

Programa de Asignatura

1. Identificación General

Unidad Académica	Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile
Carrera/Programa	Periodismo
Nombre del curso	Comunicación Estratégica
Código	PERI16-1 - Segundo Semestre 2024
Tipo/carácter del curso	Obligatorio
Área de formación	F. Especializada
Nivel/semestre	VI
SCT del curso	4
Requisitos	No tiene
Nº de estudiantes estimados/as	50

2. Nombre del curso en inglés

Strategic Communication

3. Equipo docente

Docente(s) responsable/coordinador(a)	Unidad académica	Correo institucional
Ruth Tapia		ruth.tapia@uchile.cl

Docentes colaboradores/as o docentes invitados/as	Unidad académica a la que pertenece

Becario/a de colaboración	Modalidad presencial
---------------------------	-----------------------------

4. Carga académica y créditos SCT-Chile

Nº de créditos SCT	4
Duración total en horas del curso	6
Nº horas de trabajo sincrónico / presencial	1,5
Nº horas de trabajo asincrónico / no presencial	4,5

5. Modalidad, día y horario

Modalidad	<i>Presencial</i>
Día	<i>Miércoles</i>
Horario/sala	<i>De 8:30 a 11 horas, sala Aulario B14</i>

6. Competencias específicas o disciplinares a las que contribuye el curso

<p><i>Ámbito: creación y gestión</i></p> <p><i>Competencia</i></p> <p><i>3.2 Gestionar innovaciones sobre la comunicación, en organizaciones públicas, comunitarias y privadas.</i></p> <p><i>Subcompetencia</i></p> <p><i>3.2.a. Diagnosticar las necesidades comunicacionales de organizaciones públicas, comunitarias y privadas.</i></p> <p><i>3.2.b. Considerar el impacto de las estrategias comunicacionales implementadas en organizaciones y medios.</i></p>

7. Competencias genéricas / sello a las que contribuye el curso

Capacidad crítica
Responsabilidad social

8. Propósito formativo 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 organizaciones, instituciones, agencias sin fines de lucro y gubernamentales utilizan sus recursos para comunicarse de manera efectiva con sus diferentes públicos.

9. Resultados de aprendizaje del curso

Al finalizar el curso, el o la estudiante será capaz 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.

10. Saberes fundamentales - contenidos / unidades temáticas e indicadores de logro(aprendizaje)

<i>Nombre de la Unidad</i>	<i>Contenidos:</i>	<i>Indicadores de Aprendizaje</i>
Comunicación estratégica y comunicación (4 semanas)	Introducción a la Comunicación Estratégica Rol y estructura de la Comunicación Estratégica en la organización	Aplica conceptos Explica rol y estructura
Planificación estratégica y comunicacional (6 semanas)	Conceptos claves para la planificación y gestión Modelos de planificación en comunicaciones	Aplica conceptos Aplica herramientas de comunicación estratégica. Problematiza y

	Herramientas de planificación estratégica	detecta necesidades de una organización.
	Plan de comunicación	Formula el plan de comunicación
Manejo de crisis (5 semanas)	Organización y crisis Caracterización, orígenes, actores y consecuencias Comité Plan de crisis	Aplicar herramientas de análisis en la organización Detecta riesgos que pueden conducir a una crisis Formula un plan de crisis

11. Estrategias metodológicas

a) Descripción general de las metodologías

Para el logro de los aprendizajes, se desarrollarán distintas metodologías:

- Clases teóricas.
- Talleres.
- Aprendizaje + servicio.

b) Esquema de evaluaciones/estrategia evaluativa en el curso

Actividad de evaluación	Tipo de evaluación	Ponderación en la nota final
Control de lectura individual.		20%
Primera entrega Plan de Comunicaciones - Exposición (40%) y mapa stakeholders (60%).		20%
Segunda entrega Plan de Comunicaciones.		25%

Tercera entrega Plan de Comunicaciones – Presentación final del plan		35%
--	--	-----

12. Planificación y cronograma preliminar del curso:

**Calendario académico
Comunicación Estratégica Ruth Tapia agosto 2024**

Semana			Clases	Actividades		Comentario
Número	Lunes	Viernes		Sincrónicas / Presenciales	Asincrónicas / No presenciales	
Semana 1	5-ago	9-ago	Clases lectivas	Introducción. Repaso sobre Estrategia y entrega del plan de trabajo del semestre	Apunte ¿qué es estrategia? Perfil de un consultor Perfil de un DIRCOM Perfil de un periodista	Inicio de segundo semestre
Semana 2	12-ago	16-ago		Identificación del cliente Grupos, clientes, consentimiento informado	Rúbrica control de lectura	15 feriado
Semana 3	19-ago	23-ago		Imagen e identidad Capriotti (2004) Identificación del cliente. Benchmarking Plantilla Benchmark Análisis comparativo	Rol consultor: Análisis Benchmark empresa/institución Rúbrica Primera Entrega Plan de Comunicaciones	
Semana 4	26-ago	30-ago		Stakeholders Mapeo Stakeholders	Consultor: elaboración Mapa de stakeholders Entrega Control de Lectura	
Semana 5	2-sep	6-sep		Taller Plantilla Mapeo		Juegos Olímpicos Estudiantiles (JOE) ¹
Semana 6	9-sep	13-sep		Plan de Comunicaciones Plantilla Primera entrega 1º Entrega	Primera entrega Plan de Comunicaciones - Mapa de Stakeholders	

