



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE  
FACULTAD DE HUMANIDADES

---

## **1-IDENTIFICACION**

Asignatura: Formulación de Políticas de Comunicación

Carrera: Licenciatura en Comunicación Social

Departamento: Comunicación Social

Prof. Responsable: Roberto Gustavo Satina

Máximo título alcanzado: Licenciado en Comunicación Social

Ubicación en el plan de estudio: Quinto año

Período lectivo: 2018

Asignatura: Anual

## **2 – DATOS DE CONTEXTO**

### **Objetivos Generales de la carrera:**

Formar profesionales capacitados para desempeñar actividades que abarcan la investigación de los fenómenos comunicacionales, el planteamiento, el desarrollo y la conducción de políticas de comunicación destinadas a satisfacer necesidades institucionales de diversa índole. Profundizar la base formativa inicial a través del análisis de la naturaleza y consecuencias de la vinculación de la sociedad con sus medios de comunicación y capacitar para el tratamiento científico de dicha vinculación.

### **Objetivos del Área a la cual pertenece la Cátedra:**

Contiene saberes y prácticas requeridas para una inserción idónea en el quehacer profesional. Es un espacio privilegiado de formación en práctica profesional. Se propondrán ámbitos para la puesta en contacto de los estudiantes, con terrenos mediáticos y culturales que permitirán tanto la observación, la reflexión, como la participación en actividades profesionales específicas, tomando a su cargo total o parcialmente secuencias del proceso informativo.

### **Objetivos Generales de la Cátedra:**

*Las Heras 727 – CP 3500 – Resistencia – TE: (03722) 422257  
Sgto. Cabral 2001- CP 3400 – Corrientes – TE: (03783) 436828  
E-Mail: [dptodecomunicacionsocial@gmail.com](mailto:dptodecomunicacionsocial@gmail.com) – [academica@hum.unne.edu.ar](mailto:academica@hum.unne.edu.ar)*



Que el alumno:

- \* Adquiera los conocimientos teóricos relacionados con instituciones, comunicación y políticas de comunicación.
- \* Analice sus aplicaciones en instituciones públicas (nacionales, provinciales y municipales), privadas y organizaciones sociales e intermedias.
- \* Adquiera los conocimientos necesarios para diagnosticar y planificar un programa de comunicación institucional como práctica profesional en una situación real de comunicación.

### **Contenidos Mínimos:**

Distintas etapas en el proceso de planificación, diagnóstico, definición, instrumentación y evaluación de políticas comunicacionales. La comunicación institucional. Estrategias de medios. Planificación y formulación de planes, programas, proyectos y campañas. Técnicas de planificación.

### **3 – FUNDAMENTACIÓN**

La asignatura Formulación de Políticas de Comunicación está incluida en las materias que conforman el ámbito de formación científico-tecnológica, dentro del quinto año de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional del Nordeste. La carga horaria es de 96 horas. Se dictan dos módulos semanales de clases, uno de contenidos teóricos y otro de trabajos prácticos. Las clases se desarrollan en la sede de calle San Juan de la ciudad de Corrientes.

Los contenidos teóricos y trabajos prácticos se encuentran articulados con los correspondientes a las cátedras de Teoría y Método de la Investigación Social (cuarto año) e Investigación en Comunicación Social (quinto año). La cátedra está integrada desde su creación (Plan de Estudios 1997) por dos cargos docentes (un Adjunto y una Jefa de Trabajos Prácticos). El promedio histórico de alumnos inscriptos es de 30 personas aproximadamente.



El programa contiene los fundamentos teóricos y las aplicaciones prácticas que el alumno necesita para desarrollar tareas profesionales en el área de comunicación de instituciones públicas y privadas. Se adquieren las habilidades necesarias para diagnosticar la realidad comunicacional de la institución, que permitirá definir políticas, materiales y actividades de comunicación.

Los conocimientos brindados buscan crear un espíritu crítico capaz de analizar políticas de comunicación, actividades y materiales aplicados por instituciones públicas y privadas. El abordaje de una institución seleccionada por el alumno se transformará en una situación real de práctica profesional de comunicación institucional. El proyecto permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos sobre metodología de la investigación en ciencias sociales y formulación de políticas de comunicación.

