

Nombre de la Asignatura: Comunicación Estratégica 3

a) Generalidades:

Número de Orden: 32	Código: CES3	Duración del Ciclo en Semanas: 16
Pre- Requisito (s): Comunicación Estratégica 2 (CES2)	Ciclo Académico: VII	Duración/Hora Clase: 50 minutos
	Área: Fundamentación	Número/Hora Clase por Ciclo: 64
	U. V.: 3	Horas Teóricas/Semanales: 2
		Horas Prácticas/Semanales: 2

b) Descripción de la Asignatura:

Esta asignatura se concentra en analizar y practicar las áreas de la gestión de comunicación institucional, especialmente lo referido al papel del Director de Comunicación o Asesor de Comunicaciones, según sea el caso la aplicación es la misma. Es importante mencionar algunos conocimientos prácticos que se estudian como el entrenamiento de voceros, la elaboración y evaluación de mensajes, la relación con medios de comunicación, generación de publicity, *know how* de conferencias de prensa, el diseño de estrategias, rutinas y procesos comunicacionales recomendables y comprobados. Se abordarán las tácticas para evitar los errores más comunes en la comunicación de organizaciones; esto en tiempos estables y de crisis. Se conocerán los componentes de Cultura Corporativa que hacen a una empresa deseable para trabajar y que refleja su armonía interna en todas las expresiones de comunicación hacia sus diversos públicos externos.

La comunicación institucional profesionalmente gestionada, juega un papel estratégico en el funcionamiento de cualquier tipo de organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, en tanto que permite armonizar todos los públicos involucrados con ella. Asimismo la asignatura incluye el aprendizaje de habilidades de inteligencia emocional que son fundamentales para enfrentar los retos comunicacionales que se presenten y lograr que las propuestas que se formulen sean bien aceptadas por los públicos meta.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Analizar, comprender y aplicar las áreas de gestión que deben componer la comunicación dentro de una institución, evidenciar los beneficios que traen para la organización sea cual sea su naturaleza y los errores en que se cae por falta de conocimiento de dichas áreas o por ausencia de comunicación estratégica.

Objetivos Cognitivos:

Conocer el papel estratégico de la comunicación institucional, en la consecución de los objetivos de la organización con cada uno de los *stakeholders* o públicos.

Objetivos Procedimentales:

Aprender el proceso de la difusión noticiosa que debe seguir un comunicador institucional a fin de posicionar temas en la opinión pública y por lo tanto en los medios.

Lograr que los alumnos conozcan algunas de las herramientas más utilizadas con que se trabaja la gestión de comunicación de una empresa.

Diseñar planes y manuales de comunicación que ordenen el día a día del manejo de comunicación adentro de una institución.

Objetivos Actitudinales:

Demostrar a los estudiantes que aparte de los conocimientos técnicos de su carrera son requeridos hoy en día, conocimientos útiles y prácticos sobre la comunicación interpersonal y el trabajo en equipo, las dinámicas del liderazgo dentro de las organizaciones, y técnicas de influencia y persuasión a nivel individual o grupal.

Reforzar las habilidades sociales que inciden en el ambiente laboral y en la cultura organizacional, partiendo del reconocimiento de la complejidad social de las relaciones institucionales

d) Contenidos:

UNIDAD I: Relaciones Informativas

- Recomendaciones para diversas formas de difusión noticiosa
- Relaciones informativas, las comunicaciones especiales.
- Errores más recurrentes de la Comunicación Institucional en:
 - *Prensa*
 - *Eventos*
 - *Ruedas de prensa*
 - *Empleados*
- Gestión de Intangibles
- El plan integral de comunicación

UNIDAD II: Claves de Inteligencia Emocional para la Comunicación Interna

- Concepto de Inteligencia Emocional y aplicaciones en el ámbito laboral
- Liderazgo
- Motivación
- Empatía
- Trabajo en equipo
- Comunicación Interna
- Tipos de Comunicación Interna
- Funciones de la Comunicación Interna
- Puntos débiles de la comunicación interna
- La gestión de la calidad total y la CI
- Cultura Corporativa
- Componentes de la Cultura Corporativa
- El cambio de la Cultura Corporativa

UNIDAD III: Gestión de la Comunicación en Crisis

- Errores más recurrentes de la comunicación institucional en Crisis
- Recomendaciones para comunicación en crisis
- Análisis de casos.
- El Manual de Crisis.

e) Estrategia Metodológica

Dada la importancia de la Asignatura, ésta comprende una parte teórica de un 50% y una práctica de 50%, desarrollándose en distintas actividades, dándole prioridad a las siguientes:

Los alumnos deberán leer los documentos, libros o blogs designados, con el propósito de tratar los temas leídos en discusiones de clase, las que buscarán ejemplificar esos temas con acontecimientos de actualidad nacional e internacional.

Hablaremos de casos y problemas de la realidad empresarial salvadoreña. El grupo tratará de proponer soluciones sobre el “cómo se podría resolver con comunicación”. Los alumnos harán presentaciones sobre algunos temas de la materia que les sean designados.

Exámenes escritos y orales (énfasis en comprensión y capacidad analítica, no en memorización)

- Laboratorios sorpresa (de contenido y control de lectura de libros, blogs y demás lecturas de la clase)
- Investigaciones bibliográficas y de campo
- Presentaciones públicas de trabajos grupales

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
<i>Comunicación Interna Eficiente</i>	Bland, Michael y Jackson, Peter	Editorial Legis	Colombia,	1992	3
<i>Inteligencia Emocional en la Empresa</i>	Daniel Goleman	Vergara	Argentina	1999	3
<i>Comunicación y Organización</i>	Bartoli, Annie	Ediciones Paidós	Buenos Aires	1992	3
<i>Comportamiento Organizacional</i>	Robbins, Stephen	Prentice Hall Interamericana S.A	México	1993	3
<i>Sociología para la Empresa.</i>	Lucas Marín, Antonio	McGraw Hill	México	1994	3
<i>El Libro de Oro de las Relaciones Públicas</i>	Barquero Cabrero, José Daniel.	Ediciones Gestión 2000	Barcelona. España	2002	3
<i>La empresa Dialogante. Quiero trabajar aquí.</i>	Villafañe, Justo.	Pearson	Madrid, España	2006	3

Otras fuentes: Blogs

Orihuela, José Luis (ecuaderno.com)
Valbuena, Felicísimo (Universo Dircom)
Villafañe, Justo (Villafane.com)