

Nombre de la Asignatura: Comunicación Estratégica 2

a) Generalidades:

Número de Orden: 27	Código: CES2	Duración del Ciclo en Semanas: 16
Pre-requisito (s): Comunicación Estratégica 1 (CES1)	Ciclo Académico: VI	Duración/Hora Clase: 50 minutos
	Área: Fundamentación	Número/Hora Clase por Ciclo: 64
	U. V.: 3	Horas Teóricas/Semanales: 2
		Horas Prácticas/Semanales: 2

b) Descripción de la Asignatura:

Esta asignatura aborda el papel transversal de la comunicación en cualquier tipo de organización. La incidencia de las variables intangibles en el cumplimiento de los compromisos de la compañía con sus diferentes stakeholders. La asignatura desarrollará alcances más recientes del concepto de Reputación Corporativa y su aplicación en empresas, instituciones e incluso ciudades.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Tomar en cuenta los componentes intangibles que construyen la reputación corporativa y que deben ser gestionados debidamente para lograr más valor de la marca.

Objetivos Cognitivos (conocer):

Conocer los conceptos fundamentales que intervienen en la gestión de la Comunicación Organizacional.

Objetivos Procedimentales (saber hacer):

Aplicar los conceptos estratégicos para la gestión de la Comunicación en las organizaciones.

Poner en práctica alguna de las utilidades que tiene la web 2.0 para la gestión de la comunicación organizacional.

Diseñar proyectos de comunicación organizacional que sistematicen la gestión de la misma.

Objetivos Actitudinales (ser):

Fomentar en los estudiantes las relaciones interpersonales armoniosas, como factor determinante para unas buenas relaciones laborales

Reforzar las habilidades de administración de procesos de comunicación internos y externos para las organizaciones.

d) Contenidos:

UNIDAD I: Conceptos fundamentales de comunicación organizacional y naturaleza de la gestión de comunicación en las organizaciones

- Importancia de la Comunicación en las organizaciones
- El papel del Comunicador Organizacional
- De la Imagen a la Reputación Corporativa
- El valor de la reputación
- La identidad Corporativa.
- La imagen Corporativa.
- La identidad visual corporativa
- Elementos básicos y estilos de la identidad visual corporativa
- El manual de normas de identidad visual
- Gestión de los Intangibles

Unidad II: Más alcances de la reputación y de la gestión de los intangibles empresariales

- Continuación de la Gestión de los Intangibles
- Alcances de la reputación en los últimos años: La Reputación Urbana
- Configuración de la personalidad corporativa
- La marca: activo intangible de la empresa
- El código de marca: identidad de marca, propuesta de valor y posicionamiento de marca
- La reputación de la marca
- Concepto de LOVEMARKS

UNIDAD III: Reputación interna y comunicación corporativa 2.0

- La Reputación Interna
- La Gestión de la Reputación Interna
- La reputación del líder y la reputación de la empresa
- Comunicación Corporativa 2.0
- El weblog como medio
- Autores y lectores de blogs
- El impacto de los weblogs

e) Estrategia Metodológica

La asignatura comprende un 50% de horas teóricas y un 50% de horas prácticas, en las que los estudiantes tendrán que:

Actividades Teóricas

- Conversatorios: los alumnos deberán leer los documentos, libros o blogs designados, con el propósito de tratar los temas leídos en discusiones de clase, las que buscarán ejemplificar esos temas con acontecimientos de actualidad nacional e internacional.
- Exámenes escritos y orales (énfasis en comprensión y capacidad analítica, no en memorización)
- Laboratorios sorpresa (de contenido y control de lectura de libros, blogs y demás lecturas de la clase).

Actividades Prácticas

- Resolución de casos y problemas de la realidad empresarial salvadoreña. El grupo tratará de proponer soluciones sobre el “Cómo se podría resolver con comunicación”.
- Ejercicios comparativos sobre algunos temas de la materia que les sean designados.
- Investigaciones bibliográficas y de campo.
- Diseño de propuestas de Comunicación Organizacional y publicación de las mismas en nuevos medios.
- Presentaciones públicas de trabajos grupales.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
<i>Comunicación Interna Eficiente</i>	Bland, Michael y Jackson, Peter	Editorial Legis	Colombia,	1992	3
<i>Inteligencia Emocional en la Empresa</i>	Daniel Goleman	Vergara	Argentina	1999	3
<i>Comunicación y Organización</i>	Bartoli, Annie	Ediciones Paidós	Buenos Aires	1992	3
<i>Comportamiento Organizacional</i>	Robbins, Stephen	Prentice Hall Interamericana S.A	México	1993	3
<i>La Comunicación en las Organizaciones.</i>	Rogers, Everett y Rekha, Agarwala	McGraw Hill	México		3
<i>La empresa Dialogante. Quiero trabajar aquí.</i>	Villafañe, Justo.	Pearson	Madrid, España	2006	3
<i>La Comunicación en Acción</i>	Costa, Joan	Paidós	Barcelona, España	1999	3

Otras fuentes de consulta: Blogs.

Orihuela, José Luis (ecuaderno.com)

Valbuena, Felicísimo (Universo Dircom)

Villafañe, Justo (villafane.com)