La selección de la institución en la que el alumna trabajará sus prácticos y planificará un plan de comunicación constituye en sí misma una práctica de extensión que unirá los saberes académicos a 30 instituciones locales aproximadamente.

Al finalizar el ciclo lectivo el alumno contará con la experiencia de haber trabajado durante un tiempo de 8 meses en una institución, lo que le otorgará habilidades para desarrollar tareas en áreas de comunicación de organizaciones públicas, privadas y sociales. La cátedra cumplirá un rol orientador durante todo proceso de interacción del alumno en la institución.

#### **4 - OBJETIVOS**

##### **Que el alumno:**

- \* Adquiera los conocimientos teóricos relacionados con instituciones, comunicación y políticas de comunicación.
- \* Analice sus aplicaciones en instituciones públicas (nacionales, provinciales y municipales), privadas y organizaciones sociales e intermedias.



- \* Comprenda los lineamientos teóricos de las distintas escuelas de conocimiento de la planificación y la comunicación institucional.
- \* Adquiera los conocimientos necesarios para diagnosticar y planificar un programa de comunicación institucional como práctica profesional en una situación real de comunicación.
- \* Analice las las macropolíticas y micropolíticas de comunicación estatales aplicadas por gobiernos municipales, provinciales y nacionales, teniendo en cuenta su formulación, aplicación, resultados y consecuencias.
- \* Analice y relaciones desde las teorías de la economía política de la comunicación con las políticas nacionales de comunicación a nivel nacional y latinoamericano.

## **5 - CONTENIDOS**

### **Unidad 1. Comunicación e Institución.**

Conceptos. Planos institucionales. Funciones educativas, complementarias y de gestión. El proyecto de comunicación. El diagnóstico inicial: alcances y tipos. Técnicas de investigación social aplicadas a la comunicación institucional. Análisis de datos cualitativos y cuantitativos sobre los planos institucionales. Escuelas del comportamiento organizacional.

### **Unidad 2. Políticas de Comunicación.**

Concepto. Importancia. Naturaleza. Macropolíticas y micropolíticas. La institución. Economía política de la comunicación. Políticas nacionales de comunicación en Argentina. Evolución histórica. Regulación del estado: situación, leyes y proyectos. Características de los sectores: público, privado y organizaciones sociales e intermedias. Medios de comunicación cooperativos.

### **Unidad 3. Comunicación estratégica.**

Conceptos. Ejes de la propuesta. Campos de aplicación. Procesos, entorno, objetivos y participación. Distintas perspectivas de planificación. El pensamiento estratégico. Gestión de la comunicación institucional. La



movilización social. Políticas de comunicación públicas y democráticas. Comunicación para el desarrollo.

#### **Unidad 4. Recursos humanos de la institución.**

Importancia de los recursos humanos. Análisis de los públicos interno y externo. Técnicas participativas: tipos y análisis. Dinámicas de animación, organización y planificación. Ejercicios de abstracción y comunicación. Dinámicas de análisis de la estructura social, económica, política e ideológica. Organización de grupos: análisis y proyecto. El coordinador y el observador.

#### **Unidad 5. Proyecto de comunicación institucional.**

La oferta y la demanda de materiales y actividades de comunicación institucional. Técnicas de investigación social aplicadas a la comunicación institucional. El diagnóstico de cierre. La formación o reformulación del área de comunicación institucional. La evaluación del proyecto: objetivos, tipos y etapas. El cambio institucional. Aplicación de resultados.

#### **Unidad 6. Comunicación institucional en el sector público.**

Estrategias y elementos. Comunicación de gobierno y comunicación política. Marketing político. La campaña permanente. Tipos de comunicación. Comunicación con la ciudadanía: audiencia, segmentación y formas. Medios de comunicación: característica y tipos. Estrategias de formación de la opinión pública. La mentira en la comunicación del sector público.

