

PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR (Pregrado)										
I.- DATOS GENERALES										
Nombre de la Facultad: HUMANIDADES Y EDUCACIÓN										
Nombre de la Carrera o Programa: COMUNICACIÓN SOCIAL										
Mención: CONCENTRACIÓN COMUNICACIONES CORPORATIVAS										
Nombre de la Unidad Curricular (Asignatura): TRABAJO FINAL DE LA CONCENTRACIÓN COMUNICACIONES CORPORATIVAS										
Departamento y/o cátedra: INVESTIGACIÓN										
Régimen: semestral					Número de Unidades Crédito: 6					
Taxonomía: TA 9					Régimen de Evaluación:		Evaluación Continua		X	
							Evaluación Continua con Reparación			
Código de la Unidad Curricular: 00403							Evaluación Final y Reparación			
Tipo de Unidad Curricular:	Obligatoria	X	Electiva		N° horas semanales:	Teóricas		Prácticas		6
								Seminarios		
								Laboratorio		
Categoría de la Unidad Curricular:	Intra-Facultad			X	N° horas semanales de acompañamiento docente (HAD)		6	N° horas semanales de trabajo independiente (HTI)		6
	Inter-Facultad									
	Institucional									
	Escuela / Programa									
Ubicación en el plan de estudios:				Modalidad:		Presencial		X	Virtual	
Semestre B de la concentración						Semipresencial			En línea	
Prelaciones/Requisitos: Teorías Administrativas de la Organización / Gerencia de Proyectos				Unidades curriculares a las que aporta: N/A						
Responsable(s) de diseño del Programa: Departamento de Investigación										
Fecha de aprobación del Programa en el Consejo de Facultad: 13 de noviembre de 2023										

II.-JUSTIFICACIÓN

Los trabajos finales de las distintas concentraciones de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello se traducen en un trabajo teórico-práctico que desarrolla el estudiante bajo la dirección de uno o más profesores, sobre un tema o un problema de estudio, bien delimitado y factible de abordar desde las competencias adquiridas en el nivel de formación profesional del estudiante. El propósito es que el alumno, con la realización del TFC, sea capaz de explorar o describir un fenómeno o tema correspondiente a una dimensión metodológica, instrumental, técnica, práctica o temática del campo de la comunicación a través de un género discursivo de cada concentración, según la naturaleza de cada trabajo.

En ese sentido el alumno debe ser capaz de desarrollar un trabajo profesional relacionado con los conocimientos adquiridos durante los estudios realizados en la carrera de Comunicación Social.

III.-CONTRIBUCIÓN DE LAS ASIGNATURAS AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Competencia General: Aprender a aprender con calidad.

Unidad de competencia:
Realiza investigaciones

1. Realiza búsquedas de información, exhaustivas y sistemáticas, en fuentes impresas y digitales, relacionadas con temas de investigación de su interés
2. Formula interrogantes cuya resolución requiere la aplicación de los criterios metodológicos establecidos por las comunidades científicas
3. Diseña proyectos de investigación de factible ejecución
4. Recolecta datos, organiza y procesa la información cuantitativa y cualitativa requerida para demostrar el logro de los objetivos del proyecto
5. Analiza los resultados obtenidos mediante el uso de herramientas estadísticas y técnicas cualitativas y elabora conclusiones

Competencia General: Aprender a trabajar con el otro.

Unidad de competencia:
Toma decisiones efectivas para resolver problemas.

1. Identifica el problema
2. Analiza el problema
3. Plantea alternativas de solución
4. Ejecuta la opción que considera más adecuada para la solución del problema.
5. Promueve los cambios necesarios para asegurar la calidad de los resultados en el tiempo.

