

## Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología

### Dirección General de Educación Superior

#### Instituto de Enseñanza Superior N° 6017 Profesor Amadeo Sirolli

##### General Güemes- Salta

**Carrera:** Tecnicatura Superior en Gestión de Recursos Humanos

**Plan:** 8966/18

**Año** 2023

**Campo:** formación general

**Curso:** 3° año

**Asignatura:** Comunicación Organizacional

**Profesora:** Lic. Luciana Sáenz Ramos

**Régimen:** Cuatrimestral

**Carga horaria:** 3 horas

#### CONDICIONES PARA REGULARIZAR LA ASIGNATURA

- La asistencia a clases será obligatoria y el alumno/a deberá cumplir con el 70% de las mismas, y con el 60% cuando la inasistencia sea debidamente justificada por razones laborales y/o de salud.
- El alumnado debe aprobar el 70% de los trabajos prácticos
- Aprobar los parciales con una nota mínima de 6 (seis), en una escala del 1 (uno) al 10 (diez). Se contempla la posibilidad de recuperar los parciales.

### **Requisitos para el examen final como alumno regular:**

- Haber regularizado la asignatura
- Presentarse con DNI, libreta de estudiante y programa de la asignatura.

### **Condiciones para rendir como alumno libre**

- Presentarse con DNI, libreta de estudiante y el último programa vigente de la asignatura.
- Según lo establecido por el R.A.M. Resolución 2484/13 los alumnos bajo esta condición deberán rendir una instancia escrita y otra oral, debiendo obtener en cada una de ellas un mínimo de 4 (cuatro) puntos para aprobar.

### **FUNDAMENTACIÓN**

La comunicación es el pilar fundamental sobre el cual se construyen las relaciones humanas y el funcionamiento efectivo de cualquier organización. En el ámbito empresarial, la gestión de recursos humanos despliega un papel crucial en el desarrollo y el bienestar de los colaboradores, lo que, a su vez, impacta directamente en el desempeño y la competitividad de la empresa en el mercado actual.

La asignatura de Comunicación Organizacional emerge como una disciplina esencial para los futuros profesionales en el área de Recursos Humanos, ya que les proporciona las herramientas necesarias para fomentar la comprensión, la colaboración y la eficiencia en el entorno laboral. La capacitación en esta materia no solo garantiza una fluida circulación de información, sino que también nutre el desarrollo de habilidades comunicativas sólidas, indispensables para enfrentar los desafíos cotidianos de la gestión del capital humano.

La fundamentación de esta propuesta pedagógica radica en el reconocimiento de que, en la actualidad, las organizaciones se enfrentan a un entorno dinámico y complejo, donde la comunicación es un factor clave para la adaptabilidad y la cohesión. Los desafíos de la globalización, la digitalización y la diversidad generan la necesidad de formar profesionales capaces de comprender y responder a las diversas demandas comunicativas en el ámbito laboral.

Asimismo, se destaca la relevancia de que los futuros profesionales de Recursos Humanos adquieran competencias para abordar situaciones de conflicto y cambio con una visión humanista y empática, donde la comunicación juegue un rol central en la resolución de problemas y la promoción de un clima laboral saludable.

La asignatura de Comunicación Organizacional, en el marco de la Tecnicatura Sup. en Gestión de Recursos Humanos, se concibe como una oportunidad para empoderar a los estudiantes con conocimientos teóricos y prácticos sobre los fundamentos de la comunicación efectiva. A través de una metodología activa y participativa, buscamos fomentar la reflexión crítica, el trabajo colaborativo y el desarrollo de habilidades de comunicación interpersonal, en línea con las necesidades reales del entorno laboral.

En resumen, esta propuesta se sustenta en el convencimiento de que la comunicación organizacional es el cimiento sobre el cual se construyen relaciones laborales fructíferas y una gestión de recursos humanos exitosa. Con esta visión, aspiramos a formar profesionales integrales, comprometidos y capaces de afrontar los retos de la comunicación en el contexto actual, contribuyendo así al fortalecimiento de las organizaciones y al bienestar de sus colaboradores.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivos Generales:**

- Que al finalizar el cursado, los alumnos cuenten con herramientas que le permitan aplicar estrategias y tácticas de comunicación para vincular a las organizaciones con sus públicos internos y externos y resolver problemas.
- Que el alumno desarrolle un posicionamiento teórico- práctico para gestionar la comunicación interna y externa de las organizaciones de su entorno laboral.

### **Objetivos Específicos:**

Que los alumnos logren:

- Reconocer la dimensión estratégica que adquieren las comunicaciones en la gestión del cambio organizacional.
- Generar valor en las organizaciones en las que se desempeñe haciendo uso de la gestión de la comunicación.
- Comprender el proceso de formación de la identidad corporativa y la construcción de la significación de la comunicación organizacional, logrando integrar las dimensiones de la comunicación.
- Identificar los perfiles profesionales del DIRCOM, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional.

