



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	ICFP 14
1.2. CARRERA	INGENIERÍA COMERCIAL EN NEGOCIOS
1.3.	MINEROS
1.4. CURSO/SEMESTRE/NIVEL	
1.5. COORDINADOR RESPONSABLE	
1.6. EQUIPO DOCENTE	
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	
1.14. FECHA DE TÉRMINO	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura de formación profesional que desarrollar 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 dos tintos 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.

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. Entorno social, económico, político, cultural y de redes sociales.
- 2.4. La sustentabilidad social y ambiental.
- 2.5. 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)ç
- 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 cátedra. 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 CÁTEDRA, PONDERACIÓN DE UN 25%. FECHA: xxxxx
- TRABAJO DE INVESTIGACIÓN APLICADA, PONDERACIÓN TOTAL DE 30%, EVALUADO EN DOS PARTES: INFORME:60%; EXPOSICIÓN: 25%. FECHA: xxxx
- 2da. PRUEBA DE CÁTEDRA, PONDERACION DE UN 50%. FECHA: xxxx
- .

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Guía Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Gobierno de Chile, Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

- Lennon, Federico – Bartoli Piñero, Javier
Manual de Comunicación en las Organizaciones - 1a ed. – Capital Federal: Rey
Lennon Ediciones, 2020.
- La importancia de la comunicación
estratégica, Antomio Cambria, 2016
- Comunicación Estratégica Un puente
significativo para la creación de valor empresarial Francisco J. Garrido
Académico de la Real Academia de Doctores fj.garrido@hbscls.org
- Material de elaboración propia del profesor Héctor Andrade Calderón, Ingeniero
Comercial, MBA.

• BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- 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
- Material de elaboración propia del profesor Héctor Andrade Calderón, Ingeniero
Comercial, MBA.