



RES - 2025 - 657 - CD-ECO # UNNE

Sesión 20/11/2025

**VISTO:**

El Expediente 2025-23218; y

**CONSIDERANDO:**

Que, en el mencionado Expediente obra una nota de la Profesora Titular de la unidad curricular **Comunicación en las Organizaciones**, Licenciada Claudia Mariela Gatti, a través de la cual eleva programa de dicha unidad curricular;

Que, la Comisión que tiene a su cargo el análisis de la estructura de los Programas, creada por **Resolución N° 003/19-CD**, da opinión favorable a la propuesta del programa presentado, como así también el Director de la carrera de Licenciatura en Relaciones Laborales;

Lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza e Investigación;

Lo resuelto por el Consejo Directivo en Sesión Ordinaria de fecha 20-11-2025;

Por ello:

**EL CONSEJO DIRECTIVO  
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
RESUELVE:**

**ARTICULO 1°:** Aprobar el Programa de la unidad curricular **Comunicación en las Organizaciones**, presentado por la Profesora Titular, Licenciada Claudia Mariela Gatti, que figura como Anexo de la presente Resolución y que regirá a partir de su dictado en el período lectivo 2026.



**ARTICULO 2º:** Registrar la presente Resolución, efectuar las comunicaciones correspondientes y oportunamente proceder a su archivo.

VERONICA M.L. GLIBOTA LANDRIEL  
SECRETARIA ACADÉMICA

MOIRA YANINA CARRIO  
DECANA

## ANEXO

### **Asignatura: COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**

#### **CARRERA: LICENCIATURA EN RELACIONES LABORALES**

#### **I. ENCUADRE GENERAL**

##### **1. Fundamentación**

La comunicación constituye un modo de producción de la cultura que está presente en cada momento y en cada espacio de interacción. A través de la comunicación, las personas le otorgan significado a la realidad que las rodea, sean objetos, hechos, eventos. La comunicación permite la construcción de una identidad colectiva dentro de la cual es posible relacionarse entre sí y desarrollar actividades a partir de símbolos y de significados compartidos: es el contexto de producción de la estructura real de las organizaciones que se desarrollan en, desde y con la comunicación atribuyendo sentido a sus acciones cotidianas, proyectando el futuro e integrando los intereses particulares en objetivos trascendentes para el conjunto.

Las instancias tradicionales de socialización: familia, escuela, trabajo no pueden competir seriamente con las industrias culturales que, por su capacidad abarcadora, difunden a través de relatos, imágenes y símbolos, posiciones respecto de gustos, maneras de pensar, concepciones de la vida que echan raíces rápidamente en todos los sectores sociales y, por ende, en las organizaciones de la comunidad sin importar su naturaleza. Las nuevas tecnologías de información y comunicación, sumado al contenido de los medios tradicionales y a la irrupción de la inteligencia artificial, constituyen otra instancia de socialización que compete, en forma desigual, en todo lo que se refiere a dicho proceso.

En el contexto de la universidad aparece con fuerza la idea de una formación profesional basada en competencias a través de la cual se exige una articulación de los elementos cognitivos, procedimentales y actitudinales en la formación de nuevas generaciones de profesionales. Actualmente, se viene exigiendo el redimensionamiento del campo de actividad y del sistema de conocimientos, habilidades y valores profesionales como condición del desempeño exitoso bajo nuevas condiciones. A su vez, las organizaciones modernas centran su atención en los clientes y en la satisfacción de sus necesidades tanto a través de la producción de cosas como de símbolos que existen sólo a través de la comunicación.

La necesidad de una formación que incorpore conceptos y prácticas acerca del hombre, del trabajo, de las prácticas y procesos comunicacionales y de las organizaciones se ha de entender, más allá de los conocimientos propios y necesarios de cada campo disciplinar que abone a ello, como una unidad de aprendizaje que contribuirá a desarrollar competencias comunicativas fundamentales para el desempeño de los estudiantes en su vida de relación.

A través de las funciones de docencia, investigación y extensión, nos proponemos diversificar las estrategias a desplegar para el desarrollo de las competencias particulares vinculadas con los contenidos disciplinares de la unidad curricular Comunicación en las Organizaciones en el marco de la carrera pero también, abonar a la formación integral de los estudiantes como ciudadanos y futuros profesionales en Relaciones Laborales.