#### **Unidad 7. Comunicación institucional en el sector privado.**

Comunicación y relaciones públicas. Imagen y publicidad institucional. La comunicación integrada al marketing. Estrategias de comunicación. Relación con los medios de comunicación social. Noticia e información. Soportes, géneros y estilos materiales y actividades de comunicación. Situaciones de crisis. La mentira en la comunicación del sector privada.

#### **Unidad 8. Comunicación institucional en organizaciones sociales e intermedias.**



La cultura de la comunicación. El espacio público. Organización. Públicos. Equipos de trabajo. Identidad e imagen. Estrategias. Publicidad. Los periodistas y los medios de comunicación. La mentira en la comunicación de las organizaciones sociales e intermedias.

## **6 – METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA**

Modalidad de cursado: presencial anual.

Modalidad de dictado:

\* Clases teóricas: dictado de exposiciones dialogadas de contenidos teóricos según el programa analítico.

\* Clases prácticas: análisis de guías de trabajos prácticos para el abordaje comunicacional de la institución seleccionada por el alumno. Análisis de casos de proyectos de comunicación institucional desde el diagnóstico inicial hasta la planificación final.

Las clases se estructuran con la metodología de aula taller, estrategia pedagógica que se apoya teóricamente en el autor español Mario de Miguel Díaz, en su libro “Metodología de Enseñanza y Aprendizaje para el Desarrollo de Competencias” (Editorial Alianza, Madrid, 2006). Allí sostiene que “los talleres son el espacio físico o escenario donde se construye conocimiento en profundidad sobre una temática específica, a través de intercambios personales entre los asistentes. La característica fundamental es el intercambio de experiencias, la crítica, la discusión y la reflexión y para ello es necesario que el número de participantes sea reducido y la comunicación fluida y efectiva, sostiene el autor”

Las horas de clase se transforman en un espacio de reflexión y producción de estrategias (actividades, materiales y políticas de comunicación) para la optimización de la comunicación interna y externa de la institución elegida. Este análisis se extenderá a otras experiencias de políticas aplicadas por otras



instituciones que intentan mejorar y superar problemas de comunicación.

## **7 - EVALUACIÓN**

Los alumnos serán evaluados en cada una de las etapas del proceso que va desde el primer acercamiento diagnóstico a la institución elegida hasta la presentación de un proyecto de comunicación institucional. Allí deberá demostrar el dominio de los conceptos teóricos dados por la cátedra y su adecuada aplicación práctica. Además deberá demostrar un análisis crítico y profundo de los procesos y programas de micropolíticas y macropolíticas de comunicación institucional aplicadas en instituciones públicas, privadas y sociales.

### **5 – Actividades de Extensión:**

#### **Diagnóstico y Proyecto de Comunicación Institucional**

Los trabajos prácticos fueron planificados como un espacio de extensión. Los estudiantes elegirán las instituciones de la región en las que elaborarán su plan de comunicación institucional. En aproximadamente 30 instituciones de la región los alumnos podrán aplicar los conocimientos teóricos dados por la cátedra y durante toda la carrera. Este abordaje desde lo académico adquiere un valor social trascendente ya que no queda en un trabajo práctico áulico sino que permite socializar y visibilizar los saberes en una situación de práctica real del proceso de la comunicación institucional.

#### **Alumnos promocionales. Sin examen final.**

- \* Aprobar tres exámenes parciales. Con derecho a un recuperatorio.
- \* Presentar y aprobar el 100 por ciento de los trabajos prácticos. Con derecho a un recuperatorio.

#### **Alumnos regulares. Con examen final.**

- \* Aprobar dos exámenes parciales. Con derecho a un recuperatorio.
- \* Aprobar el 80 por ciento de los trabajos prácticos. Con derecho a un



recuperatorio.

### **Alumnos libres.**

- \* Presentar y aprobar la carpeta de Trabajos Prácticos y Ensayos.
- \* Aprobar un examen escrito sobre contenidos prácticos.
- \* Aprobar un examen teórico oral sobre contenidos teóricos.

