



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Comunicación para el Cambio
CÓDIGO	:	AH52
CICLO	:	201801
CUERPO ACADÉMICO	:	García Vega, Silvia Julia Riveros Paredes, Pamela Norma
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administración y Recursos Humanos

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Comunicación para el Cambio es un curso de la especialidad en la carrera de Administración y Recursos Humanos, de carácter teórico-práctico, dirigido a los estudiantes del quinto ciclo, que busca desarrollar la competencia general de Ciudadanía y la competencia específica de Gestión de Cultura y Clima, ambas en nivel 2.

La asignatura prepara a los estudiantes en el diseño estratégico de campañas de comunicación interna destinadas a propiciar la asimilación de situaciones de cambio organizacional. Las habilidades, conocimientos y actitudes desarrolladas en el curso son fundamentales para que el futuro profesional participe de la concepción y ejecución de las políticas de comunicación interna de una organización y facilite la indispensable colaboración y coordinación entre la Dirección de Recursos Humanos y la Dirección de Comunicaciones para la consecución de los objetivos corporativos estratégicos.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante propone un plan de acción que contribuya a la adecuada gestión de la Comunicación Interna en una empresa o institución, ya sea pública o privada.

Competencia: Ciudadanía

Nivel de logro: 2

Definición: Capacidad para valorar la convivencia humana en sociedades plurales, reflexionando acerca de las dimensiones morales de las propias acciones y decisiones, asumiendo la responsabilidad por las consecuencias en el marco del respeto por los derechos y deberes ciudadanos.

Competencia: Gestión de Cultura y Clima

Nivel de logro: 2

Definición: Diseña e Impulsa el cambio de la cultura organizacional partiendo de la misión y visión del negocio, sobre la base de la comunicación. Ejerce un liderazgo que trasciende en la organización a través de la adaptación e identificación del equipo con los valores organizacionales

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 La comunicación interna hoy
LOGRO Al finalizar la unidad, el estudiante comprende la naturaleza y los objetivos de la Comunicación Interna (CI) en las organizaciones modernas. Competencias: Ciudadanía y Gestión de Cultura y Clima.
TEMARIO <ul style="list-style-type: none">-El papel de la comunicación en la reputación corporativa.- Comunicación interna y externa.- Qué es y que se espera de la CI en la actualidad.- Organización de la función de CI.- Rol de los líderes en la CI.- Rol de TI en la CI.- CI, cultura y cambio organizacional.- Gestionando el cambio: pasos a seguir y la curva de cambio.
HORA(S) / SEMANA(S) Semanas 1, 2, 3 y 4

UNIDAD N°: 2 Análisis para el diseño de la Comunicación Interna
LOGRO Al finalizar la unidad, el estudiante analiza un problema comunicacional asociado al cambio sobre la base de un diagnóstico de la CI y la cultura y clima organizacional. Competencias: Ciudadanía y Gestión de Cultura y Clima
TEMARIO <ul style="list-style-type: none">- Elementos en la CI.<ul style="list-style-type: none">o Emisor, receptor, ruido.o Estilos de comunicación.- La auditoría de CI frente al estudio de clima laboral y cultura.- Análisis situacional. El problema y el objetivo corporativo.<ul style="list-style-type: none">o FODA- Análisis comunicacional: actores, públicos, objetivos de comunicación.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 5, 6,7 y 8

UNIDAD N°: 3 Plan de Comunicación Interna**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante crea una propuesta estratégica que plantea el uso efectivo y eficiente de las diferentes herramientas de la Comunicación Interna.

Competencias: Ciudadanía y Gestión de Cultura y Clima

TEMARIO

- Los objetivos específicos de comunicación.

o Técnica Smart

- La elaboración de mensajes.

- Tipos y herramientas de comunicación organizacional.

- Habilidades para una comunicación organizacional efectiva:

o Asertividad.

o Empatía.

o Apertura.

- El plan de CI y sus etapas. Importancia de la evaluación de las iniciativas de CI.

- La CI en situaciones de crisis para retener al personal:

o Prevención

o Gestión

- Efectos de una deficiente CI.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15

VI. METODOLOGÍA

El curso aplica el modelo de clases invertidas (Flipped Classroom) que parte del conocimiento previo y las fortalezas del estudiante para desarrollar en la clase las competencias asociadas al curso.

Una vez revisados los aspectos teóricos fundamentales y bajo la orientación del profesor, los estudiantes analizan diversos problemas de CI, de preferencia asociados al cambio organizacional, y elaboran propuestas para abordarlos sirviéndose de diferentes técnicas e instrumentos que serán presentados en la segunda mitad del curso.

Los estudiantes serán finalmente capaces de diseñar y exponer una campaña de CI concebida para afrontar una situación de cambio en una organización. El marco teórico del curso será evaluado a través de tres controles de lectura.

Sobre la probidad académica:

La investigación y producción intelectual es altamente valorada por la UPC. Por ello, se considera fundamental la creación original del alumno en todo tipo de trabajo académico. En este sentido, el Reglamento de Disciplina de la UPC sanciona aquellas situaciones que atentan contra la honestidad académica: copiar un trabajo académico o cualquier tipo de evaluación, presentar el trabajo de otro alumno como si fuera propio, no incluir la debida cita al utilizar una fuente bibliográfica, falsear la información, entre otros casos.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

10% (CL1) + 15% (PA1) + 20% (TP1) + 10% (CL2) + 10% (CL3) + 15% (PA2) + 20% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
CL - CONTROL DE LECTURA	10
PA - PARTICIPACIÓN	15
TP - TRABAJO PARCIAL	20
CL - CONTROL DE LECTURA	10
CL - CONTROL DE LECTURA	10
PA - PARTICIPACIÓN	15
TF - TRABAJO FINAL	20

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 4	Evaluación individual Lecturas Unidad 1	NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 7	Evaluación individual del aporte del estudiante a la clase, de la semana 1 a la 7	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8	Entrega del Trabajo Aplicativo Parcial (evaluación grupal) y exposición (evaluación individual)	NO
CL	CONTROL DE LECTURA	2	Semana 11	Evaluación individual Lecturas Unidad 2	NO
CL	CONTROL DE LECTURA	3	Semana 14	Evaluación individual Lecturas Unidad 3	NO
PA	PARTICIPACIÓN	2	Semana 15	Evaluación individual del aporte del estudiante a la clase, de la semana 9 a la 15.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Entrega del Trabajo Aplicativo final en la semana 15 (evaluación grupal) y exposición (evaluación	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Centro De Información Catálogo en línea:
<http://bit.ly/2FDyfa2>.

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

COSTA, Joan, (2012) El DirCom hoy : dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. Barcelona : CPC.

(658.45 COST/H 2012)

RUIZ BALZA, AlejandroCoppola, Gustavo G. (2011) Gestión de riesgo comunicacional : issues management. Buenos Aires : La Crujía.

(658.45 RUIZ)

VILAFANE, Justo (2013) La buena empresa. Propuesta para una teoría de la reputación corporativa.. 1. Madrid.

VILLAFANE, Justo (2006) Quiero trabajar aquí : las seis claves de la reputación interna. Madrid : Pearson Prentice-Hall.

(658.409 VILL)