##### **Ubicación de la asignatura en el currículum**

La materia corresponde al 2° año del Plan de Estudios.

Es correlativa de la asignatura Teoría de las Organizaciones correspondiente al 1er. Año.

## **2. Objetivos de la Asignatura**

- Comprender los elementos o variables constitutivos del proceso de comunicación humana, así como los principios fundamentales de sus dinámicas de funcionamiento en las organizaciones.
- Desarrollar la capacidad de reflexión y análisis de los procesos de comunicación desde la visión de los diferentes modelos teóricos existentes.
- Comprender el uso, las dimensiones y la función de la comunicación en las organizaciones e identificar los aportes de las innovaciones tecnológicas.
- Adquirir habilidades para intervenir, de manera interdisciplinaria, en la evaluación de situaciones de comunicación, en el diseño, elaboración y gestión de proyectos comunicacionales.

## **3. Contenidos mínimos**

Conceptos fundamentales sobre el proceso de la comunicación, con especial referencia a los que se originan en una organización. Naturaleza y función de la comunicación, su concepto y esquemas de interpretación, las vías y los canales de la comunicación organizacional. Codificación y transmisión, manejos subliminales. Canales de información. Sistemas de comunicaciones en la Empresa. Barreras comunicacionales. El proceso de investigación para el diagnóstico, planificación y gestión de la comunicación en las organizaciones.

## **II. ENFOQUE CONCEPTUAL**

### **1. Programa analítico**

#### **UNIDAD I. Sociedad, cultura y comunicación**

La universidad en su contexto. Estructura, funciones y acciones.

Modelos teóricos en Comunicación. Aplicación e implicancias en las organizaciones.

La construcción de la identidad comunicacional. Hitos condensadores de identidad.

Comunicación en las prácticas socioculturales. La formación del discurso dominante: sentido común, sistema de creencias.

La comunicación como derecho humano.

#### **UNIDAD II. Enfoque sistémico de la comunicación**

Percepción y comunicación. Proxémica y temporémica.

Áreas de la comunicación humana: Sintáctica, semántica, pragmática.

Axiomas de la comunicación humana.

Dimensiones de la comunicación estratégica. Competencias del Comunicador.

#### **UNIDAD III. La comunicación como estructurante de la organización**

La organización como sistema complejo. La cultura en la organización.

La comunicación en contextos laborales. Gestión y comunicación. Funciones de la comunicación interna.

Comunicación y participación. La comunidad discursiva. La gestión del conocimiento.

Las TICs en la comunicación organizacional.

Las IA y las nuevas formas organizacionales. Aspectos éticos y de gestión.

## UNIDAD IV. La gestión de la comunicación organizacional.

Políticas de comunicación. La gestión de las comunicaciones. La organización comunicante.

Técnicas y herramientas de comunicación en las relaciones de trabajo. Los roles del comunicador en contextos de trabajo.

El diagnóstico de la comunicación.

Planificación de la comunicación. Dimensiones. Enfoques.

Comunicación para la incidencia.

## 2. BIBLIOGRAFÍA

### a. Básica.

Brandolini, A., Frígoli, M., y Hopkins N. (2009). *Comunicación interna. Claves para una gestión exitosa*. La Crujía.

Enz, A., Franco, V., Spagnuolo, V. (2012) *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa*. - 1a ed. 1a reimp. Asociación Civil Comunia.

Cicalesse, Gabriela (2010) *Yo soy... ¿Nosotros somos?*. Comunicación e identidades. 1ra. Edición. Buenos Aires: San Pablo.

Massoni, S. (2014) Metodología de la comunicación estratégica. Del Inventario al encuentro socio-cultural. *Metacomunicación*. 3. (6) <https://revistametacomunicacion.files.wordpress.com/2014/01/m6-pdf1.pdf>

Uranga, W. (et al) (2020). *Planificación y gestión de procesos comunicacionales*. Coordinado por Washington Uranga y Teresita Vargas. Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

### b. Complementaria

Bruno, D. (2011) *El diagnóstico de la comunicación. Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación*. Fac. de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. <https://porunsiglo.files.wordpress.com/2011/02/el-diagnc3b3stico-comunicacional-daniela-bruno.pdf>

Cicalese, G. (coord) (2013) *Comunicación para la incidencia*. 1a. ed. Centro de Comunicación La Crujía.

