

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	1 de 5

FACULTAD: DE ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA: COMUNICACIÓN SOCIAL

DEPARTAMENTO DE: Estrategias de la comunicación

CURSO :	ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN	CÓDIGO:	152006
ÁREA:	BÁSICA PROFESIONAL		
REQUISITOS:	152001	CORREQUISITO:	152204
CRÉDITOS:	2	TIPO DE CURSO:	TEÓRICO-PRÁCTICA

JUSTIFICACIÓN

¿DE QUÉ MANERA LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PUEDEN INCIDIR E IMPACTAR EN EL DESARROLLO Y MEJORAMIENTO DEL ENTORNO REGIONAL?

La comunicación vista en los diferentes escenarios de la sociedad es reconocida como herramienta fundamental para el apalancamiento y desarrollo de proyectos, que faciliten la inclusión y participación de los actores de las comunidades. Es por esto y porque cada vez con mayor protagonismo la esta facilita la identificación de problemáticas, es que se deben identificar estrategias claras y acciones que guíen su gestión, aplicación y evaluación en facetas de investigación e intervención en el entorno social, político, institucional, cultural, educativo, entre otros.

A través de la ejecución de las temáticas establecidas para la asignatura Estrategias de la Comunicación, los estudiantes podrán identificar, analizar y plantear intervenciones de tipo estratégico y comunicacional, en los diversos escenarios de la sociedad que sean menester de mejora, fortalecimiento y desarrollo social.

OBJETIVO GENERAL

Analizar los diferentes componentes de la estrategia, así como las distintas herramientas de comunicación, con el fin de diseñar propuestas que permitan el desarrollo de proyectos para la comunidad a través de las cuales se podrán abordar problemáticas sociales.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	2 de 5

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Reconocer la importancia de la estrategia para el desarrollo de propuestas encaminadas a fortalecer los espacios de participación ciudadana.
- Identificar los elementos necesarios para la formulación de estrategias que permitan el fortalecimiento de procesos comunicativos en diferentes áreas (educativo, político, comunitario, corporativo).
- Diseñar estrategias a partir del diagnóstico y análisis de una problemática que afecte los procesos de comunicación y los espacios de socialización dentro del ámbito corporativo y/o social.
- Ejecutar estrategias de comunicación a partir de las problemáticas abordadas en comunidades locales.

COMPETENCIAS

- El estudiante al finalizar la asignatura estará en capacidad de planear, diseñar y ejecutar estrategias de comunicación, a partir del análisis y la valoración de un problema con el fin de aplicarlas en diferentes ámbitos.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	3 de 5

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
<p>UNIDAD I ¿CUÁL HA SIDO LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE ESTRATEGIA?</p> <p>Estrategia: Historia, concepto y evolución. *Concepto de la estrategia. *Historia de la estrategia. *Ámbitos en donde se han desarrollado estrategias de comunicación. *Casos de éxito de estrategias de comunicación en ámbitos políticos (marketing político), empresariales, públicos y educativo).</p>	6	4
<p>UNIDAD II ¿Cómo crear e implementar las estrategias comunicacionales de acuerdo al área de impacto (organizacional, mediática o social).</p> <p>Diseño y Planeación de la estrategia de comunicación •Diferentes enfoques de la teoría Estratégica. *Diseño y ejecución de las estrategias de comunicación en las comunidades.</p>	6	4
<p>UNIDAD III ¿Cómo elaborar mensajes claves para las audiencias y cómo segmentar dichos públicos?</p> <p>Geometría de la comunicación. *Segmentación de audiencias. *Elaboración de mensajes claves, de acuerdo a lo planeado en los objetivos de la estrategia de comunicación. *Herramientas de seguimiento y evaluación de impacto de los mensajes.</p>	6	4

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	4 de 5

METODOLOGIA (Debe evidenciarse el empleo de nuevas tecnologías de apoyo a la enseñanza y al aprendizaje)

ACOMPANIAMIENTO DIRECTO DEL DOCENTE

- Presentación de conceptos, lecturas y preguntas problematizadoras.
- Clases magistrales.

Aclaración de dudas de los estudiantes mediante la aplicación de ejercicios.

- Motivación a la Dinámica grupal
- Recursos audiovisuales
- Empleo de herramientas digitales
- Consultas bibliográficas.
- Asesorías extra-clase.

PROPUESTA METODOLÓGICA DEL GRUPO

*Lecturas de acuerdo a las temáticas.

*Casos de éxito.

*Identificación del marco teórico en películas o material audiovisual relacionado con la temática.

*Clases orientadas con participación activa de los estudiantes. *Análisis de problemáticas regionales.

*Exposiciones y consulta en la Web.

*Desarrollo de talleres articulados al fortalecimiento de las temáticas.

*Análisis e intervención en comunidades buscando fortalecer las habilidades con agentes de cambio en el desarrollo social.

*El estudiante en esta asignatura tendrá contacto real con problemáticas de tipo social que ellos mismos identifican, y sobre la cual plantean estrategias que

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los dos primeros porcentajes equivalentes al 35% cada uno y el tercero final correspondiente al 30%.

Se evaluará la participación del estudiante, su asistencia a las clases, al igual que los talleres, Gestión de Conocimiento, estudio de casos y exposiciones que se desarrollen en cada clase.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Guía para la implementación de estrategias de comunicación en municipalidades. USAID, Programa de descentralización y gobernabilidad local, 2007.

Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible. Fundación YPF-Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 2007

D'aprix Roger; La comunicación para el cambio. 2007.

Las mejores prácticas en redes sociales para empresas: guía y casos de éxito.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	5 de 5

LECTURAS DE APOYO AL CURSO/DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE APOYO AL CURSO

<http://negociosyemprendimiento.com/que-es-una-estrategia-y-como-se-elabora>
<http://www.definicionabc.com/general/estrategia.php>
<http://www.apuntesgestion.com/2>

9. FIRMA DEL DOCENTE (NOMBRE Y FIRMA)