## **8 – BIBLIOGRAFÍA**

### **Unidad 1.**

- \* Amado Suárez, Adriana. “Prensa y Comunicación”. Ediciones Macchi. Buenos Aires. 2003.
- \* Amado Suárez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos. “Comunicaciones Públicas. El Modelo de la Comunicación Integrada”. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. 1999.
- \* Autores Varios. “La Comunicación y la Política desde las Organizaciones Sociales”. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 1997.
- \* Avejera, Pedro. “Ideas sobre Diagnóstico en Comunicación Educativa para el Desarrollo”. Mimeo. Córdoba. 1997.
- \* Bruno, Daniela. “El Diagnóstico de Comunicación”. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 2015.
- \* Bruno, Daniela. “Planificación y Comunicación. Perspectivas, Abordajes y Herramientas”. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 2015.
- \* Elizalde, Luciano y otros. “La Construcción del Consenso. Gestión de Comunicación Gubernamental”. La Crujía Ediciones-EDUCC Córdoba-Universidad Austral. Buenos Aires. 2006.
- \* Izurieta, Roberto y Otros. “Estrategias de Comunicación para Gobiernos”. La Crujía Ediciones. 2008.





- \* Fernández Escalante, Fernando. "Ciencias de la Información y Relaciones Públicas". Ediciones Macchi. Buenos Aires. 1993.
- \* Izurieta, Roberto y Otros. "Estrategias de Comunicación para Gobiernos". La Crujía Ediciones. Buenos Aires. 2002.
- \* Minzi, Viviana. "Vamos que Venimos. Guía para la Organización de Grupos Juveniles de Trabajo Comunitario". Editorial Stella. La Crujía Ediciones. 2004.
- \* Miralles, Ana María. "Periodismo, Opinión Pública y Agenda Ciudadana". Bogotá. 2002.
- \* Mora y Araujo, Manuel, Gómez del Río, Manuela y Otros. "La Comunicación es Servicio". Fundación Compromiso. Editorial Granica. Buenos Aires. 2001.
- \* Muriel, Luisa y Rota, Gilda. "Comunicación Institucional. Enfoque Social de las Relaciones Públicas". Ediciones Intiyán. 1980.
- \* Prieto Castillo, Daniel. "Diagnóstico de Comunicación". CIESPAL. Quito. 1990.
- \* Redefiniciones. Publicación de REDCOM. Número 1 "Políticas de Comunicación". La Plata. 2005.
- \* Ruiz, Violeta. "Organizaciones Comunitarias y Gestión Asociada". Paidós. Buenos Aires. 2004.

## **Unidad 2.**

- \* ADICCRA (Asociación de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la República Argentina). "Periodismo con Valores". Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Buenos Aires. 2011.
- \* Albornoz, Luis. "Poder, Medios, Cultura". Paidós. Buenos Aires. 2011.
- \* Arrueta, César. "No informarás. Estado y Medios de Comunicación en Jujuy. Presiones, Políticas y Lealtad Económica". Universidad Nacional de Jujuy. 2005.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE  
FACULTAD DE HUMANIDADES

- 
- \* Autores varios. "Industrias Culturales: Mercado y Políticas Públicas en Argentina". Ediciones CICCUS. Secretaría de Cultura. Presidencia de la Nación. Buenos Aires. 2003.
  - \* Belinche, Marcelo y otros. "Medios, Política y Poder. La Conformación de los Multimedios en la Argentina de los 90". Ediciones de Periodismo y Comunicación. UNLP. La Plata. 2004.
  - \* Bolaño, César; Mastrini, Guillermo y Sierra, Francisco. "Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una Perspectiva Crítica Latinoamericana". La Crujía Ediciones-Junta de Andalucía. Buenos Aires. 2005.
  - \* Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín. "Periodistas y Magnates. Estructura y Concentración de las Industrias Culturales en América Latina". Instituto Prensa y Sociedad. Buenos Aires. 2006.
  - \* Mastrini, Guillermo y Bolaño, César. "Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación". Editorial Biblos. Buenos Aires. 1999.
  - \* Mastrini, César. "Mucho Ruido, Pocas Leyes. Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina (1920-2004)". Buenos Aires. 2005.

