

Programa

1. **Nombre de la actividad curricular:** Comunicación Estratégica.
2. **Nombre de la actividad curricular en inglés:** *Strategic Communication*.
3. **Código:** PERI16-2.
4. **Carrera:** Periodismo.
5. **Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla:** Periodismo, Facultad de Comunicación e Imagen.
6. **Área de Formación:** Formación especializada.
7. **Carácter:** Obligatorio.
8. **Semestre:** VI semestre.
9. **Año:** 2022.
10. **Número de créditos SCT – Chile:** 4 créditos.
11. **Horas de trabajo:** Presencial: 1,5 / No presencial: 4,5.
12. **Requisitos:** No tiene.
13. **Propósito general del curso**
 - Comprender críticamente las formas en que las organizaciones se comunican con el fin de lograr sus objetivos.
 - Brindar las herramientas teórico-críticas para analizar cómo las corporaciones, instituciones, agencias sin fines de lucro y gubernamentales utilizan sus recursos para comunicarse de manera efectiva con sus diferentes públicos.

14. Competencias y subcompetencias a las que contribuye el curso

Ámbito: Creación y Gestión

Competencia

3.2. Gestionar innovaciones sobre la comunicación en organizaciones públicas, comunitarias y privadas.

Subcompetencia

3.2.a. Diagnosticar las necesidades comunicacionales de organizaciones públicas, comunitarias y privadas.

3.2.d. Considerar el impacto de las estrategias comunicacionales implementadas en organizaciones y medios.

Competencias genéricas

- Capacidad crítica
- Responsabilidad social

15. Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, la estudianta y el estudiante serán capaces de:

- Evaluar la Comunicación Estratégica en tanto campo de estudio y espacio de desarrollo profesional.
- Diagnosticar las necesidades comunicacionales de una organización para focalizar las decisiones de gestión.
- Formular un plan de Comunicación Estratégica para contribuir al logro del propósito de la organización.
- Diseñar un plan de gestión para aminorar los efectos de las crisis en las organizaciones.

16. Unidad (es) / Indicadores de aprendizaje

Unidad	Contenidos	Indicadores de aprendizaje
Comunicación Estratégica (5 semanas)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Comunicación Estratégica como disciplina aplicada a organizaciones con fines públicos y privados. ▪ Giro afectivo de las ciencias sociales y estados de ánimo sociopolíticos. ▪ <i>Agenda Setting</i> y cultura organizacional. ▪ Modelo RACE (ampliado): organizaciones con fines públicos y privados. ▪ Imagen e identidad organizacionales: asimetrías, brechas o <i>gaps</i>. 	<p>Conoce los tipos de inserción profesionales y las posibilidades de inserción laboral.</p> <p>Explica y aplica conceptos determinando:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Por qué es importante entender profesionalmente la Comunicación Estratégica. ▪ Cómo se imbrican las agendas gubernamental, organizacional o institucional, medial y de redes sociales, y de la opinión pública. ▪ <i>Posverdad</i> externa y organizacional.
Planificación Estratégica de la Comunicación (PEC) (7 semanas)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategia y táctica comunicacionales. ▪ Auditoría de la Comunicación. ▪ Objetivos comunicacionales. ▪ Plan de acción. ▪ Evaluación del PEC. 	<p>Aplica conceptos para:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auditar comunicacionalmente o formular un diagnóstico externo. ▪ Formular objetivos e indicadores de medición. ▪ Elaborar mensajes y un Plan de Comunicación.

Unidad	Contenidos	Indicadores de aprendizaje
Comunicación de crisis (3 semanas)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emociones y estados de ánimo en las crisis. ▪ Comunicación de Crisis y sus estrategias de respuesta. ▪ Cómo organizar el enfrentamiento de crisis. 	Aplica y explica: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entorno organizacional y riesgos. ▪ Crisis comunicacional. ▪ Estrategias de respuesta.

17. Metodología de enseñanza y aprendizaje

- El curso se realizará a través de clases expositivas, de su reforzamiento aplicado a través de análisis de casos en sala, un análisis grupal de caso, un Plan de Comunicación Estratégica grupal, y un trabajo individual.

18. Asistencia obligatoria

- Asistencia mínima: 75%

19. Evaluaciones

- **Análisis grupal de caso I (35%):** Diagnóstico, *stakeholders*, FODA.
- **Plan de Comunicación Estratégica (PEC) (35%):** diagnóstico, *stakeholders*, FODA, objetivos comunicacionales, mensajes, plan de acción, e indicadores de medición.
- **Análisis individual de caso II (30%):** Comunicación de crisis.
- **Eximición del examen:** promedio final 5.0 y sin notas parciales inferiores a 4.0.
- Notas parciales: 70%
- Examen: 30%

20. Requisitos de aprobación

- Nota final superior a 4.0.

21. Bibliografía obligatoria

- Canel, M.J (2017). En busca de un marco para medir el valor intangible de la gestión pública. Análisis de casos prácticos de evaluación del valor público.
- Gobierno de Navarra (2011). El plan de comunicación: diez etapas (pp. 18-51). ¿Cómo planificar la comunicación desde una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación.

22. Recursos web obligatorios

- Seminario del Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social (COES, 2021), "*Percepciones y creencias de las elites económica, política y cultural de Chile*". Ver hasta la altura 58:00: <https://youtu.be/yUzVGyV4BC0>
- International Association for the Measurement and Evaluation of Communication (AMEC, septiembre de 2020). Principios de Barcelona 3.0. Ver en: <https://bit.ly/3Q8AJ4E>
- Canel, M.J (octubre de 2018). Presentación de "*La Comunicación de la Administración Pública*", Editorial Fondo de Cultura Económica. Ver hasta la altura 53:00: <https://bit.ly/2Pm38Kh>

23. Bibliografía complementaria

- Canel, M.J (2018). *La Comunicación de la Administración Pública*, México: Fondo de Cultura Económica.