## CONTENIDOS

### **Unidad 1 Introducción a la Comunicación Organizacional:**

Concepto de comunicación. Tipos de comunicación. Teorías de la comunicación. Comunicación organizacional. Enfoques y metáforas. Importancia de la comunicación en las organizaciones. Diagnóstico comunicacional: auditorías de comunicación. Identidad, imagen y comunicación.

### **Unidad 2: Comunicación Interna:**

El departamento de Comunicación. El rol de DIRCOM. Comunicación interna: concepto. Funciones y objetivos de la comunicación interna. Canales formales y no formales de la comunicación (clasificación). El rumor. Actores y públicos de la comunicación interna. Soportes de comunicación interna. Comunicación interna 2.0. Cultura organizacional 1.0 y 2.0. Herramientas digitales de comunicación interna.

### **Unidad 3: Comunicación Externa:**

Políticas de Comunicación y Planificación de la comunicación externa. Públicos externos. Técnicas de comunicación externa. Relación con la prensa y relación con la comunidad. Intervención: La Planificación. Community manager: concepto, funciones y competencias.

## ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La asignatura buscará la creación de un espacio compartido de conocimiento y acción. Se priorizará la actividad social, la interacción, el aprendizaje cooperativo como metodología que permita el proceso de construcción, modificación, enriquecimiento y diversificación de los esquemas de conocimiento de los alumnos.

Así definido entonces, las clases funcionarán como un espacio de reflexión de construcción – reconstrucción y profundización de los temas tratados, permitiendo un análisis de los trabajos de la comunicación en las organizaciones.

Se plantea una estrategia didáctica que combina trabajos prácticos de estudios de casos, simulaciones y estrategias participativas que tienen objetivos puntuales y van acorde a las trayectorias previas de los estudiantes, con el objetivo de promover los procesos colectivos de discusión, reflexión y producción.

## ESTRATEGIAS

- Estudio de casos para analizar situaciones y aportar soluciones.

- Trabajo de lectura y análisis de guías de estudio, de lectura y de análisis de material bibliográfico producido y aportado por la cátedra.
- Presentaciones visuales en power point o prezi de contenidos y actividades que generen trabajo colaborativo entre los alumnos.
- Utilización de herramientas e learning.
- Simulaciones y Role-Playing.
- Guías de resolución de problemas de situaciones de la comunicación en las organizaciones.
- Foros de discusión para generar la participación colaborativa de conocimientos prácticos.
- Análisis de video disparadores vinculados al material bibliográfico.
- Envío de material por correo y drive.

#### RECURSOS:

- Computadora / celular.
- Aplicaciones What'sApp, drive, correo electrónico, etc.
- Podcast.
- Material bibliográfico.

Ello implicará diversas tareas tales como:

- Trabajos grupales e individuales.
- Elaboración de informes escritos y orales.
- Trabajo de Integración según temáticas definidas

#### **EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

La evaluación se basará en un enfoque participativo que fomente la colaboración, la reflexión y el desarrollo de habilidades comunicativas. Los estudiantes serán evaluados de manera continua a lo largo del cursado, considerando su participación activa y su

compromiso en las diversas actividades y dinámicas. Se valorarán las siguientes competencias y comportamientos:

1. Participación Activa en Clase:
  - Asistencia regular y puntual a las clases.
  - Contribución a las discusiones en grupo con aportes relevantes y constructivos.
  - Interacción respetuosa y empática con compañeros y profesor.
2. Colaboración en Trabajo en Equipo:
  - Contribución equitativa y efectiva en proyectos grupales.
  - Comunicación abierta y fluida con los miembros del equipo.
  - Capacidad para negociar y resolver conflictos de manera constructiva.
3. Aplicación Práctica de Conceptos:
  - Demostración de comprensión de los conceptos teóricos a través de ejemplos y ejercicios prácticos.
  - Uso efectivo de estrategias de comunicación en situaciones reales y simuladas.
4. Habilidades de Comunicación:
  - Expresión clara y coherente de ideas tanto verbalmente como por escrito.
  - Uso de lenguaje apropiado para diferentes contextos y audiencias.
  - Capacidad para escuchar activamente y responder de manera adecuada.
5. Creatividad y Originalidad:
  - Desarrollo de propuestas creativas en la resolución de ejercicios y proyectos.
  - Integración de enfoques innovadores en la comunicación organizacional.
6. Participación en Simulaciones y Role-Playing:
  - Involucramiento activo en simulaciones de situaciones de comunicación organizacional.
  - Representación realista de roles asignados, mostrando empatía y adaptación.
7. Uso de Herramientas Tecnológicas:
  - Competencia en el uso de herramientas tecnológicas para la comunicación y colaboración en línea.
  - Integración efectiva de tecnología en proyectos y actividades.
8. Reflexión y Autoevaluación:
  - Participación en procesos de reflexión sobre el propio desempeño comunicativo.
  - Identificación de áreas de mejora y establecimiento de metas para el crecimiento personal.

