

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:
Taller de Comunicación Empresarial (GE11)

CÓDIGO: GE11
AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:
4 año
FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:
2020-09-03
CARRERA/S: Licenciatura en Gestión Empresarial V7,

CARÁCTER: CUATRIMESTRAL (1ro)
TIPO: OBLIGATORIA
NIVEL: GRADO
MODALIDAD DEL DICTADO: PRESENCIAL (EN LÍNEA)
MODALIDAD PROMOCION DIRECTA: SI
CARGA HORARIA SEMANAL: 2 HS
CARGA HORARIA TOTAL: 24 HS

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
Natalia Mella	Docente - Asistente Principal	nsmella@untdf.edu.ar
Leonardo Palmieri	Docente - Adjunto	lhpalmeri@untdf.edu.ar

1. FUNDAMENTACION

A partir del significativo interés de la UNTDF en la capacitación y formación de profesionales orientados a la gestión de empresas en general, y de pymes en particular, es que se busca promover desde el Taller de Comunicación empresarial, practicas relacionadas a la promoción y mejora de las habilidades comunicacionales de los estudiantes.

La importancia de habilidades comunicacionales en el ámbito empresarial, y la vida en general, genera en el profesional que las desarrolla ventajas competitivas y cooperativas que promueven el desarrollo económico y la innovación aplicada al mundo de los negocios.

2. OBJETIVOS

a) OBJETIVOS GENERALES

- Analizar la comunicación interna y externa de empresas en funcionamiento.
- Diseñar un plan de comunicación interna que incluya una propuesta de mejora.

b) OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1 - Comprender las diferencias entre lo informal de la comunicación cotidiana y la comunicación empresarial necesaria como profesional de la administración y gestión de organizaciones.
- 2-A: Promover el pensamiento critico al aplicar un modelo teórico a una situación real dada.
- 2-B: Que el estudiante comprenda las condiciones ceteris paribus que desde la teoría se plantean y que brindan al profesional la oportunidad de ser innovador y creativo al incorporar herramientas comunicacionales en una organización.

3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA

CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA

Un nivel de asistencias a clases del 75% o más.

Si el alumno obtiene un promedio de 7 o más y cada una de las notas que lo conforman son de 6 o más, y además tiene un nivel de asistencias del 75% o más, el alumno tendrá la posibilidad de promocionar la materia sin rendir examen final.

ACLARACIÓN IMPORTANTE SITUACION EXEPCIONAL AÑO 2020

En función a la situación de pandemia producida por el Covid-19, lo dispuesto por las autoridades nacionales y por el rector de nuestra Universidad nos vemos en la necesidad de reprogramar la Asignatura excepcionalmente con la modalidad Mixta o el línea según lo establece la res REC 104-2020 y la disposición del la Sec. Académica 03-2020.

4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

U1 - Organizaciones y comunicación: Introducción

- Conceptos claves en comunicación.
- Comunicación efectiva. Axiomas. Modelos Mentales. Eficacia. Barreras.
- La empresa, componentes, organización, organigrama, tipos de comunicación y clasificaciones. Información, fuentes.
- Reconocimiento, diferenciación y ejemplificación de niveles dentro del proceso de comunicación (Interpersonal-Intrapersonal-masiva).
- Eficacia en la comunicación. Barreras.

U2 - Comunicación empresarial - Interna

- Estructura de la organización y su dinámica comunicacional interna.
- Herramientas de comunicación interna. Formal e Informal.
- Dinámica comunicacional. Cultura organizacional.
- Elementos de la estrategia comunicacional. Plan de comunicación empresarial.
- Sistemas de información.

U3 - Presentación de información

- Claves y principios para hacer presentaciones eficaces.
- Metodología de presentación de información.
- Recursos gráficos y de soporte.

U4 - Comunicación empresarial - Plan de Medios

- Estrategias de posicionamiento empresarial.
- Imagen de Marca.
- El mundo digital y sus consideraciones.
- Plan de Medios Offline y Online.
- Canales. El Mensaje corporativo
- RSE en el plan de medios.

U5 – Comunicación digital en acción

- El uso de redes sociales en las empresas.

- Redes sociales y perfiles de usuario.
- Análisis de estadísticas.
- Coherencia: Sitio web, redes sociales, branding, campañas y co creación con el cliente.
- Comunicación dirigida al público interno y externo.

5. RECURSOS NECESARIOS

- Proyector
- Parlantes

6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
1	Intro	Introducción al Taller de Comunicación Empresarial	
3	Unidad 1	Organizaciones y comunicación: Introducción	
4	Unidad 2	Comunicación empresarial - Interna	
5	Unidad 3	Presentación de información	
2	Reuniones/entrevistas, etc - TP	Consignas TP: Metodología del primer parcial. Reuniones/Entrevistas. Estrategia comunicacional.	
6	Unidad 4	Comunicación empresarial - Plan de Medios	
7	Presentación TP	Presentación TP	
8	Clase Repaso/Consultas	Repaso para el parcial	
9	PARCIAL	1er Parcial. Teórico - Práctico	
10	Unidad 5	Comunicación digital en acción	
11	Presentación TP Final	Presentación TP Final	
12	Recuperatorio	Segunda Instancia de Presentación	

7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

Bibliografía Obligatoria:

- Nidia Abatedaga, comp. Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos. Editorial Brujas. Argentina. 2008

- De castro, Adela. Comunicación organizacional. Técnicas y estrategias. 2014 Ebook. Del sitio: <https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=WyKVBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR14&dq=comunicacionias+pdf&ots=edkCXNGaOZ&sig=jLf-FWSkp2S9U5uZWdD6qRUAln8#v=onepage&q=comunicacs0pdf&f=false>

- Ongallo, Carlos. Manual de comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. Editorial Dykinson, España. 2007

- Eldin, Francois. El Management de la Comunicación, Edicial S.A, Argentina, 1998.

- García, Pablo. 5 Herramientas de gestión de proyectos. 2017.
<http://infoautonomos.economista.es/blog/5-herramientas-gestion-de-proyectos/>
- Jones, Jack. Sistemas colaborativos de información, 2010. Extraído de: <http://jack-johnes.blogspot.com.ar/2010/04/sistemas-colaborativos.html>
- Koontz, Harold. Administración. Una perspectiva global y empresarial. México. McGraw-Hill. 2012.
- Prieto Castillo, Daniel. La Comunicación en la Educación, Ediciones Ciccus La Crujía, Argentina, 1999.
- Bradbury, Andrew. Técnicas para presentaciones eficaces. Editorial Gedisa. Barcelona 2000.
- Zanoni Leandro. El imperio digital. Ediciones B Argentina S.A. 2008.

Bibliografía específica:

- Pablo Álamo. Las 15 pautas para liderar reuniones de trabajo altamente efectivas.
<http://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/las-15-pautas-para-liderar-reuniones-trabajo-altamente-efectivas/48496>
- Melchor, María. 15 herramientas para establecer una buena comunicación interna en tu empresa. 2016. <https://www.mariamelchor.com/blog/15-herramientas-para-establecer-una-buena-comunicacion-interna-en-tu-empresa>

Lecturas obligatorias:

- Sanchis, Pablo Ignacio, Bonavia, Tomás. Análisis del Sistema de Comunicación Interna de una Pequeña Empresa España. Valencia. 2014.

Firma del docente-investigador responsable

VISADO		
COORDINADOR DE LA CARRERA	DIRECTOR DEL INSTITUTO	SECRETARIO ACADEMICO UNTDF
Fecha :	Fecha :	

Este programa de estudio tiene una validez de hasta tres años o hasta que otro programa lo reemplace en ese periodo