¹ Durante este período, a partir de las 13:00 pm, quedará autorizado/a para eximirse de asistir a las actividades académicas, incluidos los CFG e inglés, todo/a estudiante que tenga participación activa o pasiva en los eventos deportivos, debidamente acreditada por las Direcciones de Escuela de Pregrado de cada Unidad Académica. Durante esta semana no deberán realizarse actividades calificadas.

					Exposición (40%) Plan Comunicacional- Entrega 1 (60%)	
	16-sep	20-sep	Semana de receso			
Semana 7	23-sep	27-sep	Clases lectivas	Diagnóstico interno y externo Matrices de análisis interno (7-s) y externo (PESTEL). Matriz FODA	Matriz FODA RúbricaPlan Comunicacional Entrega 2	
Semana 8	30-sep	4-oct		Diagnóstico interno y externo Matrices de análisis interno (7-s) y externo (PESTEL). Matriz FODA	Matriz FODA	
Semana 9	7-oct	11-oct		Plan de acción Plantilla Plan de Acción	Plan de Acción	
Semana 10	14-oct	18-oct		Plan de comunicaciones Plantilla Segunda entrega	Entrega Plan Comunicacional 2	
Semana 11	21-oct	25-oct		Taller Trabajo en sala Entrega Plan de Comunicaciones	Entrega Plan de Comunicaciones	
Semana 12	28-oct	1-nov		Semana de trabajo autónomo		
Semana 13	4-nov	8-nov	Clases lectivas	Reputación. Introducción al plan de crisis Diagnóstico de vulnerabilidades	Diagnóstico de vulnerabilidades Vulnerabilidades	
Semana 14	11-nov	15-nov		Tipología y mapeo de crisis Mapa de Crisis	Mapa de crisis	
Semana 15	18-nov	22-nov		Plan de crisis y comité Plan de Crisis Comité de crisis		

				y respuestas		
Semana 16	25-nov	29-nov		Sesión de trabajo Entrega plan de crisis		
Semana 17	2-dic	6-dic	Semanas de exámenes	Examen cierre		
Semana 18	9-dic	13-dic		Examen cierre		
Semana 19	16-dic	20-dic	Cierre de actas	cierre de actas 18-dic		

13. Requisitos de aprobación:

Nota final superior a 4.0

14. Recursos de aprendizaje o bibliografía

a) Básica obligatoria

- PORTER, M. (2011). ¿Qué es la estrategia? Harvard Business Review: 100-117.
- TIRONI, Eugenio y Cavallo, Ascanio (2007). Comunicación Estratégica. Vivir en un mundo de señales. Santiago: Taurus. 33-47.
- CASTELLS MANUEL, (2013) "El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global", en C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas, Madrid, BBVA: 1-25
- CASTELLÓN Lucía, Guillier Alejandro Guillier, Labrador María José Labrador. (2015) "Perspectivas sobre el futuro del periodismo: tecnología y ejercicio de poder":37-54. Castellón Lucía, Jaramillo Oscar. En "Comunicación, Redes y Poder". Santiago: Gil Editores.

b) Adicional o bibliografía complementaria:

- CAPRIOTTI, Paul (2004). "La imagen corporativa". En Losada, J.C. (ed.): Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona: Ariel.
- CHIAVENATO, Idalberto (2009). Comportamiento Organizacional. México: McGraw-Hill.
- ELIZALDE, Luciano (2004). "Estrategias en las crisis públicas". Argentina: La Crujía ediciones.
- FITA TRÍAS, Jaume, P. (2004). "Comunicación de Crisis". En Losada, J.C. (ed.): Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona: Ariel.
- RODRÍGUEZ, Darío (2005). Diagnóstico organizacional. México D.F. Alfaomega
- ROGERS, E. y AGARWALA-ROGERS, R. (1980). La Comunicación en las organizaciones. México: McGraw-Hill.
- WILCOX, Dennis, CAMERON, Glen y XIFRA, Jordi (2012). Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas. Madrid: Pearson.

c) Recursos web

Objetivos de desarrollo sostenible

<http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/>

Bidireccional: el Blog de Paul Capriotti <https://paulcapriotti.wordpress.com/>

Sandra Massoni, Comunicación estratégica: <http://sandramassoni.com.ar>

15. Requisitos de asistencia y/o participación

Nota final superior a 4.0