Competencia profesional básica: Gestiona proyectos comunicacionales	
Unidad de competencia: Diagnostica necesidades de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recolecta datos acerca de un entorno sociocultural, organizacional 2. Analiza los datos recolectados con metodologías específicas 3. Identifica necesidades comunicacionales y relacionales 4. Distingue los públicos organizacionales Entiende la necesidad de elaborar mensajes clave diferenciados.
Unidad de competencia: Formula y gestiona proyectos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnostica necesidades que pueden ser abordadas por proyectos relacionados con tópicos como clima, cultura, manejo de crisis, auditorías comunicacionales. 2. Formula proyectos de acuerdo a las necesidades del contexto 3. Gestiona las acciones del equipo para ejecutar el proyecto 4. Evalúa los resultados del proyecto 5. Comunica a otros las lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto comunicacional.
Competencia profesional específica: Gestiona planes de comunicaciones organizacionales	
Unidad de competencia: Diagnostica las necesidades comunicacionales de una organización.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recolecta datos sobre la organización y sus audiencias interna y externa. 2. Procesa información recabada con metodologías específicas de la comunicación organizacional. 3. Identifica necesidades comunicacionales en una organización. 4. Reconoce posibles detonantes de crisis en una organización.
Unidad de competencia: Formula planes de comunicación organizacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formula objetivos para un plan estratégico de comunicaciones organizacionales. 2. Determina los recursos disponibles y los necesarios para llevar a cabo el plan. 3. Diseña estrategias de comunicación interna y externa. 4. Diseña estrategias de comunicación para evitar y/o manejar una situación de conflicto. 5. Determina los medios apropiados a los mensajes y las audiencias. 6. Define criterios para evaluar el plan a lo largo de su desarrollo. 7. Evalúa el plan en sí mismo
Unidad de competencia: Implementa planes de comunicación organizacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determina criterios para la administración de recursos financieros. 2. Conformar equipos de trabajo con los recursos humanos apropiados. 3. Crea contenidos para distintos medios. 4. Proporciona orientaciones para la acción comunicativa de voceros. 5. Organiza eventos. 6. Proporciona orientaciones en materia de protocolo 7. Aplica criterios para monitorear el desarrollo de un proyecto.

IV.-UNIDADES TEMÁTICAS O CONTENIDOS	
<p>Unidad I</p> <p>Desarrollo de un proyecto desde su origen</p>	<p>Tema 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección del tema • Formulación estructurada de una propuesta • Búsqueda de fuentes referenciales • Selección de la Metodología de trabajo y ejecución del mismo • Búsqueda de antecedentes e información documental de interés • Uso correcto de la escritura y aplicación de normas referidas a citas de textos y trabajos de terceros. • Resultado del trabajo y/o fenómeno estudiado en una Memoria (según sea la naturaleza del trabajo). • Defensa del trabajo realizado individual o grupalmente
<p>Unidad II</p> <p>Trabajos según líneas de investigación</p>	<p>Tema 2: Modalidades para Comunicaciones Corporativas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de comunicación • Auditorías comunicacionales • Análisis de medios y mensajes • Análisis e investigación de eventos • Análisis del manejo comunicacional en tiempos de crisis, a partir de un caso de estudio. • Análisis de clima organizacional • Análisis de la cultura organizacional • Programas de responsabilidad social empresarial • Investigaciones documentales, descriptivas y explicativas

V.-ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	
DOCENTES	ESTUDIANTES
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición didáctica por parte del profesor/facilitador/tutor/guía, acerca de lo que es un trabajo de investigación. • Facilitación de modelos y esquemas de seguimiento de un TFC. • Interacciones grupales y por equipos para hacer seguimiento continuo del status de cada TFC por estudiante(s). • Asignación de materiales de lectura • Indicaciones precisas acerca del rigor académico del TFC en cuanto a forma y contenido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica temas y fenómenos de estudio • Lectura de documentos y materiales vinculados con las investigaciones • Elaboración de propuestas pertinentes en comunicación social en el área de comunicaciones corporativas. • Trabajo colaborativo y discusión colectiva, en el aula, laboratorio o en otras locaciones con apoyo de equipos de tecnología. • Presentación del trabajo realizado con apoyo de las tecnologías de información.

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Aprendizaje basado en problemas.• Búsqueda de información en diferentes fuentes.• Uso de normas APA | |
|---|--|

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Seguimiento semanal, de acuerdo al <i>feedback</i> que se da a los estudiantes de cómo va el avance del proyecto. Evaluación porcentual según las entregas establecidas durante el semestre.• Informe del trabajo• Exposición tipo pitch de cierre. |
|---|

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Berganza, Ma. y Ruiz, J. (2005). Investigar en comunicación, Madrid, McGraw Hill.

Capriotti, P. (2013). Imagen Corporativa. Editorial Ariel

Hurtado de Barrera J. (2008). *Cómo formular objetivos de Investigación*. Caracas: Ediciones Quirón.

Hernández, Díaz, G. (2016) *La investigación en comunicación social*. Caracas: UCAB Ediciones

Hernández, R. Fernández C. y Baptista, P. (2014) *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill, Sexta Edición.