

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Asignatura: Introducción a la Comunicación en las Organizaciones

Año calendario: 2011

Cuatrimestre: 2º

Carga horaria semanal: 3 hs

Créditos (si corresponde):

Carga horaria total: 48 hs.

Días y horario de cursada: Jueves de 15.00 a 18.00 hs.

Días y lugar de consulta para alumnos: Lunes a viernes - Garrone 181

Horas de estudio recomendadas: 3 horas semanales

Docentes:

José Ignacio Muñoz

Email : unrncomsocial@gmail.com

Paulina Andrés

PROGRAMA ANALITICO

1- OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Introducir al alumno en el campo teórico y el desarrollo de los procesos de la comunicación en las organizaciones.

La propuesta de la cátedra, es un abordaje teórico-práctico de la comunicación en las organizaciones -públicas y privadas-, y su relación con los sistemas de comunicación.

Presentar los diversos contextos que conforman la comunicación en las organizaciones para conocimiento, comprensión y análisis; procurando el aprendizaje de conceptos y categorías teóricas; con actitud crítica y científica.

El método de trabajo de clases, consistirá en una activa participación del alumnado. Se pretende así, optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Ello, a través de la utilización de distintas herramientas como soportes para una mejor comprensión del análisis teórico a exponerse en clase.

Lograr que los alumnos:

* Comprendan la significancia del conocimiento teórico y científico de la comunicación en toda organización.

* Conozcan la inserción de la comunicación en las organizaciones como sub-campo de las ciencias sociales.

* Estudien las teorías más relevantes que la abordan.

* Conozcan la importancia del conocimiento teórico a través del desarrollo de los ejes temáticos.

* Adquiera capacidad crítica mediante la comprensión de los ejes teóricos expuestos en clase, desarrollando actitudes analíticas y reflexivas sobre los temas abordados.

2- PROPUESTA METODOLOGICA:

La asignatura se desarrollará en dos partes: una teórica y otra práctica. En ambos casos, la modalidad es presencial.

Los alumnos deberán asistir a las clases con las lecturas solicitadas leídas y en el caso de los prácticos desarrollar durante las clases las actividades previstas por los docentes.

3. CRITERIO DE EVALUACION

Forma de aprobación (*indicar si se considera asistencia, evaluación parcial, final, entrega de trabajos prácticos, práctica profesional, pasantía, etc.*):

Para sostener la regularidad es necesario tener el 75% de presencia en ambas clases.

El modo de aprobación consta de dos parciales escritos -que deberán aprobarse con mínimo de 4 (cuatro). De no obtener las calificaciones mínimas requeridas, se deberán rendir recuperatorios en cada caso.

La asignatura tiene un examen final obligatorio que, en caso que los alumnos se presenten con un promedio mayor a los 7 puntos, consistirá en un coloquio acerca del contenido de los trabajos expositivos presentados durante la cursada. En caso de no llegar a ese puntaje, deberán preparar un tema especial y luego serán requeridos acerca del resto de los temas del programa.

Unidad 1: Comunicar en las Organizaciones

Contenidos:

Comunicación y Organización.

Comportamiento organizacional. Personalidad, grupos y organización. Teorías e imágenes de la organización. Psicología social de las organizaciones.

Teoría General del sistema de la organización: la organización como sistema abierto.

Subsistemas. Dimensiones del diseño organizacional.

Cultura y clima organizacional: Atributos de la cultura organizacional. Funciones psicosociales de la comunicación en las organizaciones. Formación de la comunicación en las organizaciones.

Bibliografía:

WATZLAWICK, P y otros: "Teoría de la comunicación humana". Edit. Erder. España 2002.

FERNANDEZ COLLADO, C. (coord.) y otros: "La comunicación en las organizaciones". Caps. 6, 7, 9 y 11. Edit. Trillas. España.

MUÑOZ, J.I.: "La comunicación en las organizaciones". Diario Río Negro, 2005, pág. 22

ROBBINS, S.: "Comportamiento organizacional. Teoría y práctica". Editorial Trillas. España, 1990.

GORE, Ernesto y DUNLAP, D.: "Aprendizaje y organización. Una lectura educativa de las teorías de la organización". Editorial Tesis. Madrid, 1999.

RODRIGUEZ MANSILLA, D. "Diagnóstico de la cultura organizacional". Alfaomega Ediciones. Chile, 2003. Caps. 2, 8 y 9

SCHEIN, E: "Psicología de la organización" Ira parte, cap. 1 y 2; Vta. Parte, cap. 11 y 12, Prentice Hall Panamericana, México, 1998.

