM en las organizaciones. |
| **8** |  **Identifica** las diferentes formas de comunicación interna, la importancia del buen clima laboral, identidad y tipos de comunicación interna. |
| **9** | Aplica La gestión de la comunicación interna, utilizando adecuadamente sus herramientas. Beneficios de la comunicación interna |
| **10** | Elabora planes de comunicación interna |
| **11** | Identifica diferentes formas de Comunicación externa en las organizaciones, Imagen corporativa –Reputación Corporativa-Medios de comunicación externa. |
| **12** | Elabora planes de Comunicación en la Gestión de Responsabilidad social- Beneficios de Responsabilidad social en el Perú. |
| **13** | Elabora proyectos de implementación de oficinas de comunicación en las organizaciones con sus respectivos planes de comunicación |
| **14** | Propone Y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 1 Y 2 |
| **15** | Propone Y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 3 Y 4 |
| **16** | Propone Y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 5 Y 6 |



**V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: *Ante una problemática real de las organizaciones conoce y Comprende el rol y la importancia que tiene la comunicación en las organizaciones*** |
|  | **Semana** | **Contenidos** | **Estrategias de la enseñanza virtual** | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Unidad** i : **LA COMUNICACIÓN** **FORMAS Y MENSAJES**  |  **Conceptual** | **Procedimental** | **Actitudinal** |
| 1 | La comunicación y sus componentes.Barreras de comunicación | Identifica y Compara diferentes conceptos de comunicación y sus componentes | .Reconoce el concepto de comunicación y sus componentes en las organizaciones | **Expositiva (Docente/Alumno)*** Uso del Google Meet

**Debate dirigido (Discusiones)*** Foros, Chat

**Lecturas*** Uso de repositorios digitales

**Lluvia de ideas (Saberes previos)*** Foros, Chat
 | Analiza el proceso de la comunicación y sus componentes- Barreras de comunicación |
| 2 | Clases de comunicación, factores que influyen en la comunicación, tipos de comunicación | Identifica . clases de comunicación, factores que influyen y sus tipos | Asume y Transforma sobre los diferentes factores que influyen en la comunicación y sus tipos | \* Explica con claridad la comunicación organizacional, Clases de comunicación e identifica los factores que influyen en la comunicación, flujos y tipos de comunicación |
| 3 | Escuelas del comportamiento organizacional | Analiza las principales escuelas y teorías del comportamiento organizacional. | Organiza el trabajo de manera eficiente y con pleno conocimiento de las diferentes teorías del comportamiento organizacional | Debate las distintas posiciones de las escuelas del comportamiento Organizacional |
| 4 | Los organigramas en las Empresas y su relación con la com. interna y externa | Investiga y compara diferentes organigramas en las empresas e instituciones de la localidad | . Distingue Organigramas en las empresas y/o instituciones su relación con la comunicación interna y externa. | Identifica y propone Organigramas en las empresas y/o instituciones su relación con la comunicación interna y externa |
|  |  |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** |
| * Estudios de Casos
* Cuestionarios
 | * Trabajos individuales y/o grupales
* Soluciones a Ejercicios propuestos
 | * Comportamiento en clase virtual y chat
 |



|  |  |
| --- | --- |
|  **Unidad didáctica II:** **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL** **(sistemas de comunicación en empresas y organizaciones** | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II:**  **En toda organización Reconoce e identifica** cómo la comunicación se convierte en una herramienta vital para las organizaciones desde lo estratégico, identificando diferentes sistemas de comunicación existentes en las empresas u organizaciones. |
| **Semana** | **Contenidos** | **Estrategias de la enseñanza virtual** | **Indicadores de logro de la capacidad** |
|  **Conceptual** | **Procedimental** | **Actitudinal** |
| 5 |  La comunicación Organizacional, tipos, dimensiones, sistemas de comunicación de empresas y organizaciones | Identifica e investiga el desarrollo de la comunicación organizacional y empresarial, sus tipos y dimensiones.  |  **Asume**  y establece actividades de comunicación organizacional-empresarial en las instituciones. | **Expositiva (Docente/Alumno)**Uso del Google Meet  | Identifica con claridad La comunicación organizacional, sus tipos y dimensiones |
|  | La comunicación y su impacto en la cultura corporativa. |  Identifica conceptos de comunicación y su impacto en la cultura corporativa. | **Asume** valorativamente la relación entre comunicación y cultura corporativa |  Aplica La comunicación en favor de la cultura corporativa |
| 6 | Lecturas: Uso repositorios digitales |
| 7 |   El rol del DIRCOM en las organizaciones  |  Identifica y Debate sobre el rol del DIRCOM en las organizaciones | Asume actividades del DIRCOM en las organizaciones | Lluvia de ideas (saberes previos). Foros, chat.Debate dirigido: (Discusiones)Foros y chat |  Identifica, y propone actividades actuales del rol del DIRCOM en las organizaciones |
| 8 |   La comunicación interna, el clima laboral, identidad corporativa, tipos, Herramientas | . Establece el funcionamiento de comunicación interna en las organizaciones, el clima laboral, identidad corporativa, tipos, herramientas |  . Identifica el funcionamiento de la comunicación interna de las organizaciones | Identifica las diferentes formas de comunicación interna, la importancia del buen clima laboral, identidad y tipos de comunicación interna |
|  | **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** |
| * Estudios de Casos
* Cuestionarios
 | * Trabajos individuales y/o grupales
* Soluciones a Ejercicios propuestos
 | * Comportamiento en clase virtual y chat
 |