### **Unidad 3.**

- \* Barbero, Jesús. "Itinerario para salir de la razón dualista. En Proceso de comunicación y matrices de cultura". Editorial Gustavo Gilli, México 1988.
- \* Bruno, Daniela. "Planificación y Comunicación. Perspectivas, Abordajes y Herramientas". Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 2015.
- \* Huergo, Jorge A. "Métodos de Investigación Cualitativa en Comunicación".
- \* Lander, E. "Ciencias Sociales: saberes coloniales y eurocéntricos". Universidad Central de Venezuela. Caracas. (apuntes de la asignatura).
- \* Massoni, Sandra. "Estrategias. Los Desafíos de la Comunicación en un Mundo Fluido". Editorial Homo Sapiens. Rosario. 2007.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE  
FACULTAD DE HUMANIDADES

- 
- \* Massoni, Sandra. "Comunicación Estrategica. Experiencias, Planificación e Investigación". Editorial Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnología de la Universidad Nacional de Rosario. 2007.
  - \* Maturana, H y Varela F. "El Arbol del conocimiento". Editorial Univiersitaria. Santiago de Chile. 1998.
  - \* Morín, Edgard. "Epistemología de la Complejidad en Nuevos Paradigmas, Cultura y Subjetividad, Paidos Buenos Aires, 1998.
  - \* Orozco, G. "La investigación en Comunicación desde la perspectiva cualitativa". IMDEC. México. 1997.
  - \* Quezada, María Isabel. "Notas Prácticas para la Investigación en la Comunicación". Universidad Diego Portales. Santiago de Chile. 1996.
  - \* Varela, F. "Conocer. Las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas. Cartografía de las ideas actuales". Editorial Gedisa. Barcelona. 1990.

#### **Unidad 4.**

- \* Amado Suárez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos. "Comunicaciones Públicas. El Modelo de la Comunicación Integrada". Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. 1999.
- \* Autores Varios. "La Comunicación y la Política desde las Organizaciones Sociales". Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 1997.
- \* Avejera, Pedro. "Ideas sobre Diagnóstico en Comunicación Educativa para el Desarrollo". Mimeo. Córdoba. 1997.
- \* Bruno, Daniela. "Planificación y Comunicación. Perspectivas, Abordajes y Herramientas". Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 2015.
- \* Elizalde, Luciano y otros. "La Construcción del Consenso. Gestión de Comunicación Gubernamental". La Crujía Ediciones-EDUCC Córdoba-Universidad Austral. Buenos Aires. 2006.



- \* Izurieta, Roberto y Otros. "Estrategias de Comunicación para Gobiernos". La Crujía Ediciones.
- \* Miralles, Ana María. "Periodismo, Opinión Pública y Agenda Ciudadana". Bogotá. 2002.
- \* Mora y Araujo, Manuel, Gómez del Río, Manuela y Otros. "La Comunicación es Servicio". Fundación Compromiso. Editorial Granica. Buenos Aires. 2001.
- \* Puig, Toni. "La Comunicación Municipal Cómplice con los Ciudadanos". Paidós. 2003.
- \* Redefiniciones. Publicación de REDCOM. Número 1 "Políticas de Comunicación". La Plata. 2005.
- \* Ruiz, Violeta. "Organizaciones Comunitarias y Gestión Asociada". Paidós. Buenos Aires. 2004.
- \* Sel, Susana y otros. "Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo". CLACSO. Buenos Aires. 2011.

#### **Unidad 5.**

- \* Amado Suárez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos. "Comunicaciones Públicas. El Modelo de la Comunicación Integrada". Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. 1999.
- \* Autores Varios. "La Comunicación y la Política desde las Organizaciones Sociales". Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 1997.
- \* Avejera, Pedro. "Ideas sobre Diagnóstico en Comunicación Educativa para el Desarrollo". Mimeo. Córdoba. 1997.
- \* Elizalde, Luciano y otros. "La Construcción del Consenso. Gestión de Comunicación Gubernamental". La Crujía Ediciones-EDUCC Córdoba-Universidad Austral. Buenos Aires. 2006.
- \* Minzi, Viviana. "Vamos que Venimos. Guía para la Organización de Grupos Juveniles de Trabajo Comunitario". Editorial Stella. La Crujía Ediciones. 2004.



