

FORMATO DE PROGRAMA DE ENSEÑANZA

2015

1. Denominación de la asignatura

Comunicación organizacional.

2. Tipo de asignatura

Seminario.

3. Carga horaria

4 hs semanales.

4. Equipo docente y funciones de cada integrante

Jorge Elbaum –titular de cátedra

Pablo Falik –jefe de trabajos prácticos

5. Fundamentos de la asignatura

Las organizaciones sociales, en todas sus variantes, sean estas empresas, agencias públicas u organizaciones no gubernamentales no son un dato construido, sino un proceso dialéctico, resultado de la tensión permanente entre lo 'instituido' y lo 'instituyente'.

En ese contexto la comunicación, en tanto diálogo y relación nos proyecta de manera inmediata a la sociedad, a los espacios donde se construyen los vínculos sociales y a sus modos de organización. En particular, al campo laboral y a las relaciones que se construyen a partir y para el mundo del trabajo.

Podemos leer a las organizaciones como redes de relaciones a partir de las cuales se generan sentidos que pueden entenderse como cultura institucional. El proceso comunicacional hace posible que, a través del intercambio, diferentes actores construyan una identidad común, colectiva, con la cual identificarse en el escenario social.

6. Objetivos generales de la misma

Hacer comprensible las problemáticas comunicacionales ligadas a las organizaciones y a los impactos que estos vínculos tienen sobre el trabajo.

Se busca además que los alumnos puedan objetivar las situaciones comunicativas y analizar las mismas a través de las herramientas analíticas y metodológicas, provistas por las ciencias sociales.

7. Objetivos específicos (saberes y/o destrezas que van a adquirir los alumnos).

Estarán en condiciones de identificar, diagnosticar y gestionar, situaciones de comunicación, poniendo en contexto las herramientas creadas para tal fin, con los principales aspectos de gestión organizacional, en tanto su valor comunicativo.

8. Contenidos

Unidad 1: Aporte a RRHH desde los procesos comunicacionales

- Temáticas y problemáticas de RRHH, abordadas desde una perspectiva comunicacional
- La comunicación interna como herramienta de gestión organizacional
- La CI desde la cultura organizacional y la naturaleza comunicativa de la cultura
- La CI como agente de cambio
- Imagen; comunicación corporativa y RRHH

Unidad 2: La gestión estratégica de la CI

- Intervención desde la comunicación
- Noción de estrategia y etapas del planeamiento comunicacional
- Análisis comunicacional situacional
 - Identificación de las VCC
 - Mapeo de actores
 - Técnicas de investigación
 - Análisis de la información
- Planeamiento estratégico
- Medición de CI

Unidad 3: La nueva agenda de RRHH y acciones de comunicación interna

- Acciones de comunicación interna en función de los cambios sociales y nuevas prácticas que impactan al interior de la organización.
- Diversidad generacional
- Balance trabajo-familia
- Mobbing
- Responsabilidad social interna
- Marca empleador
- Medios y acciones de CI
- Principales herramientas de la comunicación interna
- Nuevas tecnologías aplicadas a la CI

9. Modalidad de enseñanza (clases teóricas, prácticas, trabajo de campo

- Clases teóricas

- Clases de practica con metodología de casos

10. Régimen de evaluación

Promocional.

11. Modalidad de evaluación de los estudiantes (parciales presenciales escritos, monografías, trabajos prácticos, etc.).

- Dos trabajos prácticos sobre un plan estratégico de comunicación interna de una organización a elección de los alumnos.
- Dos instancias intermedias denominadas entregables, con herramientas de análisis de la comunicación interna de la misma organización.