IRAKASGAIAREN PROGRAMA

Titulación				Curso académico
103.1 F. PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN - PSICOLOGÍA				**2011/12**
Código y título de la asignatura				Temporalidad
33198 Comunicación en las Organizaciones				**Semestre 1**
Tipo	Idioma	Créditos UD	Créditos ECTS	Grupo/Idioma
OPTATIVO	**SPA**	**4,5**	**4**	**16 / Castellano**
Profesor				
Echaniz Barrondo, Aranzazu				

JUSTIFICACION

Las organizaciones son sistemas complejos en los que confluyen recursos materiales y humanos, siendo éstos últimos los más importantes. Por esta razón, la comunicación se convierte en el 'aceite' necesario para el buen funcionamiento de dichas organizaciones. Cualquier profesional que vaya a ejercer en el ámbito de una organización, y más cuanto mayor responsabilidad adquiera, necesita conocer cuáles son los mecanismos específicos de la comunicación en dicho ámbito.

PRERREQUISITOS

Ninguno

RESULTADO DE APRENDIZAJE EN TERMINOS DE COMPETENCIAS GENERICAS Y ESPECIFICAS

Al final de la asignatura el alumnado:

Habrá descubierto la importancia del capital emocional en las organizaciones
Será capaz de explicar la necesaria articulación entre organización y comunicación
Conocerá las distintas teorías sobre la comunicación en las organizaciones
Habrá desarrollado habilidades comunicativas (tanto intergrupales como interpersonales)
Tendrá una importante experiencia de trabajo en grupo

CONTENIDOS

0.Introducción
1.Hacia Un nuevo modelo de empresa y dirección
2.Comunicación en las organizaciones
2.1.Funciones de la comunicación
2.2.Tipos de comunicación
2.3.Barreras a la comunicación
2.4.Redes
2.5.Herramientas de comunicación interna
2.6.Herramientas de comunicación externa
2.7.Gabinete de comunicación
3.Comunicar con inteligencia emocional

Se espera que durante la asignatura el alumnado muestra las siguientes actitudes y valores:
Valoración de la persona
Actitud abierta, de diálogo, flexibilidad y comprensión
Diálogo
Atención y escucha

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El desarrollo de la asignatura se realizará con una metodología activa que combine la exposición de contenidos teóricos y la realización de ejerciciós prácticos, tanto dentro como fuera del aula, que faciliten el aprendizaje autónomo. Los procedimientos utilizados serán:
Exposiciones magistrales: presentación de contenidos teóricos, formulación de preguntas para la reflexión y respuesta a las dudas generadas.
Actividades. Análisis y debate de casos y ejercicios: respuesta por grupos a situaciones y preguntas formuladas por la profesora y puesta en común con el resto de los grupos.
Trabajo individual: elaboración personal, fuera del aula, de un ensayo.
Trabajo en grupo: elaboración en grupo de un trabajo, cuyo tema será acordado con la profesora. Dicho trabajo se presentará ante el resto de la clase.

De acuerdo con los 4,5 ECTS asignados, la dedicación del alumnado para el seguimiento de la asignatura y cumplimiento de los requisitos de la misma es de 112 horas que se distribuyen según los siguientes tiempos estimados:

Trabajo presencial en el aula: 45 horas
- Exposición de la profesora: 22,5 horas (20,1%)
- Actividades prácticas: 22,5 horas (20,1%)

Trabajo fuera del aula: 67 horas
- Lectura y estudio del material: 15 horas (13,4%)
- Elaboración del trabajo en grupo: 45 horas (40,2%)
- Elaboración del ensayo: 7 horas (6,2%)

SISTEMA DE EVALUACION

Se va a evaluar el logro de las competencias a través de los siguientes procedimientos:
40% Ensayo
40% Trabajo en grupo
20% Trabajos de clase

ENSAYO
Con fecha tope el día reservado para el examen, cada alumno deberá presentar un ensayo, de unas 5 páginas como máximo, con las conclusiones de la asignatura y de las presentaciones de los grupos.
TRABAJO GRUPAL
Se realizará en grupos de 3 a 6 personas.
Fecha tope entrega: Principios de diciembre.
El trabajo se expondrá delante de la clase.
[Todos estos aspectos se concretarán la primera semana de clase]
Extensión aproximada: 20 páginas
Alternativas:
-Análisis de una campaña publicitaria
-Análisis de documentación de una organización: visión, misión, folleto
-Realizar el plan de comunicación de una organización concreta (una empresa, un colegio, una universidad...)
-Diseñar una campaña publicitaria de un producto
-Cualquier otra acordada previamente con la profesora