\* Mora y Araujo, Manuel, Gómez del Río, Manuela y Otros. "La Comunicación es Servicio". Fundación Compromiso. Editorial Granica. Buenos Aires. 2001.

\* Muriel, Luisa y Rota, Gilda. "Comunicación Institucional. Enfoque Social de las Relaciones Públicas". Ediciones Intiyán. 1980.

\* Redefiniciones. Publicación de REDCOM. Número 1 "Políticas de Comunicación". La Plata. 2005.

\* Ruiz, Violeta. "Organizaciones Comunitarias y Gestión Asociada". Paidós. Buenos Aires. 2004.

### **Unidad 6.**

\* Amado Suárez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos. "Comunicaciones Públicas. El Modelo de la Comunicación Integrada". Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. 1999.

\* Avejera, Pedro. "Ideas sobre Diagnóstico en Comunicación Educativa para el Desarrollo". Mimeo. Córdoba. 1997.

\* Durandin, Guy. "La Mentira en la Propaganda Política y la Publicidad". Paidós Comunicación. Buenos Aires. 1990.

\* Elizalde, Luciano y otros. "La Construcción del Consenso. Gestión de Comunicación Gubernamental". La Crujía Ediciones-EDUCC Córdoba-Universidad Austral. Buenos Aires. 2006.

\* Izurieta, Roberto y Otros. "Estrategias de Comunicación para Gobiernos". La Crujía Ediciones.

\* Miralles, Ana María. "Periodismo, Opinión Pública y Agenda Ciudadana". Bogotá. 2002.

\* Mora y Araujo, Manuel, Gómez del Río, Manuela y Otros. "La Comunicación es Servicio". Fundación Compromiso. Editorial Granica. Buenos Aires. 2001.

\* Muriel, Luisa y Rota, Gilda. "Comunicación Institucional. Enfoque Social de las Relaciones Públicas". Ediciones Intiyán. 1980.



\* Puig, Toni. “La Comunicación Municipal Cómplice con los Ciudadanos”. Paidós. 2003.

\* Redefiniciones. Publicación de REDCOM. Número 1 “Políticas de Comunicación”. La Plata. 2005.

### **Unidad 7.**

\* Amado Suárez, Adriana. “Prensa y Comunicación”. Ediciones Macchi. Buenos Aires. 2003.

\* Amado Su{arez y otros. “La Palabra Empeñada”. Friedrich Ebert Stiftung. Buenos Aires. 2011.

\* Fernández Escalante, Fernando. “Ciencias de la Información y Relaciones Públicas”. Ediciones Macchi. Buenos Aires. 1993.

\* Eldin, François. “El Management de la Comunicación. De la Comunicación Personal a la Comunicación Empresaria”. Interfaces. Edicial. Buenos Aires. 1998.

\* Mora y Araujo, Manuel, Gómez del Río, Manuela y Otros. “La Comunicación es Servicio”. Fundación Compromiso. Editorial Granica. Buenos Aires. 2001.

\* Muriel, Luisa y Rota, Gilda. “Comunicación Institucional. Enfoque Social de las Relaciones Públicas”. Ediciones Intiyán. 1980.

### **Unidad 8.**

\* ADICCRA (Asociación de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la República Argentina). “Periodismo con Valores”. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Buenos Aires. 2011.

\* Aguilar, María José. “Técnicas de Animación Grupal”. Editorial Espacio. Buenos Aires. 2004.

\* Autores Varios. “La Comunicación y la Política desde las Organizaciones Sociales”. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 1997.