Cruz Alemán, G. (2022). Impacto potencial del uso de la inteligencia artificial en el empleo público en América Latina. Informe 1. Caracas: CAF. Retrieved from <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1895>

Dallera, O. (2012) *La sociedad como sistema de comunicación: la Teoría Sociológica de Niklas Luhmann en 30 lecciones*. Biblos.

Etkin, J. R. (2006) *Gestión de la complejidad en las organizaciones: la estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado*. 1a. ed. 1a. reimp. Granica.

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales (UNLP) (2024) Guía y glosario básico sobre inteligencia artificial. En: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/165736>

- Gumucio Dagron, A. (2012). El derecho a la comunicación: articulador de los derechos humanos. *Razón y Palabra*, (80). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524426026>
- Islas, O. (2013) *Modelos de Comunicación*. En: <https://octavioislas.files.wordpress.com/2013/08/modelos-de-comunicacion3b3n.pdf>
- Kaplún, M. (1996) *El comunicador popular*. Lumen-Humanitas
- Kaplun, G. (2012). Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional. *Diálogos de la Comunicación*, 83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6800081>
- Manucci, M. (2005) *Narraciones corporativas: Comunicación, estrategia y futuro en las organizaciones*. Técnica Administrativa.
- Marchiori, M. (2009). ¿Por qué hoy en día precisamos cultura organizacional? Una perspectiva de comunicación única en el área posmoderna. *Diálogos de la Comunicación*, 80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3719722>
- Martínez, K.; Rodríguez, J. Rentería, A. (2024). Desafíos éticos de la inteligencia artificial generativa en las nuevas formas organizacionales. *Revista Digital de Tecnologías Informáticas y Sistemas*. 8. 46-55. 10.61530/redtis.vol8.n1.2024.209.
- Massoni, S. (2011). *Moebius, estrategia y comunicación*. En: *Comunicación estratégica: comunicación para la innovación*. Homo Sapiens Ediciones.
- Massoni, S. (2007) Modelos de Comunicación Estratégica (Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente). En: Estrategias. *Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Homo Sapiens Ediciones.: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1150/1/Massoni-%20Comunicaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf>
- Mata, M. C. (1990) Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva. La Crujía.
- Moreno Hurtado, M.A. et. al. (2018) *Identidad Laboral: Análisis del Concepto en el Contexto Actual del Mundo del Trabajo*. Salud y Administración. 5 (14).
- Nagy, C. (2012) *Se habla aún cuando no se dice nada. Los 5 axiomas de la comunicación según Paul Watzlawicz*. [https://finanzasucv.files.wordpress.com/2012/10/modelos-decomunicacion\\_5-axiomas-de-walzalawick1.pdf](https://finanzasucv.files.wordpress.com/2012/10/modelos-decomunicacion_5-axiomas-de-walzalawick1.pdf)
- Prieto Castillo, D. (1993) *Planificación de la comunicación institucional*. <http://www.prietocastillo.com/textos/1/Planificaci%C3%B3ndelacomunicaci%C3%B3ninstitucional.pdf>
- Prieto Castillo, D. (1989) *Cultura oral y vida cotidiana*. <http://www.prietocastillo.com/textos/1/Culturaoralvidacotidiana.pdf>
- Raiter, A. (2003) *Lenguaje y sentido común. Las bases para la formación del discurso dominante*. Biblos.
- Ramírez de Amorim, L. (2014) La comunicación como trama in-visible de/en las organizaciones. *Poliantea* 10 (18).
- Rizo García, M. (2011) Pensamiento sistémico y comunicación. *Razón y palabra* 75. [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico\\_75/29\\_Rizo\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/29_Rizo_M75.pdf).
- Rodríguez Andino, M., García Colina, F., Pérez Hernández, M. Á., y Castillo Maza, J. V. (2009). *La gestión del conocimiento, factor estratégico para el desarrollo*. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8904>
- Spinelli, E. (2004) *Los modelos de comunicación*. [https://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/spinelli01.pdf](https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/spinelli01.pdf).
- Suares, M. (1996) *Mediación. Conducción de Disputas, Comunicación y Técnicas*. Paidós.