|  |  |
| --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Reflexiona y explica** sobre la importancia de la misión y la visión de una empresa para lograr cultura e identidad corporativa de sus colaboradores a través de estrategias comunicacionales internas y externas. |
| **Unidad didáctica III: ESTRATEGIAS EN COMUNICACIÓN INTERNA Y COMUNICACIÓN EXTERNA** | **Semana** | **Contenidos** | **Estrategias de la enseñanza virtual** | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Conceptual** | **Procedimental** | **Actitudinal** |
| 9 |  . Conceptos de gestión de la Comunicación interna - herramientas qué utiliza la comunicación interna. | **Identific**a conceptos y ejemplos . sobre gestión de la comunicación interna y la aplicación de sus herramientas | . Asume los diferentes conceptos y ejemplos . sobre gestión de la comunicación interna y la aplicación de sus herramientas | **Expositiva (Docente/Alumno)*** Uso del Google Meet

**Debate dirigido (Discusiones)*** Foros, Chat

**Lecturas*** Uso de repositorios digitales

**Lluvia de ideas (Saberes previos)*** Foros, Chat
 |  **Aplica la gestión de la comunicación interna, utilizando adecuadamente sus herramientas. Beneficios de la comunicación interna** |
| 10 |  El plan de comunicación interna. |  **Compara** planes de comunicación interna en las organizaciones locales | Elabora planes de comunicación corporativa interna. | **Elabora planes de comunicación interna** |
| 11 |  Formas de Comunicación externa en las organizaciones, Imagen corporativa –Reputación Corporativa-Medios de comunicación externa | Identifica formas de comunicación externa utilizando planes de comunicación para modificar imagen y reputación. |  Ejecutaformas de comunicación externa utilizando planes de comunicación para modificar imagen y reputación. | **Identifica diferentes formas de Comunicación externa en las organizaciones, Imagen corporativa –Reputación Corporativa-Medios de comunicación externa.** |
| 12 | Planes de Comunicación en la Gestión de Responsabilidad social- Beneficios de Responsabilidad social en el Perú. | . Analiza una serie de estrategias en organizaciones a través de Planes de Comunicación en la Gestión de Responsabilidad social | Selecciona los principales métodos y herramientas que se utiliza para la realización de actividades de Responsabilidad social corporativa | **Elabora planes de Comunicación en la Gestión de Responsabilidad social- Beneficios de Responsabilidad social en el Perú** |
|  | **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** |
| * Estudios de Casos
* Cuestionarios
 | * Trabajos individuales y/o grupales
* Soluciones a Ejercicios propuestos
 | * Comportamiento en clase virtual y chat
 |



|  |  |
| --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV:** Como parte del COMPROMISO SOCIAL, ante la problemática de las organizaciones**, Propone y** **ejecuta** los procesos que se desarrollan para que exista una buena comunicación y relación entre las empresas y sus públicos |
|  **Unidad Didáctica IV: PLANES Y PROYECTOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA** | **Semana** | **Contenidos** | **Estrategias de la enseñanza virtual** | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Conceptual** | **Procedimental** | **Actitudinal** |
| 13 | Proyectos de implementación de oficinas de comunicación en las organizaciones |  Establece su propuesta de proyecto de implementación de una oficina de comunicación. | Defiende valorativamente su propuesta de proyecto de implementación de una oficina de comunicación.  | **Expositiva (Docente/Alumno)*** Uso del Google Meet

