**Departamento:** Departamento de Ciencias de la Comunicación

**Carrera:** Licenciatura en Comunicación Institucional y Desarrollo

**Asignatura:** Introducción a la comunicación organizacional. **Código/s:** 282

**Curso:** Primer año - Primer Cuatrimestre

**Comisión:** única

**Régimen de la asignatura:** cuatrimestral

**Asignación horaria semanal:** 4

**Asignación horaria total:** 60hs.

**Créditos:** 4

**Profesor Responsable:** Mg. María Marta Balboa – jefe de Trabajos Prácticos – Exclusiva

**Año académico:** 2023

**Lugar y fecha:** Río Cuarto, 11 de marzo de 2023

1. **FUNDAMENTOS**

**Articulación curricular**

La asignatura “Introducción a la Comunicación organizacional” (C. 282) se ubica en primer año, primer cuatrimestre, de la carrera “Comunicación Institucional y Desarrollo” perteneciente al Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Rio Cuarto. Junto con la asignatura “Teoría del Desarrollo” (C. 6143) constituyen las asignaturas específicas que componen el primer año de la carrera Lic. En Comunicación Institucional y Desarrollo.

En términos de diseño curricular, la asignatura corresponde a la tipología “curso teórico-practico (CTP)” lo cual implica:

“Los cursos implican un núcleo de contenidos de una rama disciplinar. Cada curso se integra al plan de estudios a partir de una lógica de articulación en niveles de complejidad creciente. Estos espacios se complementan, además, con propuestas pedagógicas adecuadas y dispositivos didácticos vinculados al perfil profesional. Como actividades concretas se prevé el análisis de fuentes bibliográficas, redacción de informes, debates, producciones en equipos. Los créditos asignados a los cursos representan el doble de las horas áulicas. Para su aprobación, los CTP pueden promocionarse o rendirse en los turnos de exámenes habituales”

Sus contenidos mínimos propuestos son los siguientes: La comunicación institucional como actividad profesional: gestión de la comunicación interna y externa de la organización en vinculación con su contexto. La comunicación institucional como cuerpo teórico: modelos comunicativos de las ciencias sociales con fines de desarrollo organizacional y social. La comunicación institucional como actividad estratégica: acciones concertadas configuradoras de la organización y su contexto en respuesta a necesidades y demandas de comunicación en sus diferentes públicos. Perfiles, roles, tareas y contextos del comunicador institucional. Introducción a las herramientas de los procesos de investigación e intervención en organizaciones diversas.

Nos encontramos frente a una asignatura que se caracteriza por ser una introducción. Como tal, nos abocamos a aproximar a lxs estudiantes a problemáticas del campo profesional convencional e incursionar en espacios no convencionales o no formales de la comunicación institucional y el desarrollo. Así, se nos plantea el desafío de:

1. presentar al estudiante un conjunto de núcleos teóricos claves que puedan traducirse a conceptos comprensibles para ingresantes quienes son noveles en las tradiciones teóricas y metodologías del campo de la comunicación organizacional. Los mismos serán objeto de problematización en las asignaturas futuras del plan.
2. Idear dispositivos pedagógicos que permitan al estudiante ingresante recuperar sus experiencias vitales e hitos biográficos en espacios del mundo social y vida cotidiana, como modo de hallar en ellas las primeras pistas acerca de los roles y tareas del comunicador institucional.
3. Posibilitar las primeras oportunidades para abordar problemáticas complejas, con anclaje local/regional, desde una perspectiva multidimensional.

Al tratarse de una asignatura de primer año y tener carácter introductorio, nos proponemos incorporar -en modo transversal- la explicitación de recursos y estrategias de aprendizaje, que favorezcan los procesos de alfabetización académica. En términos alfabetización universitaria nos interesa que el estudiante pueda atravesar los siguientes caminos en sus habilidades cognitivas:

* La transición de las listas de ideas a la (re) construcción de arquitecturas conceptuales;
* La transición de las ideas de nadie a la palabra propia;
* La capacidad de anticipación de lo que se espera de él, a partir de comprender las operaciones cognitivo lingüísticas.
* La toma de conciencia de los enfoques de escritura que asumió el ingresante;
* Las dimensiones de los textos (situacional, semántica, funcional y formal) en los materiales que produzca;
* La necesidad de desarrollar la capacidad de la reformulación paradigmática pasajes primordiales para una formación de excelencia y con actitud crítica del profesional universitario

