

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	Fundamentos de la Comunicación Corporativa	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de analizar estrategias comunicativas acordes a las necesidades de una organización comprendiendo los contextos.
--------------------------------	--	---	---

COMPETENCIA	CRITERIOS	ESPECIFICACIÓN DEL NIVEL DE LOGRO	NIVEL
Comunicación corporativa Lidera y gestiona planes comunicacionales para el logro de objetivos organizacionales en contextos corporativos cambiantes que aporten al desarrollo social.	Comunicación estratégica interna	Analiza estrategias comunicativas acordes con las necesidades de una organización y la comprensión de los contextos.	1
	Comunicación estratégica externa	Analiza diálogos constructivos entre la organización y sus públicos a través de mecanismos comunicacionales.	1

Unidad 1		Nombre de la unidad:	Componentes de la comunicación corporativa	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diferenciar cada uno de los factores que forman parte de la comunicación corporativa, identificando los procesos internos y externos adyacentes a la comunicación en las organizaciones.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Videoclases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
1	2T	- Presentación del Curso, Docente, reglas en la clase, controles, trabajos, exámenes	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: Dinámica de presentación docente y estudiantes - D: Explicación sílabo - C: solución de preguntas / indicaciones para la evaluación diagnóstica	- Presentación: expectativas sobre el curso - Preguntas sobre sílabo	Otros : dinámica de presentación	- Revisión del sílabo - Solución de la evaluación diagnóstica - Revisión de presentación PPT de la semana - Tarea 1: El Proceso de la comunicación en las organizaciones.	
	2T	Definición, funciones, estructura y comportamiento de las organizaciones humanas 2. Teoría de la comunicación aplicada a las organizaciones	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: caso motivador: La comunicación en las empresas (https://www.youtube.com/watch?v=ocPzNOi1t_0) - D: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: planteamiento de problemas / preguntas de investigación - Plenaria	Otros: Discusión grupal		
2	2T	3. El proceso de la comunicación organizacional orientada a la empresa 4. El proceso de comunicación entre sus miembros y de la organización con el exterior	- I: revisión semana 1 e introducción - Revisar video: https://www.youtube.com/watch?v=ocPzNOi1t_0 - D: Acerca del proceso de la comunicación en las organizaciones - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas	Clase magistral activa	ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE: - Revisión de presentaciones PPT de la semana - Realizar de bibliografía: Suárez, A. y otros (2008). <i>Auditoría de comunicación</i> . Argentina: Editorial Dircom. Almenara, J. (2005).	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	Identificando los procesos y herramientas de comunicación en la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: Ejemplos de casos - D: Explicación - C: Síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Discusión en grupos - Planteamiento de preguntas y dudas 	Otros (Discusión grupal)	<p><i>Comunicación Interna en la empresa.</i> Barcelona: Editorial EUOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisar el video : https://www.youtube.com/watch?v=ocPzNQi1t_0
3	2T	5. Los públicos internos y externos de la organización 6. ¿Qué es la identidad de la empresa? Visión y misión	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: revisiones de la semana 2 e introducción - D: Desarrollo de la clase. Explicación del PPT. - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas 	Otros: trabajo grupal de análisis de ejemplos	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de presentaciones PPT de la semana - Análisis e investigación de caso INTERBANK
	2P	Identificación de públicos y gestión de la identidad organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: casos motivadores: La identidad de una organización (https://www.youtube.com/watch?v=Sx9MBLCe4cc&t=260s) - La identidad de la organización: https://www.youtube.com/watch?v=EYXQDDvozt0 - D: explicación - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de un caso: Caso "San Antonio en tiempos de COVID – 19" 	Otros (Discusión grupal)	
4	2T	7. Definición de la comunicación interna 8. Cultura y clima organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: caso motivador: Por qué es importante la comunicación interna en las organizaciones (F. Formanchuck) (https://www.youtube.com/watch?v=wSc4FN1ANpk) - D: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Discusión en grupos: planteamiento de problemas / preguntas de investigación - Plenaria 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Visualización crítica sobre el con tenido del video - Prueba de Desarrollo 1 - Suárez, A. y otros (2008). <i>Auditoría de comunicación.</i> Argentina: Editorial Dircom.
	2P	CONSOLIDADO 1 – SC1	-		Estudio de casos	Almenara, J. (2005). <i>Comunicación Interna en la empresa.</i> Barcelona: Editorial EUOS.

