

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES			
PROGRAMA DE: DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS		DEPARTAMENTO: COMUNICACIÓN SOCIAL	
Cursado	Días de clase	Horarios	Aula/s
Cuatrimestral	Lunes y miércoles	9 a 11 hs - 13 a 15hs	
PROFESOR RESPONSABLE: Lic. Matías Barrionuevo			

1. FUNDAMENTACIÓN

Hablar de Comunicación es adentrarse dentro de un campo de acción que se encuentra relacionado con la práctica diaria de las personas, la formación específica de la disciplina y el desempeño en un mercado laboral cada día más demandante y desafiante a quienes ejercen de manera profesional la disciplina.

El Diseño y la Gestión de Proyectos de Comunicación en organizaciones demandan un conocimiento detallado de las estrategias de acción a implementar en ellas en virtud de sus necesidades, su misión y objetivos debido a que no existen recetas preconcebidas que permitan aplicar a todas por igual. Podemos mencionar y reconocer que existen posicionamientos teórico-prácticos, modelos, estrategias y acciones a desarrollar, pero las mismas son el resultado del análisis y abordaje que se seleccione y planifique para implementar en cada una de ellas.

Es por ello que la propuesta de la materia se basa en un reconocimiento de los elementos, los pasos, recursos, y políticas a implementar según los objetivos de organización y el posicionamiento que asuman lo/as estudiantes de una manera estratégica y crítica hacia las demandas reales del mercado laboral.

En el desarrollo de la materia lo/as estudiantes irán reconociendo de manera conceptual los pasos y elementos que deben considerar al momento de diseñar y gestionar un proyecto comunicacional con el análisis y desarrollo de casos reales, en donde la teoría y práctica irán en simultáneo en la búsqueda de un abordaje integral de los problemas a abordar.

2. OBJETIVOS

- Que lo/as estudiantes reconozcan teóricamente los elementos que deben incluir al momento de diseñar un proyecto de comunicación.
- Que lo/as estudiantes reconozcan que la gestión de la comunicación se basa en relaciones de producción de sentido a través de la interacción, el proceso dialógico y la escucha activa.
- Que reconozcan posibles escenarios y problemáticas comunicacionales a abordar desde una perspectiva de la comunicación como un derecho humano.
- Que puedan generar el diseño y la gestión de proyectos de comunicación.

[Escriba texto]

3. CONTENIDOS Y BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA Y COMPLEMENTARIA

UNIDAD 1. Gestión Estratégica de la comunicación

La gestión de los intangibles en las organizaciones. El rol de la comunicación estratégica. Las características de las diferentes organizaciones sociales y su públicos: stakeholder y mapas de públicos.

- COSTA , Joan(2002) Comunicación Empresarial . Nuevas tendencias en comunicación para potenciarla estrategia empresarial . Barcelona: Editorial Gestión 2000

- ENRIQUE JIMÉNEZ , Ana María & MORALES , Francisca(Coord.), (2015) Somos estrategias : Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional . Barcelona: Editorial Gedisa

Enlaces

Ponencia de Joan Costa: Estrategias y herramientas transmedia para la comunicación corporativa. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=IYxegdZJkMg>

UNIDAD 2. Elementos para un proyecto de comunicación

El plan de comunicación , diagnóstico - planificación -gestión . Objetivos Smart, Recursos, cronograma , estrategias de financiamiento . Tipos de acciones , formatos, plataformas . Consumos culturales.

- CAPRIOTTI , Paul (2009), Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago de Chile: Editorial Andros.

- VILLAFANE, Justo(1998) Imagen Positiva. Madrid: Editorial Pirámide

- CASTELLS , Manuel, (2009) Comunicación y poder. Madrid: Editorial Alianza

Año de vigencia: 2022
Profesor Responsable: Matías Barrionuevo



VISADO

DECANA

SECRETARIA ACADEMICA

DIRECTOR DEPARTAMENTO

FECHA

FECHA

FECHA

[Escriba texto]

UNIDAD 3. La comunicación en entornos digitales

La expansión del relato. La generación de comunidades virtuales. Las nuevas tecnologías y su impacto en las organizaciones.

- CASTELLS , Manuel(2006) La sociedad red: una visión global . Madrid: Editorial Alianza.
- JENKINS , Henry(2008) Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Editorial Paidós
- SCOLARI , Carlos(2008) Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa

Año de vigencia: 2022
Profesor Responsable: Matías Barrionuevo



VISADO

DECANA

SECRETARIA ACADEMICA

DIRECTOR DEPARTAMENTO

FECHA

FECHA

FECHA

[Escriba texto]

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Las clases de la materia serán teórico-prácticas con un abordaje de la teoría aplicada al análisis de casos y el desarrollo de producciones propias de lo/as estudiantes. La dinámica de trabajo en taller permitirá un diálogo fluido en el transcurso de la materia en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En función de los nuevos escenarios tecnológico, las clases serán mixtas entre presenciales y otras a través de videoconferencia, con clases de apoyo y seguimiento activo según las necesidades de lo/as estudiantes.