**Aportes al perfil profesional:** La asignatura aporta, en sintonía con lo establecido en el plan de estudios vigente, al perfil del egresado[[1]](#footnote-1) en los siguientes conocimientos y habilidades:

- Una actitud ética reconocedora de la importancia de la comunicación como proceso de promoción humana y desarrollo social

- Una formación orientada al trabajo interdisciplinario en las disciplinas de la sociedad, la cultura y los seres humanos convergentes en el campo de estudios de la comunicación

- Una habilidad para asesorar, diagnosticar, diseñar, planificar, evaluar y gestionar políticas, sistemas, procesos, proyectos y productos de comunicación en diferentes instituciones, organizaciones y grupos

- Una competencia para el desempeño en múltiples escenarios socioculturales mediante propuestas de comunicación pertinentes a las diversas situaciones.

**Diseño conceptual**

La asignatura se propone como un espacio de conocimiento que parte de reconocer a la comunicación como dimensión constitutiva de las organizaciones en las cuales el profesional del campo despliega sus tareas. En esta línea, pensamos que la comunicación institucional opera sobre aquello que corresponde a las formas simbólicas de los procesos organizacionales y del contexto político, económico, cultural, por nombrar algunas dimensiones. Estas formas simbólicas, operan en un continuo que se desliza desde el polo de la información -entendidas como unidades de saber- pasa por el polo denominado comunicación (Pasquali) -entendida como relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad-.y finaliza en clave latinoamericana al comprender a la comunicación -desde una perspectiva antropológica- como: “modelos de comportamiento, gramáticas axiológicas, sistemas narrativos” (Barbero)

En ese continuo, exploraremos distintas formas de conceptualización de la comunicación institucional que se hallaran en algún punto de la polaridad mencionada. Como segunda forma de aproximación, desplegaremos una mirada en torno a las formas de entender la comunicación institucional en su estructura, dinámica y contexto caracterizando los enfoques: analíticos/funcionalistas, críticos e interpretativos. Finalizamos este recorrido haciendo un breve sondeo en término a la palabra estrategia.

A partir de las reflexiones sobre la dimensión estratégica de la comunicación, habilitamos un segundo eje de contenidos orientados por la siguiente pregunta: ¿Para qué, cómo y porqué realizamos tareas de comunicación institucional en la organización? ¿Cómo trabajamos en cada tipo de organización y/o espacio?

Creemos que los espacios curriculares tienen que actuar en tres dimensiones temporales: la mediana, el mediano y el largo plazo. Tenemos que pensar en aportar a procesos de transformación social y emancipación que se proyectan en un largo plazo sin desconocer que nuestros estudiantes –dado la ubicación en el currículo de la asignatura- deben acceder a herramientas que lxs potencien en el desafío de lograr el empleo o el trabajo.

En este marco, proponemos observar la tarea profesional desde las preguntas: ¿Cuáles son las áreas generales en las que se desempeña un comunicador institucional? elegimos -entre otras muchas posibilidades- ordenar el campo profesional a partir de la división -porosa y permeable- de la comunicación interna y la comunicación externa y; ¿Cuáles son las dimensiones básicas del proceso de comunicación organizacional?

Queremos explicitar que esta propuesta curricular es solo “una de las tantas formas posibles” en que pueda pensarse la articulación de “contenidos y estrategias metodológicas” en una asignatura. Nuestras elecciones teóricas iluminan algunos espacios de la realidad y opacan otros. En este marco, nos proponemos una vigilancia epistemológica permanente que nos obligue a revisar, junto con otros actores universitarios, nuestras elecciones epistemológicas, teóricas y pedagógicas.

El diseño de este programa se ha realizado en función de lo dispuesto en la reglamentación vigente:

* Resolución N° 120/2017 “Régimen de Estudiantes y de Enseñanza de Pregrado y Grado de la Universidad Nacional de Rio Cuarto” Consejo Superior. UNRC
* Resolución Nº 297/2017 “Hacia Un Currículo Contextualizado, Flexible E Integrado - Lineamientos Para Orientar La Innovación Curricular” Consejo Superior. UNRC

**En términos de elaboración del presente programa,** optamos por el uso la letra equis (x) para reemplazar las letras en las palabras que denotan el género de las personas. El uso de la x nos permite conjugar la posibilidad de visibilizar las disidencias sexo-genéricas más allá de uso dominante del masculino en la academia la facilidad de los procesos de lectura y economía de la escritura.

