

**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:**  
2020-09-07  
**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:** 34 HS

**EQUIPO DOCENTE**

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
Noemi Velázquez	docente adjunto	ntvelazquez@untdf.edu.ar

## 1. FUNDAMENTACION

El presente taller se dicta con el objetivo de aportar nuevos criterios y herramientas de análisis de situaciones empresariales desde la óptica de la Comunicación.

La gestión empresarial en el siglo XXI, requiere profesionales preparados y con las habilidades para gestionar la Comunicación, ya que los nuevos pilares sobre los que se asienta la empresa moderna son la identidad, la Cultura, la imagen y la comunicación es transversal.

## 2. OBJETIVOS

### a) OBJETIVOS GENERALES

Que el alumno comprenda la complejidad de las situaciones empresariales desde la óptica de la comunicación, adquiera herramientas, interprete situaciones y diseñe estrategias para abordar la Comunicación empresarial en forma integral y eficaz.

### b) OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar situaciones comunicativas organizacionales, identificar sus elementos y problemas en el proceso comunicativo, proponer soluciones.
- Adquirir herramientas para la comunicación empresarial efectiva y eficaz, diseñar soluciones a los problemas comunicativos en pos de lograr la imagen deseada.

## 3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA

La asignatura se aprueba alcanzando las siguientes condiciones:

- Poseer condición de alumno regular.
- Cumplimiento del 75% de la asistencia.
- Aprobación de la totalidad de los trabajos solicitados en clase (individuales y grupales).

- Aprobación de los dos exámenes obligatorios con nota igual o superior a 4 (cuatro). Teniendo la posibilidad de recuperar uno de los parciales.
- Aprobación del Trabajo Práctico Integrador a la fecha de cierre del cuatrimestre, la entrega será la fecha del 2do parcial.
- Se valorará la participación en clase y la disposición para el cumplimiento de las consignas.
- Con los parciales aprobados mas el Trabajo Integrador aprobado el alumno estará en condición de regularizar la materia y acceder a la Promoción así podrá rendir el final.

La asignatura tiene una modalidad de cursado en línea.

### 3. 1. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA.

Las pautas establecidas, compatibles con lo previsto por la Resolución N° 350/14 (Reglamento General de Estudios de Pregrado y Grado), art. 4 Rec. N° 104/2020 Disposición SA 03/2020, de esta Universidad.

Art. 33, inc. d): La relación entre la calificación numérica, el resultado de la evaluación y el concepto numérico según el nivel de conocimiento demostrado es el siguiente:

CALIFICACION RESULTADO CONCEPTO

0-1-2-3 REPROBADO INSUFICIENTE

4-5 APROBADO REGULAR

6-7 APROBADO BUENO

8 APROBADO MUY BUENO

9 APROBADO DISTINGUIDO

10 APROBADO SOBRESALIENTE

#### 3.2 Alumnos Regulares:

Se evaluará a través de las actividades en clase, escritos y exposiciones orales presentadas en clase de acuerdo a los siguientes criterios:

- a) El cumplimiento de las actividades propuestas, sincrónicas y asincrónicamente.
- b) Poseer condición de alumno regular.
- c) La realización de la totalidad de los trabajos solicitados (individuales y grupales) y entrega en tiempo y forma.
- d) Aprobación de los dos parciales con 4 ( cuatro) o mas
- e) Aprobación del Trabajo practico final, que se entrega la fecha del 2° parcial .
- f) Participación en clase y entrega de trabajos propuestos por la asignatura,
- g) Trabajo práctico integrador

3.3. La asignatura puede promocionarse sin examen final si los estudiantes obtienen en los

parciales 7 ( siete) o mas. y cumplan con los demas requisitos para lograr la regularidad

#### 4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Eje 1: Proceso de la Comunicación.  
Axiomas. Elementos. Canales .

Eje 2: Plan de medios. Estrategias de Posicionamiento. Imagen de Marca.

Eje 3: Comunicación dirigida a publico interno y externo. Mensaje corporativo. Planificacion :  
diagnostico, plan, ejecución , evaluación.

Eje 4: Elaboración de proyecto. Proyecto. Presentaciones.

#### 5. RECURSOS NECESARIOS

- Pc. U Otro Dispositivo Con Conexión A Internet , Con Cámara Y Audio .
- Internet
- E-mail Y Whatsapp ( Para Facilitar La Comunicación Con El Docente Y Estudiantes.
- Moodle
- Google- Meet

#### 6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
1-3	1	Proceso de la Comunicación . Axiomas. Elementos. Canales. Determinantes del efectos de la Comunicación	obligatoria
4-6	2	Plan de medios. Estrategias de Posicionamiento. Imagen de Marca.	obligatoria
9-10	3	Comunicación dirigida a publico interno y externo. Mensaje corporativo. Planificacion : diagnostico, plan, ejecución , evaluación.	obligatoria
11-12	4	Elaboración de proyecto. Proyecto	obligatoria

#### 7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

Autor	Año	Título	Capítulo/s	Lugar de la Edición	Editor / Sitio Web
David Berlo	2011	El proceso de la comunicación .		El Ateneo	
Joan Costa	2009	la imagen corporativa en el s XXI		La Crujia	

Paul Watzlawick		Teoría de Comunicación Humana			
Brandolini-Gonzalez Frigoli	2009	Comunicación Interna		La Crujia	
All ries- Jack Trout	2013	Posicionamiento		Mc Graw Hill	

-----  
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**