Las clases presenciales y virtuales contarán con recursos pedagógicos tales como powerpoint, videos, audios.

Asimismo en el transcurso de la materia se invitará a representantes de diferentes organizaciones a contar su experiencia en cuanto a la gestión de la comunicación.

Los análisis de casos será con un reconocimiento de experiencias internacionales, nacionales y locales.

Las propuestas a desarrollar deberán reconocer las normativas comunicacionales existentes en el país como marco normativo de el desempeño profesional de lo/as comunicadores.

Se establecen instancias de evaluación individual y grupal, con presentación de producciones escritas que permitan un análisis y debate en clase.

Año de vigencia: 2022
Profesor Responsable: Matías Barrionuevo



VISADO

DECANA	SECRETARIA ACADEMICA	DIRECTOR DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

[Escriba texto]

5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN (se debe observar lo establecido por el Reglamento de Alumnos/as vigente, el cual está publicado en la página de la Facultad)

Se realizará un seguimiento individualizado de lo/as estudiantes y su cumplimiento de las pautas en la elaboración de consignas de una clase a otra.

Al finalizar la Unidad II se tomará un examen parcial (y su recuperatorio) que lo/as estudiantes deberán aprobar con la nota de 4 (cuatro) o superior.

Al finalizar la Unidad III deberán realizar la entrega final de un Proyecto Comunicacional que deberán aprobar con la nota de 4 (cuatro) o superior.

5.1. Obtención de concepto:

La aprobación de la cursada regular se dará con el cumplimiento de:

1. Aprobación del parcial con nota 4 (cuatro) o superior.

2. Aprobación del trabajo final con nota 4 (cuatro) o superior.

5.2. La promoción sin examen final será:

1 - Aprobación del parcial con nota de 6 (seis) o superior.

2 - Aprobación del trabajo final con nota de 6 (seis) o superior.

Nota: las instancias del parcial y trabajo final no serán promediables para la promoción, sino que deberán cumplir en las dos instancias con nota superior a 6 (seis).

5.3. Para el examen final:

Lo/as alumno/as regulares deberán haber aprobado el parcial y trabajo final y deberán acreditar los conocimientos adquiridos en el cursado de la materia según el programa de la misma y el trabajo final presentado.

5.4 Examen alumno/as libres

El examen tendrá dos instancias: a) el oral consta de la presentación de una de las unidades del programa; y b) la presentación por escrito de un proyecto, el mismo deberá ser entregado una semana antes del examen y en caso de ser aprobado, deberá defenderlo en la mesa de exámenes.

Año de vigencia: 2022

Profesor Responsable: Matías Barrionuevo



VISADO

DECANA

SECRETARIA ACADEMICA

DIRECTOR DEPARTAMENTO

FECHA

FECHA

FECHA

[Escriba texto]

6. ARTICULACIONES CURRICULARES

La materia recuperará conceptos y el aprendizaje que lo/as estudiantes posean de otras materias en la búsqueda de su aplicación en los proyectos desarrollar.

7. ALUMNOS/AS EN SITUACIÓN DE TERMINALIDAD

Se realizarán clases de consultas que permitan a lo/as estudiantes la elaboración de un proyecto comunicacional que deberán presentar por escrito 30 días antes de la mesa de examen. Una vez aprobado podrán presentarse en la mesa de exámenes.

8. ESPECIFICACIONES CURRICULARES ORIENTADAS A LA ATENCIÓN DE ALUMNOS DE OTRAS CARRERAS DE ORIGEN (si corresponde)

9. PROPUESTA DE FORMACIÓN DE RECURSOS

La propuesta es un trabajo en taller que permita afianzar conceptos teóricos con aplicación en casos reales de proyectos comunicacionales.

Lo/s estudiantes tendrán una aproximación real al mundo del trabajo de un comunicador.

10. ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN Y DE INVESTIGACIÓN PREVISTAS

El primer año de la implementación del programa de la materia será para la optimización de su dictado, estipulando en el segundo año un trabajo de curricularización de la extensión a través de el desarrollo de proyectos de comunicación en organizaciones que demanden un abordaje comunicacional de sus prácticas diarias.

11. ACTIVIDADES PRÁCTICAS, SALIDAS DE CAMPO Y PRÁCTICAS PROFESIONALES DETALLADAS (si corresponde)

Se estipula para el segundo año del dictado del programa de la materia.

12. USO DE RECURSOS VIRTUALES

Se utilizará la plataforma educativa de la UNPSJB para la publicación del programa , bibliografía, actividades y trabajos a realizar por lo/as estudiantes de la materia. Se complementará con clases virtuales dictadas a través de videoconferencias en Meet/ Jitsi / Zoom. Para la presentación de trabajos que contengan videos o imágenes se pondrá a disposición de los estudiantes un drive compartido y se evaluará la implementación de un canal de youtube en caso de requerir el dictado de la materia.

Año de vigencia: 2022
Profesor Responsable: Matías Barrionuevo



VISADO

DECANA

SECRETARIA ACADEMICA

DIRECTOR DEPARTAMENTO

FECHA

FECHA

FECHA