1. **OBJETIVOS**

Se espera que lxs estudiantes al finalizar el cursado de la asignatura puedan:

***Comprender a la Comunicación Organizacional como campo profesional de teoría y práctica pertinente para la gestión de procesos, la producción de materiales y la investigación de la comunicación***

Para ellos, creemos que tienen que poder llegar a los siguientes logros:

* Comprender a la comunicación como dimensión inherente a los diversos sistemas organizacionales-institucionales.
* Reconocer los perfiles y las tareas criticas/esenciales del comunicador institucional en los distintos escenarios laborales.
* Desplegar una caja de herramientas técnico-instrumentales que le permitan al estudiante el reconocimiento de problemas y desafíos de comunicación organizacional.
* Desarrollar autonomía y tolerancia a la incertidumbre desplegando habilidades para gestionar la ambigüedad, la contradicción y el conflicto en las trayectorias educativas vinculadas al ingreso a la cultura académica profesional de la comunicación social.
1. **CONTENIDOS**

**Unidad 1 – Historización del campo de la comunicación organizacional. La comunicación organizacional. Conceptualizaciones iniciales y actuales. De la circulación de mensajes al coordinador de conversaciones. Breve caracterización de los paradigmas analíticos/funcionalistas, críticos e interpretativas. Estrategias de comunicación organizacional. De la información a la comunicación y la cultura: perspectiva del desarrollo.**

Historización del campo

Marin, L. A. (1997) “La comunicación en las empresas y en las organizaciones” Bosch Comunicación, España. Fragmento: Capítulo 2 “Teoría de la organización y la comunicación” Pp. 43 a 65

Túñez, Miguel (2012): La gestión de la comunicación en las organizaciones. Zamora, España: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones. Fragmentos: Capítulo I “La comunicación en las organizaciones” Pp. 13 a 19

Weil, [P.](http://www.tematika.com/buscar.do?seccionDeBusqueda=En+Libros&seccion=1&claveDeBusqueda=porAutor&txtencoded=Pascale+Weil&idAutor=132098&criterioDeOrden=2&idSeccion=1&texto=Pascale+Weil&optSeleccionada=Autor&idSeccionPropia=1)  (1992) La Comunicación Global. Paidos Ibérica Capítulo 2 “De la Empresa a la Institución” Pp. 25-37.

Auditoría de comunicación. Un método de análisis de las comunicaciones públicas Adriana Amado Suárez Maximiliano Bongiovanni María José Bustos María Eugenia Etkin. La Crujía Ediciones, DIRCOM, Buenos Aires, Argentina. 2008. Capítulo 1 Analizar la comunicación y sus prácticas Por Adriana Amado Suárez Pp. 9 a 48.

Voces reconocidas en Comunicación Organizacional en de América Latina ORGANICOM – ANO 16 – N. 30 – 1º SEM. 2019 – MARÍA ANTONIETA REBEIL CORELLA / MARGARIDA KROHLING KUNSCH – P. 165 a 174

Conceptualización de la comunicación.

URANGA, W. (2020) Perspectiva comunicacional. Pp. 24-39 En: Washington Uranga y Teresita Vargas (coord.) Planificación y gestión de procesos comunicacionales.  La Plata, Argentina. Ediciones de Periodismo y Comunicación Social.

Fernandez Collado (2009) La comunicación en las organizaciones. Mexico: Ed. Trilla. Fragmento: 11-15

Francisco J. Garrido Gerald M. Goldhaber Linda L. Putnam (2020) Fundamentos de Comunicación Organizacional de la organización a la estrategia en el Siglo XXI. Organizational Communication Global Network. Fragmento: Capítulo I ¿qué es la comunicación organizacional?. Pp.17 a 39

Bronstein, V.; Gaillard, J.  C. (1995) “La Comunicación en las Organizaciones” Instituto Nacional de la Administración Pública. Programa de Formación Superior. Buenos Aires.