Unidad 2	Nombre de la unidad:	Fundamentos de la comunicación en las organizaciones privadas, instituciones públicas y no gubernamentales (ONG)	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar problemas y desafíos en la comunicación interna de una organización; diseñando de manera clara los planes y estrategias de comunicación con un concepto de identidad e imagen acordes a cada tipo de organización.
Se	Horas / tipo	Temas y subtemas	Actividades sincrónicas (Videoclases)	Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL

			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología	(Estudiante – aula virtual)
5	2T	1. Rol de la comunicación interna en la gestión del clima, cultura y cambio organizacional 2. La comunicación en los sectores: estado, empresa y ONG	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: Video motivador: Clima y Cultura Organizacional (https://www.youtube.com/watch?v=kuReEudO2hg) - D: explicación. PPT de la clase - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas 	Clase magistral activa	<p>ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de presentaciones PPT de la semana - Realizar lectura crítica sobre la comunicación en las organizaciones - Revisar el video: Clima y Cultura Organizacional (https://www.youtube.com/watch?v=kuReEudO2hg)
	2P	- Los problemas de investigación	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: caso motivador: BBVA Francés (Argentina) (https://www.youtube.com/watch?v=nVX8Pujk2j0) - Caso motivador: Alicorp revela su estrategia (https://www.youtube.com/watch?v=egWJjyeYhsM) - D: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de un caso: BBVA Francés - Análisis de un caso: Alicorp y si Comunicación interna - - 	Aprendizaje colaborativo	<p>Arroyo, L. y Yus, M. (2007). <i>Los cien errores de la comunicación en las organizaciones</i>. Madrid: Editorial ESIC.</p> <p>Barow, S. y Mosley, R. (2007). <i>The employer brand. El cliente más exigente: tu equipo</i>. Barcelona: Gestión.</p>
6	2T	3. Concepto de identidad corporativa 4. Concepto de imagen institucional y posicionamiento -	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: caso motivador: Identidad Corporativa (https://www.youtube.com/watch?v=cJuCFcmW2AU&t=19s) - Caso motivador: El Posicionamiento: https://www.youtube.com/watch?v=pVdb5iaZaf4 - PPT de la Clase - D: explicación - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas 	Clase magistral activa	<p>ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de presentaciones PPT de la semana - Realizar lectura crítica sobre la comunicación en las organizaciones - Revisar el video: https://www.youtube.com/watch?v=aG51MM2hBU
	2P	La generación de la identidad a partir de la comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: caso motivador: BBVA Francés (Argentina) (https://www.youtube.com/watch?v=nVX8Pujk2j0) - Caso motivador: Alicorp revela su estrategia (https://www.youtube.com/watch?v=egWJjyeYhsM) - D: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de un caso: BBVA Francés - Análisis de un caso: Alicorp y si Comunicación interna - - 	Otros (Discusión grupal)	
7	2T	5. Diagnóstico de la comunicación interna: diseño de muestra, técnicas e instrumentos 6. Tipos de problemas de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la clase anterior - I: caso motivador: Medios para un diagnóstico, monitoreo y auditoría en comunicación interna (https://www.youtube.com/watch?v=HSGvobetppA) - PPT de la Clase - D: explicación - C: síntesis conjunta 	<ul style="list-style-type: none"> - Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas 	Clase magistral activa	<p>ANTES DE LA SESIÓN DE VIDEO CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de presentaciones PPT de la semana - Realizar lectura crítica sobre la comunicación en las organizaciones: Cirigliano, C. (s.f.). <i>Gestión de la Comunicación interna en las organizaciones: hacia un marco teórico y definición de herramientas de trabajo</i>. - Revisar el video: https://www.youtube.com/watch?v=aG51MM2hBU
	2P	La comunicación interna y los problemas CONSOLIDADO 1 – SC2	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: caso motivador: Errores de la Comunicación Interna) (https://www.youtube.com/watch?v=mrumSlRe7z4) - Caso motivador: Saga Falabella (https://www.youtube.com/watch?v=t4IV7v7I7hA&pbjreload=101) 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de un caso: Saga Falabella - 	Otros (Discusión grupal)	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL

			<ul style="list-style-type: none"> - D: preguntas para discusión / análisis de ejemplos - C: síntesis conjunta 			
8	Elija un elemento.	7. Objetivos, públicos y mensajes en comunicación interna 8. Diseño de planes y estrategias de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: Video motivador: Clima y Cultura Organizacional (https://www.youtube.com/watch?v=kuReEudO2hg) - D: explicación. PPT de la clase - C: síntesis conjunta 	-	Estudio de casos	<ul style="list-style-type: none"> - EXAMEN PARCIAL - Resolución del examen y Retroalimentación del mismo.
	Elija un elemento.	EXAMEN PARCIAL / PRUEBA DE DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - I: Explicación - D: - C: Retroalimentación 		Estudio de casos	

