

# SÍLABO

## Dirección en Comunicación

<b>Código</b>	ASUC01634	<b>Carácter</b>	Electivo	
<b>Prerrequisito</b>	140 créditos aprobados			
<b>Créditos</b>	3			
<b>Horas</b>	<b>Teóricas</b>	2	<b>Prácticas</b>	2
<b>Año académico</b>	2024			

### I. Introducción

---

Dirección en Comunicación es una asignatura de especialidad de carácter electivo de la Escuela Académico Profesional de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación. Su prerrequisito es haber aprobado 140 créditos. Desarrolla, a nivel logrado, la competencia específica Comunicación Corporativa.

La comunicación, tanto interna como externa, es estratégica. Esta adquiere un valor trascendente en la organización para la gestión, la articulación de la cadena de valor, la productividad y la alianza de los empresarios y sus *stakeholders*.

Los contenidos generales que la asignatura desarrolla son los siguientes: estrategias para consolidar la imagen de una organización. Relación interactiva con los *stakeholders*; estrategias de marketing, prensa, publicidad y RR. PP. Planificación y articulación de la comunicación corporativa. Aborda temas transversales como imagen, cultura, clima, identidad y reputación, utilizando todos los canales a su alcance. Incorpora temas de sostenibilidad y responsabilidad social; branding y generación de contenidos.

---

### II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

---

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de desarrollar planes comunicacionales para la consolidación de la imagen de una organización con enfoque estratégico.

---

### III. Organización de los aprendizajes

<b>Unidad 1</b> <b>La organización y la dirección de la comunicación estratégica en las organizaciones</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>16</b>
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al final de la Unidad, el estudiante será capaz de analizar cuáles son los nuevos paradigmas que intervienen en la comunicación en las organizaciones en tiempos de cambio permanente.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rompiendo paradigmas en la comunicación organizacional</li> <li>2. Dirección estratégica de la comunicación</li> <li>3. Análisis y diagnóstico de la organización</li> <li>4. Definición del problema comunicacional</li> <li>5. Definición y mapa de públicos</li> </ol>		
<b>Unidad 2</b> <b>Comunicación estratégica interna</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>16</b>
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de evaluar la situación de la comunicación interna en la organización desde una perspectiva estratégica.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación estratégica interna</li> <li>2. Auditoría de comunicación</li> <li>3. Comunicación de la estrategia</li> <li>4. Relación con los <i>stakeholders</i> internos</li> </ol>		
<b>Unidad 3</b> <b>Comunicación estratégica externa</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>16</b>
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de evaluar la situación de la comunicación externa en la organización desde una perspectiva estratégica.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación estratégica externa</li> <li>2. Auditoría de comunicación</li> <li>3. Relación con <i>stakeholders</i> externos</li> </ol>		
<b>Unidad 4</b> <b>Planificación estratégica</b>		<b>Duración en horas</b>	<b>16</b>
<b>Resultado de aprendizaje de la unidad</b>	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de desarrollar el proyecto comunicacional haciendo uso de las técnicas y herramientas adecuadas en el marco de una organización, desde una perspectiva estratégica.		
<b>Ejes temáticos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación estratégica</li> <li>2. Branding</li> <li>3. Riesgo y crisis</li> <li>4. Responsabilidad social corporativa</li> </ol>		

#### IV. Metodología

##### Modalidad Presencial

La metodología empleada en esta asignatura incidirá en:

- Clase magistral activa
- Aprendizaje colaborativo

#### V. Evaluación

##### Modalidad Presencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / <b>Prueba objetiva</b>	<b>0 %</b>	
Consolidado 1 <b>C1</b>	1	Semana 1 - 4	- Ejercicios grupales de análisis de casos desarrollados en clase / <b>Rúbrica de evaluación</b>	40 %	<b>15 %</b>
	2	Semana 5 - 7	- Evaluación grupal: trabajo grupal sobre la definición del problema comunicacional a abordar y mapa de públicos internos / <b>Rúbrica de evaluación</b>	60 %	
Evaluación parcial <b>EP</b>	1 y 2	Semana 8	- Ejercicios grupales de análisis de casos desarrollados en clase / <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>35 %</b>	
Consolidado 2 <b>C2</b>	3	Semana 9 - 12	- Exposición grupal del avance del proyecto / <b>Rúbrica de evaluación</b>	40 %	<b>15 %</b>
	4	Semana 13 - 15	- Trabajo práctico grupal: plan de comunicación / <b>Rúbrica de evaluación</b>	60 %	
Evaluación final <b>EF</b>	Todas las unidades	Semana 16	- Sustentación final del proyecto frente a jurado, elaboración y entrega de PPT y trabajo escrito / - <b>Rúbrica de evaluación</b>	<b>35 %</b>	
Evaluación sustitutoria			<b>Aplica</b>		

\* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

##### Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (15 \%) + EP (35 \%) + C2 (15 \%) + EF (35 \%)$$

## VI. Bibliografía

### Básica

Peña, B. y Batalla, P. (2016). *Dirección de comunicación y habilidades directivas*. Dykinson.  
<https://asms.short.gy/4a7Pzq>

### Complementaria

Capriotti, P. (2021). *Dirección estratégica de comunicación*. Bidireccional.  
<http://www.dircommap.com/>

Rodríguez, D. y Opazo, M. (2009). *Comunicaciones de la organización*. Alfaomega.  
<https://cutt.ly/VJ8mxVn>

## VII. Recursos digitales

Aguado, R. (11 de enero de 2014). *10 libros sobre comunicación corporativa y relaciones públicas*. comunicacioncorporativa.org. <https://bit.ly/3zEsp7r>