De la información a la comunicación. Perspectiva del desarrollo.

Cañizalez, A. (2010). Pasquali y la comunicación humana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 0*(109), 09 - 12. Recuperado de:<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/108/120>

Daniela Bruno y Lucía Guerrini (2014) La dimensión cultural del desarrollo: rastreo histórico de los principales enfoques y estrategias de abordaje comunicacional En Editoras Daniela Bruno y Lucía Guerrini “Cultura y posdesarrollo : perspectivas, itinerarios y desafíos de la comunicación para el cambio social” La Plata, Argentina: (IICOM), Ediciones de Periodismo y Comunicación Social. Pp 24 a 75

Breve caracterización de los paradigmas analíticos/funcionalistas, críticos e interpretativas.

Saladrigas Medina, Hilda Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos Revista Latina de Comunicación Social, vol. 8, núm. 60, enero-diciembre, 2005, p. 0 Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social Canarias, España, Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/819/81986008.pdf>

**Unidad 2 - La comunicación institucional como actividad modelizadora de la dirección de la organización: Imagen, Identidad, cultura organizacional. Propuesta de Valor. Posicionamiento. Rol y tareas del comunicador en los distintos ámbitos: estado, mercado y el mundo asociativo.**

Capriotti, Paul (1992) La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada, El Ateneo, Barcelona. Capítulo 3 “Definición de imagen” Pp. 21-31. Capítulo 4 “La imagen de empresa” Pp. 27-31.

Enz, A.; Franco, V.; y Spagnuolo, V. (2012) Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa. Buenos Aires. Argentina: Asociación Civil Comunia. Capítulo 2 “Identidad y comunicación” Pp. 30-65

Weil, [P.](http://www.tematika.com/buscar.do?seccionDeBusqueda=En+Libros&seccion=1&claveDeBusqueda=porAutor&txtencoded=Pascale+Weil&idAutor=132098&criterioDeOrden=2&idSeccion=1&texto=Pascale+Weil&optSeleccionada=Autor&idSeccionPropia=1)  (1992) La Comunicación Global. Paidós Ibérica Capítulo 2 “De la Empresa a la Institución” Pp. 25-37. Capítulo 3 ¿Qué dice la institución? Cuatro tipos de discurso para cuatro identidades. Pp. 71-95.

Ritter, Miguel (2008) Cultura Organizacional: gestión y comunicación. Buenos Aires, Argentina, La Crujía. Fragmento: Capítulo 2 “La cultura organizacional” Pp. 53 a 94

Daniela Bruno, Romina García Mora y Matías Quintana ¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? Pp. 177 a 208 En: Daniela Bruno ... [et al.] PLANIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN: PERSPECTIVAS, ABORDAJES Y HERRAMIENTAS. CUADERNO DE CÁTEDRA La Plata, Argentina: Ediciones de Periodismo y Comunicación Social.

Rol y tareas del comunicador en los distintos ámbitos: el mercado, el Estado y la sociedad civil.

Barrero B., A. E. y Palacios Ch., J. A. (2015). Reflexiones sobre el papel del comunicador social y competencias del comunicador en las organizaciones. Poliantea, 11(20).pp.197-221

Acebedo, J. C. (2019). Propuesta de redefinición del perfil profesional del Comunicador Social de la Universidad Surcolombiana a partir de la identificación de problemas y demandas del entorno. Revista PACA 9, pp. 57-70

Martín-Barbero, J. (2012). Los oficios del comunicador. *Signo Y Pensamiento*, *30*(59), 18–40. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp31-59.ofco>

Ana Elvira Barrero Benavides (2014) CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL DEL COMUNICADOR EN LAS ORGANIZACIONES: SUS COMPETENCIAS, HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar por el título de Comunicadora Social Campo profesional Organizacional. PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE COMUNICACIÓN SOCIAL BOGOTÁ.

