



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

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

1.1	Estrategia y comunicación
1.2	Estructura y estrategia clásica.
1.3	Componentes y perspectivas de la concepción estratégica.
1.4	Rompiendo las fronteras (Daniel Scheinsohn)
2.1	Planeación Estratégica
2.2	PEC: Plan Estratégico de Comunicación
2.3	Metodología para elaborar un PEC
2.4	Análisis de la situación

2.5	Análisis FODA
2.6	Definición de Objetivos Estratégicos
2.7	Plan de acción
2.8	Definición de Indicadores
2.9	Análisis de casos
3.1	Naturaleza comunicativa del lobbying
3.2	El lobbying proactivo
3.3	El lobbying directo
3.4	El lobbying indirecto
3.5	Análisis de casos
4.2	El Plan preventivo
4.3	Factores de comunicación de crisis
4.4	Principios estratégicos
4.5	Análisis de casos

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

bi. Diseña un plan estratégico de comunicación.

Evidencias

-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-SEP-19 al 05-OCT-19)
Informes	Se presentan informes de diagnóstico de comunicación estratégica	EL LOBBYING, EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN (Andrés Aljure)	APORTE	10	Semana: 8 (28-OCT-19 al 31-OCT-19)
Trabajos prácticos - productos	Se realizan varios trabajos prácticos relacionados con estrategias de comunicación.	COMUNICACIÓN DE CRISIS (Jaume Fita Trías), PORTAVOCÍA	APORTE	15	Semana: 12 (25-NOV-19 al 30-NOV-19)
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-ENE-20 al 18-ENE-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

Criterios de evaluación

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

Revista

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

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **04/09/2019**

Estado: **Aprobado**