- 
- \* Avejera, Pedro. "Ideas sobre Diagnóstico en Comunicación Educativa para el Desarrollo". Mimeo. Córdoba. 1997.
  - \* Elizalde, Luciano y otros. "La Construcción del Consenso. Gestión de Comunicación Gubernamental". La Crujía Ediciones-EDUCC Córdoba-Universidad Austral. Buenos Aires. 2006.
  - \* García, Dora. "El Grupo. Métodos y Técnicas Participativas". Editorial Espacio. Buenos Aires. 2003.
  - \* Minzi, Viviana. "Vamos que Venimos. Guía para la Organización de Grupos Juveniles de Trabajo Comunitario". Editorial Stella. La Crujía Ediciones. 2004.
  - \* Mora y Araujo, Manuel, Gómez del Río, Manuela y Otros. "La Comunicación es Servicio". Fundación Compromiso. Editorial Granica. Buenos Aires. 2001.
  - \* Muriel, Luisa y Rota, Gilda. "Comunicación Institucional. Enfoque Social de las Relaciones Públicas". Ediciones Intiyán. 1980.
  - \* Prieto Castillo, Daniel. "Diagnóstico de Comunicación". CIESPAL. Quito. 1990.
  - \* Ruiz, Violeta. "Organizaciones Comunitarias y Gestión Asociada". Paidós. Buenos Aires. 2004.

## **9 – PROGRAMA DE TRABAJOS PRACTICOS**

### **Objetivos Generales**

#### **Que el alumno:**

Que el alumno:

- \* Analice las aplicaciones de las políticas de comunicación en instituciones públicas (nacionales, provinciales y municipales), privadas y organizaciones sociales e intermedias.
- \* Adquiera los conocimientos necesarios para diagnosticar y planificar la comunicación institucional como práctica profesional en una situación real de comunicación.



---

\* Desarrolle un análisis crítico sobre la aplicación de políticas de comunicación en otras instituciones y sobre las propuestas para superar los problemas.

### **Modalidad de Desarrollo de Clases:**

La evaluación de trabajos prácticos y análisis de libros se basará en los niveles de manejo que el alumno alcance sobre los conocimientos de la comunicación institucional y sus aplicaciones prácticas. Es fundamental que el alumno alcance un nivel analítico y práctico para planificar y ejecutar políticas de comunicación en la institución seleccionada personalmente por cada uno de ellos.

### **Criterios de Evaluación:**

Los trabajos prácticos serán evaluados y llevarán una calificación numérica de acuerdo al nivel de aplicación práctica. de los conocimientos teóricos expuestos en clase y adquiridos a través de la bibliografía dada por la cátedra.

Requisitos para alumnos promocionales con y sin examen final.

- \* Cantidad de trabajos prácticos: 4
- \* Presentación: 100 por ciento (4).
- \* Aprobados: 100 por ciento. Con derecho a un recuperatorio.

### **Nomina de trabajos Prácticos:**

#### **Trabajo práctico N° 1.**

##### **Identificación y primer diagnóstico institucional.**

Institución elegida por el alumno para los 4 trabajos prácticos. Consigna dada por la cátedra. Modalidad: trabajo individual de campo.

#### **Trabajo práctico N° 2.**

##### **Oferta y demanda de actividades y materiales de comunicación institucional.**

En la institución elegida por el alumno. Consigna dada por la cátedra. Modalidad: trabajo individual de campo.

#### **Trabajo práctico N° 3.**





---

### Diagnóstico comunicacional de cierre.

En la institución elegida por el alumno. Consigna dada por la cátedra.

Modalidad: trabajo extra-áulico.

### Trabajo práctico N° 4.

#### Proyecto de políticas de comunicación institucional.

En la institución elegida por el alumno. Presentación en versión papel y exposición en clase. Consignas dadas por la cátedra. Trabajo extra-áulico y áulico.

## 10- PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

### Cantidad de módulos previstos

Teóricos	52
Prácticos	26
Total	78

### Horarios del personal

Docente	Cargo	Días	Módulos
Satina, Roberto	Adjunto	Jueves y viernes	16 a 17,30
Carbajal, Julieta	Jefe de Trabajos Prácticos	Jueves	14,30 a 16

### Sistema de promoción.

#### Promocional (mediante exámenes parciales)

Exámenes	Fecha
1º parcial	17 de mayo
Recuperatorio 1º parcial	7 de junio
2º parcial	23 de agosto
Recuperatorio 2º parcial	6 de septiembre
3º parcial	1 de noviembre
Recuperatorio 3º parcial	15 de noviembre

#### Regular (mediante exámenes parciales y final)



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE  
FACULTAD DE HUMANIDADES

---

---

1º parcial	17 de mayo
2º parcial	23 de agosto
Recuperatorio	6 de septiembre