Gestión de la comunicación para organizaciones. Pistas para el diseño de nuevas estrategias. Eugenia Etkin, comp. 2021 La crujia, Buenos Aires, Argentina. Fragmentos: Gestión comunicacional para diferentes sectores. Adolfo Vazquez Pp. 237 a 249

**Unidad 3: Comunicación interna. Comunicación externa. Dinámica, componentes, y modalidades.**

Túñez, Miguel (2012): La gestión de la comunicación en las organizaciones. Zamora, España: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones. Fragmentos: Capítulo 4 “Comunicación Interna”

Marin, L. A. (1997) “La comunicación en las empresas y en las organizaciones” Bosch Comunicación, España. Fragmento: Capítulo 7 “La comunicación interna. Estabilidad y crecimiento” Pp. 163 a 193

Joan Cuenca y Laura Verazzi (2020) “Comunicación interna total. Estrategias, casos y prácticas” Editorial UOC, España Fragmentos: Actores, lenguajes y medios de la comunicación interna. Pp. 84 / Focos o temas clave Pp. 69

Joan Cuenca y Laura Verazzi (2018) “Guía fundamental de la comunicación interna” Editorial UOC, España Fragmento: Canales de comunicación interna Pp. 67 Las personas y la comunicación interna Pp. 81 Los contenidos y sus formas Pp. 82

Ritter, Miguel (2008) Cultura Organizacional: gestión y comunicación. Buenos Aires, Argentina, La Crujía. Fragmento: Capítulo 1 “La comunicación interna” Pp. 7 a 51

**Unidad 4: Comunicación externa. Comunicación externa. Dinámica, componentes, y modalidades.**

Marín, Antonio Lucas (1997) “La comunicación en las empresas y en las organizaciones” Bosch Casa Editorial, Barcelona, España. Capitulo: “La Comunicación externa: innovación” (Pp.195 a 219)

Túñez, Miguel (2012): La gestión de la comunicación en las organizaciones. Zamora, España: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones. Fragmentos: Comunicación Externa I “Las técnicas de marketing”, Pp. 96 Comunicación Externa II “Las técnicas de comunicación”, Pp. 108 Comunicación Externa 2.0. La organización en internet” Pp. 147.

Gestión de la comunicación para organizaciones. Pistas para el diseño de nuevas estrategias. Eugenia Etkin, comp. 2021 La crujia, Buenos Aires, Argentina. Fragmentos: A) Vínculos con la prensa en la era digital. Nancy Lopez y Gabriela Pagani Pp.99 a 108. B)  Asesoría de prensa. Adiós al prensero. Nicolas Rotelli. Pp. 109 a 122. C) Reputación online en la era de las redes sociales. Ignacio Uman Pp. 137 a 155

**4. METODOLOGIA DE TRABAJO**

La propuesta pedagógica se constituye sobre los siguientes 3 pilares:

***Incorporación de parejas pedagógicas.*** El desarrollo de las actividades propone el trabajo grupal, desde una modalidad de duplas y/o tríos. Esta decisión nos permite que cada estudiante despliegue sus habilidades propias a partir del acompañar la apropiación de esas habilidades en su compañerx de tarea. Por otro lado, permite experimentar respuestas profesionales en torno a la resolución de conflictos y tensiones frente a la tarea/objetivo que tienen que resolver. Permite escuchar en la voz de un otro el modo en que se vivencia el aula habilitando la posibilidad de ampliar los horizontes de comprensión. Habilita la posibilidad de la movilidad de roles y responsabilidades en las tareas/objetivos asignados a través del trabajo colaborativo. Facilita un modo saludable de identificar las dificultades individuales frente a la profesional al entablar una red de acompañamiento entre los estudiantes.

***La externalización del pensamiento.*** Rescata a la actividad cognitiva del estado implícito, haciéndola más pública, negociable y «solidaria» traduciéndola en “alguna materialidad a partir de algun sistema de lenguaje -escrito, sonoro, visual, entre otros-“ Al mismo tiempo, la hace más accesible a la subsiguiente reflexión y metacognición. Estas producciones se realizarán desde una perspectiva combine el pensamiento lógico-científico y el modo narrativo en que opera la construcción de conocimiento.