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Comunicación eficaz en la organización	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diferenciar los modelos de comunicación eficaz y las características que lo componen, desde el rol de los líderes y los componentes de la comunicación formal y la relevancia de la comunicación informal dentro de las organizaciones.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Videoclasses)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
9	2T	1. La comunicación interna y su rol integrador 2. Estilos de comunicación y estilos de liderazgo	- I: Revisión temas de la unidad 3 e introducción - D: Explicación de PPT - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	Arroyo, L. y Yus, M. (2007). <i>Los cien errores de la comunicación en las organizaciones</i> . Madrid: Editorial ESIC.	
	2P	- La comunicación interna y el liderazgo	- Propósito de la sesión: revisión de temas de la unidad - I: Ejemplos de casos empresariales - D: Explicación - C: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Otros (Discusión grupal)		
10	2T	3. Rol de los líderes, medios y espacios en las estrategias de comunicación interna 4. El rol del director de comunicaciones	- Propósito de la sesión: revisión de temas - I: Revisión de los temas tratados en la clase anterior - D: Explicación de PPT - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	Serna, H. (1996). <i>Planeación y gestión estratégica</i> . RAM Editores. Bogotá, Colombia.	
	2P	Las estrategias de comunicación	- I: Ejemplos de casos empresariales - D: Explicación - C: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Otros (Discusión grupal)		
11	2T	5. Comunicación interna: los voceros, las campañas, habilidades de comunicación, BTL interno, señalética, los recursos de comunicación interna 6. Flujos de información	- I: Revisión de los temas tratados en la clase anterior - D: Explicación de PPT - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	Barow, S. y Mosley, R. (2007). <i>The employer brand. El cliente más exigente: tu equipo</i> . Barcelona: Gestión. Plan estratégico. - https://www.youtube.com/watch?v=hEv-MmqxAwc&t=1022s	
	2P	CONSOLIDADO 2 – SC1	- I: - D: - C: Explicación / Retroalimentación	- Preguntas y dudas	Otros (Discusión grupal)		
12	2T	7. El rol de las comunicaciones informales y su aprovechamiento	- I: Revisión de los temas tratados en la clase anterior - D: Explicación de PPT - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	Plan estratégico.	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL

		8. Buenas prácticas, casos y experiencias de comunicación interna				- https://www.youtube.com/watch?v=hEv-MmqxAwc&t=1022s
	2P	Análisis de casos	- I: Ejemplos de casos empresariales - D: Explicación - C: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos Preguntas y dudas	Otros (Discusión grupal)	

HOJA CALENDARIO DEL DOCENTE – PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 4		Nombre de la unidad:	La comunicación en su aplicación en la organización	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar estrategias de comunicación que contribuyan al logro de los objetivos corporativos en diálogo con una perspectiva de comunicación estratégica para el desarrollo.		
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Videoclasas)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
13	2T	1. Rol de la comunicación estratégica en las organizaciones 2. Gestión estratégica de la comunicación	- I: Revisión temas de la unidad 4 e introducción - D: Explicación de PPT - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	Suárez, A. y otros (2008). <i>Auditoría de comunicación</i> . Argentina: Editorial Dircom. FORO: Las estrategias y los ejes	
	2P	- Desarrollo de ejes de gestión y estrategias	- I: Ejemplos de casos empresariales - D: Explicación - C: Síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Otros (Discusión grupal)		
14	2T	3. Modelo de gestión de la comunicación 4. Planificación y desarrollo de un programa estratégico de comunicaciones	- Propósito de la sesión y revisión de temas - I: Revisión de los temas tratados en la clase anterior - D: Explicación de PPT - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	- Almenara, J. (2005). <i>Comunicación Interna en la empresa</i> . Barcelona: Editorial EUOS. - FORO: Los modelos de gestión de la comunicación	
	2P	AVANCE DE TRABAJO FINAL / RÚBRICA DE EVALUACIÓN	- I: - D: - C: Retroalimentación de los trabajos presentados	- Discusión en grupos: análisis de los casos presentados - Preguntas y dudas	Otros (Discusión grupal)		
15	2T	5. Sistema de indicadores	- Propósito de la sesión y revisión de temas - I: Revisión de los temas tratados en la clase anterior - D: Explicación de PPT - C: síntesis conjunta	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Clase magistral activa	- FORO: DE CONSULTAS: Comunicación y sus indicadores	
	2P	Desarrollando un Plan de CI	- Propósito de la sesión y revisión de temas - I: Ejemplos de casos empresariales - D: Explicación - C: Síntesis conjunta	- Preguntas y dudas	Otros (Discusión grupal)		
16	2P	EXAMEN FINAL – ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA 2020 II	- I: - D: - C:	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos - Preguntas y dudas	Aprendizaje orientado a proyectos	- EXAMEN FINAL	
	2P	EXAMEN FINAL – ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA 2020 II	- I: - D: - C: Retroalimentación de los trabajos presentados	- Discusión en grupos: análisis de ejemplos Preguntas y dudas	Aprendizaje orientado a proyectos		

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.