Suares, M. (s/d) *Hipertexto: discurso de apertura.*: <http://www.oocities.org/~suares/acontenid.htm>

Szlechter, D (2018) *Teorías de las organizaciones. Un enfoque crítico, histórico y situado*. 1ra. Ed. Universidad Nacional de General Sarmiento.

UNESCO (2007). *Declaración Universal de Derechos Humanos Emergentes*. Fórum Universal de las Culturas Monterrey 2007; Cátedra UNESCO de Derechos Humanos de la UNAM; Instituto de Derechos Humanos de Cataluña.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **UNIDAD I**

#### **Básica**

Cicalesse, G. (2010) Cap. 1 y 3.

Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (2012) Cap. 1. Pp. 14 – 20 y Cap. 2 Pp. 34 – 40

Uranga W. (et al) (2020). Capítulo II.

#### **Complementaria**

Gumucio Dagron, A. (2012). Texto completo.

Islas, O. (2013). Texto completo.

Kaplún, M. (1996). Texto completo.

Kaplun, G. (2012). Texto completo.

Marchiori, M. (2009). Texto completo.

Massoni, S. (2011). Capítulo 2.

Mata, C. (1990). Módulo 2. Pp. 1-21.

Moreno Hurtado M.A. et. al. (2018). Pp. 59-67.

Prieto Castillo, D. (1989). Texto completo.

Raiter, A. (2003) Cap.3. Pp. 99-128 y Cap. 6. Pp. 165-183

Spinelli, E. (2004) Texto completo.

UNESCO (2007). Texto completo.

### **UNIDAD II**

#### **Básica**

Cicalesse, G. (2010) Cap. 2

Massoni, S. (2014). Páginas 90 - 110.

#### **Complementaria**

Nagy, C. (2012). Artículo completo.

Rizo García, M. (2011). Pp 1-13.

Suares, M. (1996). Cap. 3

Suares, M. (s/d) Pp.2-14

## **UNIDAD III**

### **Básica**

Brandolini, A., González Frígoli, M. y Hopkins, N. (2009). Cap. 5

Enz, A., Franco, V., Spagnuolo, V. (2012). Cap. 1. Pp. 25 – 28

Uranga W. (et al) (2020). Capítulo III y V.

### **Complementaria**

Cruz Alemán, G. (2022)

Dallera, O. (2012). Págs. 37 a 55.

Etkin, J. R. (2006) Pp.244-252; 317-329; 347-375.

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales (UNLP) (2024) Texto completo.

Manucci, M. (2005). Texto completo.

Marchiori, M. (2009) Pp 1-20

Martínez, K.; Rodríguez, J. Rentería, A. (2024) Texto completo.

Massoni, S. (2007) Artículo completo.

Ramírez de Amorim, L. (2014) Pp. 205-224.

Rodríguez Andino, M., García Colina, F., Pérez Hernández, M. Á., y Castillo Maza, J. V. (2009). Pp 7-14.

Szlechter, D. (2018). Cap.1. Pp. 13-27, Cap. 4 Pp. 151-154 y Cap. 5.Pp.167-187

## **UNIDAD IV**

### **Básica**

Brandolini, A., Frígoli, M., y Hopkins N. (2009). Cap. III.

Cicalesse, G. (2010) Cap. 4

Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (2012). Pp. 41-53; 68 – 93; 112 – 127 y Cap. V.

Uranga W. (et al) (2020). Capítulo I, IV, V, IX

### **Complementaria**

Cicalese, G. (2013). Cap. 1.

Bruno, D. (2011). Texto completo.

Prieto Castillo, D. (1993). Texto completo.

## **III. ESTRATEGIAS**

### **3.1. Estrategias de enseñanza**

Las clases son de carácter teórico – prácticas. En los espacios áulicos (presencial y virtual) se incluirán las siguientes técnicas:

**Exposiciones teóricas breves** complementadas con soportes audiovisuales.

### **Actividades individuales y trabajo en comisiones**

- Investigaciones breves
- Guías de preguntas para el análisis de textos



- Foros de reflexión, debate y consultas.
- Resolución de casos
- Exposiciones grupales
- Actividades extra áulicas

### **Tutorías grupales e individuales**

### **Podcast**

### **Actividades de extensión**

#### **3.2. Criterios generales de evaluación**

- Conocimiento de los conceptos teóricos y capacidad de aplicación de la teoría en la práctica, atendiendo al lenguaje disciplinar.
- Correcta expresión oral y escrita.