***El aprendizaje basado en problemas.*** La secuencia metódica se invierte; se parte de problemas y situaciones de las prácticas mismas. El conocimiento sistemático o académico o la ampliación de informaciones vendrán después, para facilitar la comprensión de los problemas. El foco está en la producción de alternativas (aprendizaje para la acción y en la acción) por parte de los estudiantes. (Davini, 2008). Los problemas generan preguntas, dudas o incertidumbre. Las personas, entonces, necesitan analizar y comprender el problema, a partir de lo cual podrían tomar decisiones para resolverlo, o al menos, para disminuir la incertidumbre que el problema general. Pero aún más importante es partir de problemas genuinos, es decir, aquellos que sus respuestas no son predeterminadas y que implican elegir entre dos o más alternativas de análisis y de solución. (Davini, 2008)

**Dinámica de los encuentros.**

El dictado de clases se desarrolla en 1 encuentro semanal de 3 hs con un recreo. El tiempo de dictado contempla 14 semanas según calendario académico de la Facultad de Ciencias Humanas (RCD-2022-0590-FD-HUM) En los casos en que por motivos de causa mayor no podamos concretar un encuentro presencial, el mismo se reemplazara con una actividad a resolver en plataforma classroom, con formato de foro

Los encuentros de trabajo contemplan este tipo de actividades:

* ***De sensibilización:*** desde sus actuales conocimientos y cosmovisiones, se introducen con alguna actividad de identificación y caracterización a los conceptos centrales propuestos de la unidad. En este punto, nos guiamos en clase de las problemáticas e intereses que aporten lxs estudiantes.
* ***De conceptualización teórica:*** en las cuales reconocen los conocimientos centrales y secundarios, junto con su articulación al interior del eje trabajado como con el resto de los contenidos programáticos propuestos.
* ***De aplicación:*** en las cuales transfieren a la práctica -mediante diversos dispositivos pedagógicos- los conceptos del eje trabajado. Algunas de las actividades podrían girar en torno a algunas de estas alternativas: intervención comunicacional en el espacio social, salidas grupales y/o asistencia a eventos de interés, diario autobiográfico de formación, dinámica de grupos, simulacros, invitados especiales, actividades lúdicas (competencias de crucigramas, carreras de posta), elaboración de piezas de comunicación (visual, sonora, escrita, etc), análisis de medios de comunicación, entrevistas a referentes de diversas experiencias, organización de evento, Uso de fotografía (galería, álbumes)

**Plataformas tecnológicas.**

1) Classroom [para el trabajo educativo: repositorio de materiales, entrega de trabajos, tablón de novedades, entre otros usos] Código: oel3lr5 – Enlace de invitación: <https://classroom.google.com/c/NTQyODYwMjg0NjEw?cjc=oel3lr5>

2) Grupo Whatsapp [para la comunicación de cambios y/o modificaciones de acuerdos entre docentes y estudiantes] Enlace: <https://chat.whatsapp.com/G9zViqCuKX2DS6uISFY2wO>

**EVALUACION**

**Valoración del proceso educativo**

Se orientará por principios de evaluación *continua* (a lo largo de todo el cuatrimestre); *integral* (contempla aspectos cognitivos, motivacionales, metacognitivos y sociales) y *auténtica* (contextualizada, orientada al uso del conocimiento y coherente con las tareas de aprendizaje desarrolladas).

Esperamos observar en el estudiante un avance progresivo que inicie en el conocer [recuperar, rememorar o reconocer conocimiento], comprender [construir significado a partir de los diferentes tipos de conocimientos que se han incorporado, aplicar [usar un conocimiento aprendido en una situación nueva], analizar [descomponer el conocimiento en sus partes y pensar en cómo estas se relacionan con su estructura global], y finalice en la capacidad de evaluar [sostener procesos de comprobación y crítica] y de crear [involucra reunir cosas y hacer algo nuevo]

Los criterios de valoración que proponemos son los siguientes:

* Profundidad, Exhaustividad, Coherencia y Pertinencia e integración en el manejo de los conocimientos.
* Nivel alcanzado y capacidad de transferencia en la práctica. (su habilidad para diseñar y producir informes de su trabajo en las organizaciones pertinentes y con utilización del vocabulario y estilo técnico-profesional)
* Calidad de la participación en clase (pertinencia de aportes, calidad de los argumentos, respeto)
* Cumplimiento de los compromisos asumidos
* Crecimiento en relación a su punto de partida (Su capacidad de transitar procesos de inserción y su desempeño en las relaciones inter-personales, con especial cuidado en aquellas en las que se pone en juego el ejercicio del rol profesional ante otros profesionales (futuros colegas), ante la población y otros actores involucrados en el proceso de trabajo)

