



UNIVERSIDAD DE ANTOFAGASTA
 FACULTAD DE INGENIERIA
 DEPARTAMENTO DE INGENIERIA COMERCIAL
 CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL EN NEGOCIOS
 MINEROS

PROGRAMA DE ASIGNATURA

ANTECEDENTES GENERALES

1.1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA	COMUNICACIÓN ESTRATEGICA
1.2. CÓDIGO DE LA ASIGNATURA	
1.2. CARRERA	INGENIERÍA COMERCIAL EN NEGOCIOS
1.3.	MINEROS
1.4. CURSO/SEMESTRE/NIVEL	SEXTO SEMESTRE
1.5. COORDINADOR RESPONSABLE	LUIS MENDEZ RIVERA
1.6. EQUIPO DOCENTE	HECTOR ANDRADE CALDERÓN
1.7. ÁREA DE LA ASIGNATURA	GESTION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES –
1.8. RÉGIMEN DE ESTUDIO	FORMACION PROFESIONAL
1.9. CARACTERÍSTICAS DE HRS	SEMESTRAL
1.10. ASIGNATURAS PREVIAS	4 HORAS
1.11. REQUISITO PARA	
1.12. FECHA DE INICIO	12 de agosto 2024
1.14. FECHA DE TÉRMINO	18 de diciembre 2024

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura de formación profesional que desarrollará una visión amplia del fenómeno de la comunicación estratégica y cómo ésta es fundamental para la gestión de las organizaciones y su relacionamiento con un entorno en permanente cambio, conformado por distintos actores y elementos dinámicos que generan y articulan demandas de manera activa, requiriendo resultados inmediatos de las organizaciones.

En dicho contexto la gestión del proceso de comunicación requiere de la aplicación de metodologías y herramientas que permitan satisfacer las demandas de los distintos actores sociales relevantes.

En consecuencia, una comunicación de valor es un factor crítico de éxito tanto en organizaciones pública como privadas, con y sin fines de lucro.

OBJETIVOS

1. OBJETIVOS GENERALES

- 1.1. Desarrollar una visión del fenómeno de la comunicación estratégica y cómo ésta es fundamental para la gestión de las organizaciones y el relacionamiento de su producto en el largo plazo con un entorno altamente cambiante.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender la comunicación estratégica como herramienta para la gestión organizacional y su aporte de valor al relacionamiento sustentable con el entorno en que se desarrollan.
2. Adquirir las herramientas para diseñar un plan estratégico de comunicaciones.
3. Analizar estratégicamente escenarios altamente complejos y dinámicos y proponer mensajes comunicacionales que permitan posicionar la imagen de marca de una organización.

UNIDADES DE APRENDIZAJE

TEMA 1. INTRODUCCION A LAS COMUNICACIONES, CONCEPTOS BÁSICOS.

- 1.1. Definición, elementos y precisiones.
- 1.2. Actos lingüísticos básicos: Ejemplo de cómo comunicarse.
- 1.3. Concepto de Comunicación Estratégica
- 1.4. Comunicación integrada.
- 1.5. Branding e Identidad Corporativa.

TEMA 2. LAS COMUNICACIONES EN LA ORGANIZACIÓN:

- 2.1. Comunicación interna y comunicación externa.
- 2.2. Comunicación según tipos de mercados o clientes.
- 2.3 Marketing 6.0
- 2.4. Entorno social, económico, político, cultural y de redes sociales.
- 2.5. La sustentabilidad social y ambiental.
- 2.6. Principios de transparencia y accountability.

TEMA 3. GESTIÓN ESTRATEGICA Y COMUNICACIÓN:

- 3.1 Elementos de gestión estratégica: misión, visión, resultados, estrategias y tácticas organizacionales, los que dan sustento a la gestión comunicacional.
- 3.2. Riesgos comunicacionales, issues y crisis

- 3.3 definición de indicadores (KPI's)
- 3.4. Elaboración de un plan de comunicación.

METODOLOGÍA

1. ESTRATEGIAS DEL APRENDIZAJE

El programa se realiza a través de clases expositivas, talleres aplicados en clases y trabajos en grupo

Pruebas de medición y aplicación de conocimientos.

Se destaca que los talleres en clases y el trabajo de investigación son importantes por lo que tienen un alto valor en el curso. Estos casos son aprendizaje colaborativo al igual que las evaluaciones de catedra. Los casos en grupos como aprendizaje autónomo.

2. TECNOLOGÍA, AUXILIARES DIDÁCTICOS Y EQUIPOS AUDIOVISUALES

Manejo de programas MS Office

PPT para las presentaciones

EXIGENCIAS DE LA ASIGNATURA

La asignatura será aprobada con nota mínima de 4.0. en escala de 1.0 a 7.0 (art 34 y 35) y, asistencia a clases 75% (art 29) de 128 horas debe asistir mínimo 96 horas. Artículos del Reglamento del estudiante de pregrado de la Universidad de Antofagasta.

EVALUACIÓN

- 1ra. PRUEBA DE CATEDRA, PONDERACIÓN DE UN 20%, lunes 09 de septiembre.
- TRABAJO DE INVESTIGACIÓN APLICADA, PONDERACIÓN TOTAL DE 35%, EVALUADO EN DOS PARTES: INFORME:60%; EXPOSICIÓN: 30%. Entrega informe lunes 28 de octubre.
- 2da. PRUEBA DE CATEDRA, PONDERACION DE UN 35%, miércoles 27 de noviembre
- ANALISIS DE CASOS EN CLASES QUE, EN CONJUNTO, EQUIVALEN A UN 10% DE LA NOTA FINAL.

BIBLIOGRAFÍA BASICA

- Material de elaboración propia del profesor Héctor Andrade Calderón, Ingeniero Comercial, MBA.
- Guía Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Gobierno de Chile, Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.
- Manual de Comunicación en las Organizaciones – 1ra. Ed. – Capital Federal: Rey Lennon Ediciones 2020
- La importancia de la comunicación estratégica, Antomio Cambria, 2016.
- Comunicación Estratégica: Estratégica Un puente significativo para la creación de valor empresarial Francisco J. Garrido Académico de la Real Academia de Doctores fj.garrido@hbscls.org .
- Marketing 6.0: El futuro es inmersivo, Edit. LIED. 2023. P. Kotler

• BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Material de elaboración propia del profesor Héctor Andrade Calderón, Ingeniero Comercial, MBA.
- La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, Sandra Orjuela Córdoba sandraorjuelacordoba@gmail.com Universidad Monteávila (Venezuela). 2011
- Comunicación estratégica: origen y evolución del concepto. Enrique Silvela Díaz-Criado.
- El estado del arte en la Comunicación Estratégica Rafael Alberto Pérez(*) Universidad Complutense de Madrid – España. estrategia@rafaelalbertoperez.com
- [+30 Libros de Comunicación ¡Gratis! \[PDF\] | InfoLibros.org](#)
- Rafael Echeverría “Ontología del Lenguaje”. Edit. del Noroeste, 2003.
- Scheinsohn, Daniel (2009). Comunicación Estratégica: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_serial&pid=1853-3523&lng=es&nrm=iso;
- Dirección de Marketing, Philip Kotler, Kevin Lane Kell, decimoquinta edición, edit. Pearson