##### **3.2.1. Evaluación del componente extensionista**

La evaluación de las actividades de extensión tendrán vinculación directa con dos aspectos centrales: la participación y la producción ya que, a través de estas instancias será posible reconocer la integración de saberes teóricos y prácticos y el desarrollo de nuevas competencias.

En este proceso se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Participación en las actividades propuestas
- Realización de informes de actividades y resultados
- Presentación de propuestas de mejora
- Reflexión crítica de la experiencia

#### **3.3. Actividades Prácticas**

Las actividades prácticas ocupan el 52% de la carga horaria de la asignatura con 13 clases de cuatro horas reloj cada una.

La unidad curricular es teórico-práctica, por lo que cada una de las clases y temas desarrollan actividades de aplicación práctica breves en el aula presencial o virtual.

Las actividades prácticas centrales, abordan y vinculan saberes contenidos en las unidades del programa analítico. A partir de la segunda actividad, se articulan actividades de extensión con organizaciones del medio seleccionadas por los estudiantes, consensuando con las mismas la realización de investigaciones breves, análisis y elaboración de productos comunicacionales que abonarán tanto a la comunicación externa como a la comunicación interna en función de las necesidades e intereses de la propia organización.

Las actividades 3 y 4 constituyen un entrenamiento para el diseño y aplicación de una herramienta fundamental en el análisis organizacional, lo que puede, a su vez, constituir las bases para un trabajo de diagnóstico en las tesinas de grado.

En todos los casos, los estudiantes cuentan con soportes de distinto tipo en el aula virtual (guías de trabajo, foros de consultas, bibliografía, etc.) como así también, tutorías presenciales o virtuales sincrónicas con integrantes del equipo de cátedra.

1. **Tema:** Comunicación, trabajo e identidad.

**Unidades temáticas intervinientes:** Unidad I

**Objetivos:**

Que el alumno logre:

- Relevar las prácticas comunicacionales de producción y consumo cultural que forman parte de la vida cotidiana de los estudiantes, de sus familias y de sus grupos de pertenencia.
- Propiciar el reconocimiento de la comunicación como espacio en los que se articulan y entran en conflicto distintas interpretaciones y significados acerca del mundo y de la realidad a fin de analizar de qué manera y a través de qué dispositivos se comparten espacios y se construyen sentidos.

**Actividades:**

Indagación personal. Autobiografía familiar.

Cada estudiante tendrá que elaborar un texto/documento en el que narre su propia biografía en torno al trabajo familiar.

Esta actividad requiere, necesariamente, de *conversaciones familiares* a través de preguntas abiertas, de la curiosidad por lo propio y por lo mutuo, lo que permitirá descubrir información para construir una línea de tiempo personal que podrá enriquecerse con fotos, recortes, imágenes o cualquier otro material que ilustre la narración histórica identitaria.

**Tipo de actividad:** práctica individual.

**Modalidad:** trabajo de campo; presentación por aula virtual (recurso: Tarea)

**Duración:** 2 clases

**Criterios de evaluación:** coherencia y claridad en la redacción de la actividad, contenido con orden cronológico, manejo del lenguaje pertinente, identificación y aplicación de dispositivos comunicacionales apropiados.

2. **Tema:** Prácticas comunicacionales, trabajo y subjetividad.

**Actividad de Extensión.**

**Unidades temáticas intervinientes:** unidad I y II

**Objetivos:**

Que el alumno logre:

- Analizar la importancia de la comunicación en los procesos inherentes a la vida social en general y al trabajo y las organizaciones en particular.
- Reconocer a la comunicación como productora de vínculos, de identidad y de sentidos.
- Comprender la construcción de las subjetividades con relación al trabajo.
- Diseñar y producir un recurso comunicacional original

**Actividades:**

Relevamiento y análisis de información.

Producción de un recurso comunicacional.

