



DIPREGEPI N° 6571

Fundamentación del Proyecto Docente

Unidad Curricular: Comunicación Organizacional.

Carrera: Técnico Superior en Administración de Recursos Humanos.

Lic. Alejandro Córdoba

Esta unidad curricular se ubica en el último año de la carrera de Técnico Superior en Administración de Recursos Humanos. Tiene como correlativa anterior a Relaciones Laborales. En este contexto, se presenta como un ámbito propicio para la integración de contenidos por parte del futuro profesional.

En los últimos años, el área de Comunicación se ha convertido en uno de los espacios claves de los distintos tipos de organizaciones. Esto ha significado una mayor inversión, una capacitación más específica y un trabajo de concientización interna sobre el rol preponderante de los mensajes que circulan dentro de una corporación y de la misma hacia sus diferentes tipos de públicos.

La Comunicación Organizacional o Corporativa es uno de los pilares de la identidad de una empresa u ONG. Cuando los valores, misiones, hábitos y aspectos diferenciales de una organización no llegan a sus públicos, pierden eficacia y el esfuerzo puesto en ellos no tiene la repercusión esperada. De allí que con los estamentos gerenciales entiendan que esta área pase a tener un status similar al de Ventas, Compras o Marketing.

El desafío del crecimiento de este nuevo espacio requiere profesionales que lo aborden desde el conocimiento acabado de la dinámica de los recursos humanos de la organización hacia los que van orientados los mensajes de la comunicación interna. Un especialista en la gestión de este tipo de recurso se

presenta como una persona capacitada para encabezar acciones de elaboración y distribución de mensajes en una organización y hacia afuera de ella.

En este marco, esta Propuesta Pedagógica se propone formar profesionales del área de Recursos Humanos en la gestión de la Comunicación Corporativa, en tanto área de la organización que hoy se ha vuelto clave para la consolidación de la identidad y de la imagen organizacional, como así también de la fidelización de los públicos internos.

A través de la articulación de exposiciones teóricas del docente y la aplicación de conceptos y prácticas a distintas situaciones por parte de los estudiantes, la propuesta apunta a profundizar en cuestiones tales como los tipos de comunicación corporativa, la conformación de la identidad de una organización y la conformación de los distintos tipos de públicos. Asimismo, los ejes temáticos de la comunicación interna y externa y la comunicación en situación de crisis – un tópico de recurrente y actual preocupación en la gerencia de las organizaciones – se suman a la formación del futuro profesional del área de Recursos Humanos.

En cuanto a la práctica, el eje estará compuesto por trabajos prácticos y guías de preguntas, además de la visualización de conferencias de especialistas y análisis de casos. Aquí, el propósito es que los estudiantes aborden, desde la teoría, problemáticas y desafíos nuevos que surgen en el marco de la comunicación corporativa. En esta línea, uno de los focos de indagación y análisis será el de las nuevas tecnologías en esta área de las organizaciones.

Como un sistema cambiante cuyos engranajes deben actuar en función de contextos muy diversos, la gestión de la comunicación en la organización requiere de profesionales capaces de adaptar sus conocimientos a distintas

situaciones, y activos en la puesta en marcha de soluciones creativas. Para este objetivo, la propuesta contempla la intervención de los estudiantes en situaciones hipotéticas en las cuales deberán aplicar, a partir de una impronta propia, los conocimientos que van siendo adquiridos durante la cursada.

La intervención en situaciones hipotéticas apunta, en tanto estrategia didáctica, a formar al futuro profesional para una praxis cercana a la realidad. Así, los conocimientos teóricos y prácticos deben ser sintetizados por los estudiantes en esta estrategia que se propone en la unidad curricular.

A esta dinámica se suma la producción escrita a partir de la (re)lectura de diversos autores de la Unidad Curricular. Habida cuenta del nivel avanzado de la carrera en que se encuentran, se focalizará en la integración de conocimientos no sólo teóricos de la disciplina, sino también aquellos conceptuales y prácticos relacionados con la escritura académica.

La escritura académica, en tanto producción del estudiante y fruto de diversos recursos didácticos, apunta a que el futuro profesional pueda trascender las fronteras de la aplicación de estrategias propias de su campo de conocimiento. Además, debe ser capaz de reflexionar y expresar en forma escrita sobre los temas de su estudio y los aportes que está en condiciones de hacer.

Todo lo arriba expresado se dará en el contexto de abordajes de lecturas de autores tradicionales de la comunicación organizacional y de otros que han incorporados nuevas claves de análisis en los últimos años. La propuesta apunta a que sean, además, los estudiantes quienes indaguen y descubran nuevos aportes teóricos a la comunicación en la organización, inclusive aquellos provenientes de otros campos del conocimiento.