KATZ, D., KAHN, R: "Psicología social de las organizaciones. Bases psicológicas de la efectividad organizacional". Editorial Trillas. Argentina, 1990

DEAL, T., KENNEDY, A: "Las empresas como sistemas culturales". Edit. Sudamericana. Bs.As., 2002

Unidad 2: Opinión Pública y Comunicación en Organizaciones.

Contenidos:

Opinión Pública. Concepto. Concepción filosófica de Jurgen Habermas.

La producción de noticia como construcción de la realidad. La noticia como reproducción del 'status quo'. Lo público y lo privado en los tiempos contemporáneos. Libertad de palabra de las organizaciones. Derecho a saber en las organizaciones.

El poder de las organizaciones y su entorno. Como piensan y actúan las instituciones.

Bibliografía:

HABERMAS, J: "Historia y Crítica de la Opinión Pública". Barcelona: G. Gili, 1981

TUCHMAN, G: "La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad". Ediciones Gili, Barcelona, 1998.

MINTZBERG, H: "El Poder en la organización y su entorno". Edit. Ariel, Barcelona, 1992

DOUGLAS, Mary: "Cómo piensan las organizaciones". Alianza Editorial, España, 1996.

Unidad 3: Comunicaciones públicas y privadas.

Contenidos:

Los media y la construcción social de la realidad. Caracteres de la construcción. Los medios y el interés público. El desarrollo de la comunicación pública. La libertad como valor comunicacional pública.

Concepto de politización. La politización de la información en el sector público.

Comunicación política y empresas. Enfoques teóricos. Culturas nacionales y empresas privadas.

Marketing privado y servicio público. Conceptos.

Bibliografía:

WOLF, M: "Efectos sociales de los media. Los media y la construcción social de la realidad". Ediciones Paidós.

MC QUAIL, D: "La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público". Amorrortu Editores.

LAVIGNE, A.: "La politización de la información del sector público". Gedisa Editorial. 1993.

BEAUCHAMP, M: "Comunicación política y empresas. Algunos puntos de vista teóricos". Gedisa Editorial. 1993.

Unidad 4: Comunicaciones Externas en la organización. Comunicación de crisis.

Contenidos:

Circuito Exógeno y endógeno de comunicación en una organización. El DirCom. Funciones y responsabilidades. El CEO en la empresa. Relaciones con la prensa. La información sobre el entorno, El "Síndrome de Funes" en las organizaciones. Las relaciones entre las organizaciones modernas con la prensa y los sistemas de medios de comunicación existentes. Actores. Estructura de los medios y los multimedios.

Gestión de las crisis: Las organizaciones comunicando la crisis y en crisis. Administración de la crisis. Escenarios. Proceso temporal de la crisis: Prevención, identificación y evaluación.

Bibliografía:

REY LENNON, Federico: "La captura de la información", del libro: "El management de las comunicaciones integradas, E. SXXI, Bs.As. 2008.

REY LENNON, Federico: *Los DirCom ante la crisis argentina: Conferencia Universidad de San Andres, Victoria, Octubre, 2002.*

PERTICARARI, R: "Trabajando con el periodismo. Relaciones con la prensa". U.Austral, Bs.As., 2005

MUÑOZ, J.I: "Gestión de la crisis en comunicación". Cuadernillo de trabajo. 2011.

Unidad 5: Comunicaciones Internas en la organización.

Contenidos:

La comunicación interna en el contexto de la comunicación integral de la organización. Teoría social de las organizaciones. Medios de comunicación interna: Vehículos y acciones. Intracomunicación.

El diagnóstico de las comunicaciones internas. Hacia una comunicación interna estratégica con responsabilidad social empresaria y organizacional.

Bibliografía:

KREPS, G: "La comunicación en las organizaciones". Adisson Wesley Iberoamericana, 2005.

ELIAS J.y MASCARAY, J.: "Mas allá de la comunicación interna. La Intracomunicación". Gestión 2000. Madrid. España.

GARCIA JIMENEZ, J.: "La comunicación interna". Univ. Complutense de Madrid, España, 2005.

TESSI, MANUEL: "Comunicación interna estratégica". Ensayo. Bs. As. 2000.

www.manueltessi.org

Bibliografía complementaria sugerida

CASTRO, B: "El auge de la comunicación corporativa. Creative Commons.

<http://es.creativecommons.org/>.España, 2007.

GOFFMAN, E.: "Estigma. La identidad deteriorada". Amorrortu Editores, Bs.As. 2005

DURANDIN, G: "La información, la desinformación y la realidad". Ediciones Paidós, Bs.As. 2001

THOMPSON, J: "El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación". Ediciones Paidós. Bs.As. 2001

GOLDHABER, G.: "Comunicación organizacional". Editorial Diana. México, 2000.

DOCENTES:

Paulina Andrés

José Ignacio Muñoz