A partir de la reflexión acerca de las estrategias comunicacionales implementadas en las producciones individuales de la primer actividad, los estudiantes deberán seleccionar una organización de cualquier naturaleza en forma consensuada y fundamentada; indagar y contextualizar las actividades que realizan atendiendo los siguientes aspectos: sus inicios, su dinámica en el contexto local, sus modalidades de comunicación y vinculación, los principales riesgos de trabajo implicados, de qué modo fue afectada por la pandemia (si corresponde) y por otros cambios en el mundo del trabajo (género, diversidad, discapacidad, tecnología, etc.), cuál es su situación sindical, sus aspectos identitarios, etc.

La producción será presentada teniendo en cuenta los siguientes aspectos: fundamentación de la selección, objetivos del trabajo, estrategias de relevamiento y análisis de la información, resultados alcanzados y reflexiones.

Una síntesis del trabajo será presentado a través del diseño y producción de un recurso comunicacional (infografía, podcast, artículo, video, informe, etc.) que resulte de interés para la organización receptora.

**Tipo de actividad:** práctica grupal con presentaciones a través del aula virtual y en plenario presencial; el producto final será destinado a materializar una actividad de extensión en vinculación con una organización del medio.

**Modalidad:** grupal presencial, con soporte en el aula virtual; presentación del producto final en coloquio grupal y actividad de extensión.

**Duración:** 3 clases

**Criterios de evaluación:** prácticas comunicacionales pertinentes, originalidad, adecuado uso del lenguaje y aplicación de contenidos conceptuales en la práctica.

### 3. **Tema:** Prediagnóstico organizacional

**Actividad de Extensión.**

**Unidades Temáticas intervinientes:** Unidad III y IV

**Objetivos:**

Que el alumno logre:

- Reconocer la centralidad de la comunicación en los sistemas complejos.
- Analizar las políticas de comunicación y su vinculación con las políticas de gestión de personas.
- Identificar las características de los procesos comunicacionales en los entornos de trabajo y sus componentes.

**Actividades:**

Trabajo de campo. Caracterización de la organización y de los procesos comunicacionales. Mapa de actores.

Luego de seleccionar una organización de la sociedad civil viable para la realización de la propuesta (puede ser la misma de la práctica 2), los estudiantes realizarán una indagación a través de fuentes secundarias e informantes clave identificando necesidades y problemas de comunicación más relevantes para luego proponer estrategias de abordaje en la instancia de diagnóstico y planificación.

De análisis y elaboración: A partir de la información relevada en esta instancia se trabajará en la construcción de un mapa de actores.

De extensión: Una vez aprobado por el equipo de cátedra, el Mapa de Actores podrá ser devuelto a la organización coparticipante con las sugerencias realizadas.

**Tipo de Actividad:** grupal

**Modalidad:** trabajo de campo; entrega por aula virtual; exposición y debate presencial.

**Duración:** 2 clases

**Criterios de evaluación:** trabajo en equipos, integración de contenidos, correcta expresión oral y escrita, pertinencia en la presentación de la producción.

#### 4. **Tema:** Diagnóstico y propuesta de Planificación de la Comunicación

##### **Actividad de Extensión.**

**Unidades Temáticas intervinientes:** Unidad II, III y IV

##### **Objetivos:**

Que el alumno logre:

- Diagnosticar situaciones y problemas de comunicación interna y planificar posibles soluciones.
- Identificar recursos e instrumentos para la planificación de la comunicación interna.

##### **Actividades:**

De descripción, análisis y planificación de procesos comunicacionales en ámbitos organizacionales. A partir de la información relevada en el pre diagnóstico, los estudiantes avanzarán hacia la elaboración de un diagnóstico donde se identifique en forma adecuada los principales problemas (nodos críticos), los actores y los públicos, sus intereses y necesidades en función de los objetivos de la organización. En todos los casos, se tratará de información técnica con resguardo de las identidades de los coparticipantes. Con el resultado de ese análisis se construirán los objetivos de comunicación deseados y se realizará una propuesta de planificación para alcanzarlos.

De extensión: una vez aprobada la propuesta, podrá devolverse a la organización un resumen del diagnóstico con las sugerencias realizadas.

**Tipo de Actividad:** grupal

**Modalidad:** entrega por aula virtual; exposición y debate presencial. Coloquio final integrador

**Duración:** 5 clases

**Criterios de evaluación:** trabajo en equipos, integración de contenidos, asertividad en la propuesta, correcta expresión oral y escrita, creatividad en la presentación de la producción.

**Hoja de firmas**