UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos

Materia: COMUNICACION ESTRATEGICA
Código: FLC0264
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: DURAN GONZALEZ ANA MARIA
Correo electrónico: aduran@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

En esta asignatura se examinarán los conceptos de comunicación y estrategia, interpretándolos desde la perspectiva del mundo empresarial del siglo XXI, tomando en cuenta tanto las necesidades culturales cuanto las administrativas de las organizaciones.
Se analizará y aplicará la metodología de una auditoría de comunicación en una organización de selección de los estudiantes, estableciendo una matriz de stakeholders, planteando una propuesta estratégica de comunicación y proponiendo un mix de medios e instrumentos.
Se incursionará en temas estratégicos, tales como el buen gobierno corporativo, el lobby, la comunicación en crisis, la opinión pública, las relaciones con los medios de comunicación masiva y la vocería institucional, llevándolos a su aplicación práctica en organizaciones de selección de los estudiantes.

La asignatura es el estudio de la Comunicación Estratégica como un instrumento de Alta Dirección y Gestión Empresarial, que permite orientar los distintos procesos hacia el cumplimiento de la planificación general de la organización para facilitar la consecución de los objetivos y la misión - visión de la misma.
Comunicación Estratégica permite comprender de mejor manera el por qué y el para qué de la aplicación de los métodos y técnicas que se conocen en las demás asignaturas del ámbito de la Comunicación Empresarial. Es el paso del plano táctico hacia un escenario necesariamente estratégico, evidenciando que la estrategia de la empresa resulta inútil al margen de la comunicación, como inútil resulta la comunicación al margen de la estrategia.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	**GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN (Francisco Garrido)**
1.1	Estrategia y comunicación (2 horas)
1.2	Estructura y estrategia clásica. (2 horas)
1.3	Componentes y perspectivas de la concepción estratégica. (2 horas)
1.4	Rompiendo las fronteras (Daniel Scheinsohn) (4 horas)

2	EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN (Andrés Aljure)
2.1	Planeación Estratégica (2 horas)
2.2	PEC: Plan Estratégico de Comunicación (2 horas)
2.3	Metodología para elaborar un PEC (3 horas)
2.4	Análisis de la situación (3 horas)
2.5	Análisis FODA (2 horas)
2.6	Definición de Objetivos Estratégicos (2 horas)
2.7	Plan de acciòn (3 horas)
2.8	Definición de Indicadores (3 horas)
2.9	Análisis de casos (3 horas)
3	EL LOBBYING
3.1	Naturaleza comunicativa del lobbying (2 horas)
3.2	El lobying proactivo (2 horas)
3.3	El lobying directo (2 horas)
3.4	El lobying indirecto (2 horas)
3.5	Análisis de casos (4 horas)
4	COMUNICACIÓN DE CRISIS (Jaume Fita Trías)
4.1	Las crisis: tipología (0 horas)
4.2	El Plan preventivo (2 horas)
4.3	Factores de comunicación de crisis (2 horas)
4.4	Principios estratégicos (2 horas)
4.5	Análisis de casos (4 horas)
5	PORTAVOCÍA
5.1	El vocero corporativo (2 horas)
5.2	La preparación para enfrentar a los medios (2 horas)
5.3	El valor diferenciador de un buen vocero (2 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bi. Diseña un plan estratégico de comunicación.	
-Diagnostica un sistema de comunicación y propone un Plan Estratégico	-Evaluación escrita -Informes -Trabajos prácticos - productos
-Propone estrategias a corto plazo que contribuyan al cumplimiento de la Planificación Estratégica de la organización.	-Evaluación escrita -Informes -Trabajos prácticos - productos
-Reconoce la concepción estratégica de la gestión de la comunicación en las organizaciones.	-Evaluación escrita -Informes -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Se rendirá una prueba de aplicación de los conceptos básicos de la comunicación estratégica	GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN (Francisco Garrido)	APORTE	5	Semana: 4 (30/09/19 al 05/10/19)
Informes	Se presentan informes de diagnóstico de comunicación estratégica	EL LOBBYING, EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN (Andrés Aljure)	APORTE	10	Semana: 8 (28/10/19 al 31/10/19)
Trabajos prácticos -	Se realizan varios trabajos prácticos relacionados	COMUNICACIÓN DE CRISIS (Jaume Fita Trías),	APORTE	15	Semana: 12 (25/11/19 al 30/11/19)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
productos	con estrategias de comunicación.	PORTAVOCÍA			
Trabajos prácticos - productos	Se entrega el trabajo y realiza una prueba sobre la aplicación de conceptos en el mismo	COMUNICACIÓN DE CRISIS (Jaume Fita Trías), EL LOBBYING, EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN (Andrés Aljure), GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN (Francisco Garrido), PORTAVOCÍA	EXAMEN	20	Semana: 19 (13/01/20 al 18/01/20)
Evaluación escrita	Se rinde el examen escrito sobre la totalidad de la materia	COMUNICACIÓN DE CRISIS (Jaume Fita Trías), EL LOBBYING, EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN (Andrés Aljure), GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN (Francisco Garrido), PORTAVOCÍA	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

La asignatura incluye fundamentalmente clases expositivas, presentación de vídeos, resolución de casos, investigación en una organización, aplicación práctica y exposiciones de los estudiantes.

Criterios de Evaluación

Previo a cada evaluación se harán conocer con precisión a los estudiantes la rúbrica que se utilizará para la calificación de la evidencia, salvo que se trate de pruebas de reactivos, en los cuales hay una sola opción de respuesta correcta.
En todas las evidencias se tomará en cuenta la presentación (orden, limpieza y formato adecuado), ortografía (3 faltas ortográficas significan un punto menos).
En las pruebas y exámenes se calificará la asimilación de los contenidos teóricos, así como las argumentaciones, criterios y comentarios en torno a las preguntas de razonamiento y la explicación adecuada frente a aplicaciones prácticas.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ALJURE SAAB, ANDRÉS	UOC Universidad La Sabana	EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	2014	978-84-9064-718-9
SHEINSON, DANIEL	GRANICA	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	2009	9739503415350
VARIOS AUTORES	Quipus-CIESPAL	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS ORGANIZACIONES	2006	9978550461

Web

Autor	Título	Url
Salas Forero, Claudia Patricia	Scielo	http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n59/v30n59a16.pdf
Scheinsohn, Daniel	Scielo	http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232010000300002&lang=es

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Wilcox, Dennis; Glen Cameron; Jordi Xifra	Pearson	Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas	2012	978-84-8322-813-5
Pintado Blanco, Teresa & Sánchez Herrera, Joaquín	ESIC EDITORIAL	Nuevas tendencias en Comunicación Estratégica	2017	978-84-17513-03-0

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 04/09/2019

Estado: Aprobado