Estos criterios de evaluación participativa buscan reconocer y valorar el esfuerzo y la implicación activa de los estudiantes en su proceso de aprendizaje en la asignatura de Comunicación Organizacional. Se busca promover un ambiente de aprendizaje interactivo y enriquecedor que fomente el desarrollo de habilidades comunicativas esenciales para su futura carrera en la gestión de recursos humanos.

### **Bibliografía.**

#### **Unidad 1 comunicación.**

- Scheinsohn, D. (2009). Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional. Buenos Aires, AR: Ediciones Granica.
- Michael Ritter. Cultura Organizacional. Colección DIRCOM. Capítulo 1. Editorial la Crujía. 2008.
- Sánchez, Lydia y Campos, Manuel. La teoría de la comunicación: diversidad teórica y fundamentación epistemológica. Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. 1995.
- Suarez, Adriana y Zuñeda, Carlos. Comunicaciones públicas. Editorial temas. 1999.

#### **Sugerida:**

- Kaplun, Gabriel. Comunicación organizacional: la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse. Revista Constelaciones. Buenos Aires. 2000.
- Scheinsohn, Daniel. Más allá de la imagen corporativa. Macchi Grup Editor S.A.. 2000.

#### **Consultas Web**

[http://www.koiwerrhh.com.ar/comunicaciones\\_tipos.html](http://www.koiwerrhh.com.ar/comunicaciones_tipos.html)

<https://www.redalyc.org/pdf/860/86023575006.pdf>

#### **Unidad 2: Comunicación Interna:**

- Scheinsohn, D. (2009). Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional. Buenos Aires, AR: Ediciones Granica.
- Brandolini - M. González Frig. Comunicación Interna. La Crujía Ediciones. 2009.
- Michael Ritter. Cultura Organizacional. Colección DIRCOM. Capítulo 1. Editorial la Crujía. 2008.
- Formanchuk, Alejandro. Comunicación interna 2.0: un desafío cultural. 1ª ed. – Buenos Aires. Edición Formanchuk & Asociados, 2010.

#### **Sugerida:**

- Andreu Pinillos, Alberto (1998). “La batalla de la comunicación interna”, en Harvard Deusto Business Review, número 82, enero-febrero, ed. Deusto, Bilbao.

### Consultas Web

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/urrutia-amaia-comunicacion-interna.pdf>

### Unidad 3: Comunicación Externa:

- Scheinsohn, D. (2009). Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional. Buenos Aires, AR: Ediciones Granica.
- Suarez, Adriana y Zuñeda, Carlos. Comunicaciones públicas. Editorial temas. 1999.

### Sugerida:

- Ander-Egg, E. (1996). Cómo elaborar un proyecto. Guía para diseñar proyectos sociales y culturales. Argentina. Lumen-Hvmanitas.
- Amado Adriana (2014) Prensa y comunicación. Relaciones informativas responsables. Ciudad de Buenos Aires: La Crujía.
- Chaves, N. (1988). La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional. Barcelona. Gustavo Gili.
- Villafañe, J. (2016). *Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid, ESPAÑA: Difusora Larousse - Ediciones Pirámide

### Web de consultas

- La guía avanzada del community manager:  
[https://www.academia.edu/20122939/LA\\_GUIA\\_AVANZADA\\_DEL\\_COMMUNITY\\_MANAGER\\_pdf](https://www.academia.edu/20122939/LA_GUIA_AVANZADA_DEL_COMMUNITY_MANAGER_pdf)
- [https://destinonegocio.com/ar/emprendimiento-es\\_ar/cual-es-la-funcion-de-un-jefe-de-prensa-en-una-empresa/](https://destinonegocio.com/ar/emprendimiento-es_ar/cual-es-la-funcion-de-un-jefe-de-prensa-en-una-empresa/)
- [https://www.academia.edu/34546684/CURSO\\_DE\\_INICIACION\\_COMMUNITY\\_MANAGER?email\\_work\\_card=view-paper](https://www.academia.edu/34546684/CURSO_DE_INICIACION_COMMUNITY_MANAGER?email_work_card=view-paper)
- <https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479788100.pdf>
- <https://institutoceremonial.edu.ar/index.php>