**Debate dirigido (Discusiones)*** Foros, Chat

**Lecturas*** Uso de repositorios digitales

**Lluvia de ideas (Saberes previos)*** Foros, Chat
 | Elabora proyectos de implementación de oficinas de comunicación en las organizaciones con sus respectivos planes de comunicación |
| 14 | Estructura y planteamiento de Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 1 Y 2 | Compara Estructuras y la forma como se plantea y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 1 Y 2 | .Ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 1 Y | Propone Y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 1 Y 2 |
| 15 | .Estructura y planteamiento de Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 3 Y 4 |  Compara Estructuras y la forma como se plantea y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 3 Y 4 |  Ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 3 Y 4 | Propone Y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 3Y 4 |
| 16 | Estructura y planteamiento de Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 5 Y 6 | . Compara Estructuras y la forma como se plantea y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 5Y 6 | . Ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 5 y 6 | Propone Y ejecuta Proyectos de implementación de oficinas de comunicación GRUPO 5 Y 6 |
|  | **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** |
| * Estudios de Casos
* Cuestionarios
 | * Trabajos individuales y/o grupales
* Soluciones a Ejercicios propuestos
 | * Comportamiento en clase virtual y chat
 |



1. **MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS**

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. **MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES**
* Casos prácticos
* Pizarra interactiva
* Google Meet
* Repositorios de datos
1. **MEDIOS INFORMATICOS:**
	* Computadora
	* Tablet
	* Celulares
	* Internet.



1. **EVALUACIÓN**

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. **Evidencias de Conocimiento.**

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

1. **Evidencia de Desempeño.**

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

1. **Evidencia de Producto.**

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VARIABLES** | **PONDERACIONES** | **UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS** |
| Evaluación de Conocimiento | **30 %** | El ciclo académico comprende 4 |
| Evaluación de Producto | **35%** |
| Evaluación de Desempeño | **35 %** |

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF= \frac{PM1+PM2+PM3+PM4}{4}$$



## BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

##  8.1 Fuentes bibliográficas

 **UNIDAD DIDACTICA I:**

Autor: Emeterio Gómez, Víctor Guédez e Italo Pizzolante

Idioma: Castellano,

Año y editorial: 2008, profranquicia

World Café. El nuevo paradigma de comunicación organizacional y social. (Mex).

Autor: Juanita Brown, David Isaacs y la Comunidad del World Café.

Idioma: Castellano

Año y editorial: 2006. CECSA.

## UNIDAD DIDACTICA II:

LOSADA, José Carlos (coord.) (2005) Gestión de la comunicación en las organizaciones. Ariel, Barcelona.

SOTELO, C. (2001) Introducción a la comunicación institucional. Ariel, Barcelona.

COSTA, Joan. (ed.) (2004) DirCon on-line. Grupo Editorial Design. La Paz.

Otras referencias bibliográficas

BEL MALLÉN, J. I. (coord.) (2004) Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones. Eunsa, Pamplona.

DANSEREAU, F. y MARKHAM, S. (1987) “Superior-subordinate communication: multiple levels of analysis”. En: JABLIN, F., PUTNAM, L., ROBERTS, K. y PORTER, L. (eds.) Handbook of organizational communication, Sage, Newbury Park.

## UNIDAD DIDACTICA III:

DANSEREAU, F. y MARKHAM, S. (1987) “Superior-subordinate communication: multiple levels of analysis”. En: JABLIN, F., PUTNAM, L., ROBERTS, K. y PORTER, L. (eds.) Handbook of organizational communication, Sage, Newbury Park.

DEETZ, S. (2001) Conceptual foundations. En: JABLIN, Frederic M. y PUTNAM, Linda L. (eds.) The new handbook of organizational communication. Advances in Theory, Research and Methods. Sage, Thousand Oaks.

GRUNIG, J. E. (ed.) (1992) Excellence in public relations and communication management. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.

HEAT, R. (ed.) (2001) Handbook of public relations. Sage, Thousand Oaks

 LAPORTE, J. M. (2001) Entusiasmar a la propia institución. Gestión y comunicación interna en las organizaciones sin ánimo de lucro. Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid.



UNIDAD DIDACTICA IV:

MILLER, K. y MONGE, P. (1986) “Participation, satisfaction, and productivity: A meta-analitic review”, en Academy of Management Journal, 29 (4), pp. 727-753.

PORTO SIMOES, R. (1993) Relaciones públicas, función política. Consejo Superior

SERNA GÓMEZ, Humberto. (ed.) (1996). Planeación y gestión estratégica. Ram Editores. Bogotá.

Comunicación y Relaciones Públicas de España, Barcelona**.**

Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa.(ESP)

Tres Visiones de la Ética y la Responsabilidad Social en la empresa del siglo XXI. (VE

* 1. **Fuentes electrónicas:**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_organizacional>

 <http://html.rincondelvago.com/comunicacion-organizacional_4.html>

 Huacho, 01 junio de 2020