Todas las producciones textuales que se elaboren deben cumplir con los siguientes requisitos:

* Normas de citado y referenciado APA última versión
* Aspectos redaccionales: ortografía, coherencia global, progresión temática, conectores, entre otros).
* Diseño estéticamente agradable (maquetación, color, fuentes, encabezados, pie de página, numeración, párrafos, interlineados, titulación)
* Tono apropiado y vocabulario preciso al discurso académico, específicamente argumentativo.
* Utilización de evidencia y fundamentos teóricos.
* Uso de fuentes teóricas apropiadas a la temática y a la academia universitaria.
* Cumplimiento de tiempos y plazos de entrega.

Toda instancia de evaluación, tendrá derecho a recuperación.

**Condiciones para acceder a un segundo recuperatorio**

En caso de no aprobar el primer recuperatorio, podrán acceder a un segundo recuperatorio aquellxs estudiantes que asistan a un encuentro de tutoría con el equipo de catedra de la asignatura sobre alfabetización académica en las cuales se revisan sus técnicas de estudio y materiales de escritura elaborados que fueron realizados con el fin de estudiar en los exámenes y recuperatorios fallidos.

**Tipologías de exámenes finales según condiciones de estudiante:**

* **En condición de estudiante regular, libre y vocacional:** La aprobación de la materia se efectuará mediante examen final de carácter teórico-práctico en donde se valorará el manejo exhaustivo de los contenidos teóricos de la asignatura, la relación entre los conceptos centrales y la capacidad de aplicación de los contenidos a experiencias de comunicación institucional. El examen es escrito. Es a libro abierto. Disponen de 2 hs. para concretarlo.
* **En la condición de estudiante promocional:**Aquellos estudiantes que hubieren alcanzado la condición de la promoción alcanzarán la aprobación de la asignatura sin rendir examen final. A tal efecto, obrará como calificación final la nota resultante del promedio de exámenes parciales.

**Sobre la calificación numérica en las instancias de exámenes finales:** Quienes hayan participado activamente en las clases, podrán mejorar en 1 (un) punto su calificación obtenida. La decisión queda a consideración de la responsable de la asignatura. La participación en clases implica: 1. Uso de argumentos pertinentes. 2. Formulación de preguntas coherentes con el tema de clase. 3. Respeto hacia su docente y sus compañerxs. 4. Visibilización clara de preparación previa para las actividades solicitadas. 5. Suma información y material adicional. 6. Demuestra iniciativa y creatividad durante la clase. 7. Contesta las preguntas de quienes participan en los encuentros.

**5.1. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LAS DIFERENTES CONDICIONES DE ESTUDIANTE (regular, promocional, vocacional, libre).**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **REGULARIDAD** | **PROMOCIÓN** | **LIBRE** | **VOCACIONAL** |
| a) Alcanzar una nota de Cinco (5) o superior en cada una de las evaluaciones parciales c) Asistencia al 50% de las clases dictadas.d) la entrega del 75 % de las actividades prácticas solicitadas. | a) Alcanzar un promedio de siete (7) o superior en la suma de las evaluaciones parciales y/o sus respectivos recuperatorios. c) Asistencia al 80**%** de las clases dictadas.d) la entrega **en tiempo y forma** del 100% de las actividades prácticas solicitadas habiendo resuelto las mismas de manera adecuada en un 75%.  | Instancia A: La aprobación de la materia se efectuará mediante examen final de carácter teórico-práctico en donde se valorará el manejo exhaustivo de los contenidos teóricos de la asignatura, la relación entre los conceptos centrales y la capacidad de aplicación de los contenidos a experiencias de comunicación institucional. El examen es escrito. Es a libro abierto. Disponen de 2 hs. para concretarloPara acceder al examen, deber presentar con 15 días de anticipación al examen un mapa conceptual con los contenidos del programa vigente, en caso de ser aprobado (se informa 7 dias previos a la fecha de examen) puedo pasar a la instancia A | a) Alcanzar una nota de Cinco (5) o superior en cada una de las evaluaciones parciales b) Asistir a los encuentros del Taller de análisis, integración y práctica I (C. 280) y elaborar un informe escrito según guía propuesta por la catedra. c) Asistencia al 50 % de las clases dictadas.d) la entrega del 75 % de las actividades prácticas solicitadas. |