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
El procedimiento será 100% trabajo acordado con la profesora

A continuación se detalla el sistema global de evaluación y calificación haciendo referencia a las competencias:
Adquisición de conocimientos teóricos (30%):
20% Ensayo; 5% Trabajo en grupo; 5% Trabajos de clase
Comunicación escrita (40%):
20% Ensayo; 15% Trabajo en grupo; 5% Trabajos de clase
Comunicación oral (20%):
15% Trabajo en grupo; 5% Trabajos de clase
Trabajo en grupo (10%):
5% Trabajo en grupo; 5% Trabajos de clase

DOCUMENTACION

ÁLVAREZ DE MON PAN DE SORALUCE, Santiago y otros: Paradigmas de liderazgo: claves de la dirección de personas. Madrid, etc.: McGraw-Hill.
ARROYO, Luis y YUS, Magali (2003): Los cien errores de la comunicación de las organizaciones: ideas, casos y consejos para la excelencia en las relaciones públicas. Madrid: Esic.
BARTOLI, Annie (1992): Comunicación y organización: la organización comunicante y la comunicación organizada. Barcelona, etc.: Paidós.
CERRO, Antonio del (1991): El psicólogo y la organización: Teoría y práctica de la psicología de las organizaciones. Barcelona: PPU.
COOPER, Robert K. Y SAWAF, Ayman (1996): Estrategia emocional para ejecutivos. Barcelona: Ediciones Martínez Roca.
CUADRADO ESCLAPEZ, Carmen (2000): Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios. Madrid: Fundación Confemetal.
D¿APRIX, Roger (1999): La comunicación para el cambio: cómo conectar el lugar de trabajo con las cambiantes demandas del mercado. Buenos Aires, etc: Granica.
ELIAS, Joan y MASCARAY, José (1998): Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación. Diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados. Barcelona: Gestión 2000.
ELIAS, Maurice J., TOBIAS, Steven E. y FRIEDLANDER, Brian S. (2000): Educar con inteligencia emocional. Barcelona: Plaza & Janés.
FERNÁNDEZ SOSA, Luis (1975): Comunicación. Cincinati: South-Western Publishing Co.
GOLEMAN, Daniel (1996): Inteligencia emocional. Barcelona: Editorial Kairós.
GOLEMAN, Daniel (1999): La práctica de la inteligencia emocional. Barcelona: Editorial Kairós.
GOLEMAN, Daniel, BOYATZIS, Richard E. y McKEE, Annie (2002): El líder resonante crea más. Barcelona: Plaza & Janés.
IRCOM (1994): Guía práctica de la comunicación. Barcelona: Eyrolles y Ediciones Gestión 2000.

JOHANSEN BERTOGLIO, Oscar (1975): Las comunicaciones y la conducta de la organización. Diana: México
KREPS, Gary L. (1995): La comunicación en las organizaciones. 2ª edición. Argentina, etc: Addison-Wesley Iberoamericana.
LÓPEZ LITA, Rafael (2000): Comunicación: clave del bienestar social. Madrid: Drac.
LUCAS MARÍN, Antonio (1997): La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Barcelona: Bosch
MANUEL DASÍ, Fernando de y MARTÍNEZ-VILANOVA MARTÍNEZ, Rafael (1998): Habilidades de comunicación para directivos. Madrid: Esic.
MARTÍN MARTÍN, Fernando (1995): Comunicación en empresa e instituciones: De la Consultora a la Dirección de Comunicación. Salamanca: Universidad de Salamanca.
NARANJO LLANOS, Francisco (2000): La comunicación en el ámbito sociolaboral. 2ª edición. Madrid: Ediciones GPS.
PEIRÓ, José Mª (1998): Psicología de la organización. 5ª edición, 4ª reimpresión. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
THOMSON, Kevin y RODRIGUEZ TARODO, Almudena (2000): El capital emocional: cómo cautivar los corazones y las mentes para conseguir empresas que triunfen a través del marketing y de la comunicación interna. Madrid: Esic
URCOLA TELLERÍA, Juan Luis (2000): Factores claves de dirección: orientados a la obtención de resultados. Madrid: Esic.
VV.AA (2000): Comunicación eficaz. Serie Harvard Business Review. Bilbao: Ediciones Deusto.
WEIL, Pascale (1990): La comunicación global: comunicación institucional y de gestión. Barcelona, etc.: Paidós.