**6. BIBLIOGRAFÍA (al final de cada unidad)**

**7. CRONOGRAMA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Martes**  | **Tema** | **Lecturas asignadas** |
| **Unidad 1** |
| 1. 21/03
 | Historización de la comunicación organizacional |  |
| 1. 28/03
 | Conceptualizaciones |  |
| 1. 04/04
 | Información, comunicación, cultura y desarrollo |  |
| 1. 11/04
 | Estrategia de comunicación organizacional |  |
| 1. 18/04
 | paradigmas analíticos/funcionalistas, críticos e interpretativas. |  |
| **Unidad 2** |
| 1. 23/04
 | Imagen, Identidad y cultura organizacional |  |
| 1. 02/05
 | Propuesta de Valor |  |
| 1. 09/05
 | Roles en la comunicación del Estado |  |
| 1. 16/05
 | Roles en la comunicación de mercado |  |
| 1. 23/05
 | Roles en la comunicación del mundo asociativo |  |
| **Unidad 3** |
| 1. 30/05
 | Comunicación Interna I |  |
| 1. 06/06
 | Comunicación Interna II |  |
| **Unidad 4** |
| 1. 13/06
 | Comunicación Externa I |  |
| 1. 20/06
 | Comunicación Externa II |  |

**8. HORARIOS DE CLASES Y DE CONSULTAS**

* **Clases:** martes de 13 a 16 hs. Aula: consultar en Bedelia: <https://sisinfo.unrc.edu.ar/publico/bedelia/index.php>?
* **Consultas:** lunes de 9 a 11. Cub. 6. Dpto. Ciencias de la Comunicación. Email: mariamartabalboa@gmail.com – Te: 0358-154232209



***Prof. Mg. María Marta Balboa***

***Resp. Asignatura***

***Jefe de Trabajos Prácticos Exclusivo***

**SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN[[2]](#footnote-2) PARA IMPLEMENTAR**

**LA CONDICIÓN DE ESTUDIANTE PROMOCIONAL EN LAS ASIGNATURAS[[3]](#footnote-3)**

**Sr. Docente Responsable de la Asignatura:** si desea solicitar la autorización para implementar el sistema de promoción en la/s asignatura/s a su cargo, complete la siguiente planilla y previa firma, preséntela anexa al programa de la/s misma/s. Después de vencido el plazo para la presentación, según cronograma académico, se publicará la Resolución con las autorizaciones correspondientes. Muchas gracias.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Código/s de la Asignatura** | **Nombre completo y régimen de la asignatura, según el plan de Estudios** | **Carrera a la que pertenece la asignatura** | **Condiciones para obtener la promoción (copiar lo declarado en el programa)** |
| 282 | Introducción a la Comunicación Organizacional | Licenciatura en Comunicación Institucional y Desarrollo | a) Alcanzar un promedio de siete (7) o superior en la suma de las evaluaciones parciales y/o sus respectivos recuperatorios. c) Asistencia al 80**%** de las clases dictadas.d) la entrega **en tiempo y forma** del 100% de las actividades prácticas solicitadas habiendo resuelto las mismas de manera adecuada en un 75%  |
| Observaciones:       |

**Firma de la Profesora Responsable:**

**Aclaración de la firma: Mg. Maria Marta Balboa**

**Lugar y fecha**: Río Cuarto, 17 de abril de 2023

1. Disponible en: <https://docs.google.com/document/d/1Zi-rPr2NuYrrBNyPeWv2tpbRzjzLjrjx/edit?usp=share_link&ouid=101968990839664516616&rtpof=true&sd=true> [↑](#footnote-ref-1)
2. Esta planilla reemplaza la nota que debía presentar cada docente para solicitar la autorización para implementar el sistema de promoción en las asignaturas. Se presenta junto con el programa de la asignatura. [↑](#footnote-ref-2)
3. Cada profesor podrá presentar sólo una planilla conteniendo todas las asignaturas a su cargo para las que solicita la condición de promoción para los estudiantes cursantes. [↑](#footnote-ref-3)