



ANEP



UTU

DIRECCIÓN GENERAL
DE EDUCACIÓN
TÉCNICO PROFESIONAL



DTGA

DIRECCIÓN
TÉCNICA DE GESTIÓN
ACADÉMICA



UNIDAD CURRICULAR TALLER DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

CARRERA: TECNICATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL OPCIÓN: COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 2

Modalidad: Presencial

Carga horaria semanal: 4 horas

Créditos educativos: 6



Departamento de Diseño y Desarrollo Curricular
Programa de Educación Terciaria

1. Propósito de la unidad curricular

El Taller de Comunicación Interna y Externa contribuye al perfil de egreso de los estudiantes de Comunicación Publicitaria y Relaciones Públicas al desarrollar competencias clave para gestionar eficazmente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa. Este curso permite a los estudiantes comprender y manejar los mensajes destinados tanto a empleados como a públicos externos, garantizando coherencia, transparencia y alineación con los valores y objetivos de la organización. La integración de tecnologías emergentes y prácticas contemporáneas de comunicación permitirá a los estudiantes adaptarse a las exigencias actuales del campo, optimizando la reputación y el posicionamiento de las organizaciones.

2. Resultados de Aprendizaje

1. Desarrolla estrategias de comunicación interna, para mejorar el flujo de información y la cohesión dentro de la organización.
2. Planifica tácticas de comunicación externa, para posicionar la imagen de la organización ante públicos clave y fortalecer su reputación.
3. Colabora en la implementación de planes de comunicación interna y externa, para gestionar la relación con *stakeholders* y reforzar la coherencia comunicacional.
4. Evalúa la efectividad de las estrategias de comunicación interna y externa, para optimizar las tácticas y adaptarlas a las necesidades de la organización.

3. Saberes Estructurantes

- 1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA**
- 2. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA**
- 3. PLANES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**
- 4. EFECTIVIDAD DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

4. Desglose Analítico de los saberes estructurantes

1. Estrategias de comunicación interna

- 1.1 Diseño de flujos efectivos de información entre diferentes niveles organizacionales.
- 1.2 Canales de comunicación interna: implementación de intranets, boletines y reuniones internas.
- 1.3 Motivación y cohesión: cómo la comunicación contribuye a crear un ambiente colaborativo.
- 1.4 Cultura organizacional: integración de valores corporativos en los mensajes internos.
- 1.5 Tecnologías en la comunicación interna: uso de herramientas digitales para optimizar la interacción entre equipos.

2. Estrategias de comunicación externa

- 2.1 Relaciones públicas externas: planificación de la comunicación dirigida a stakeholders y medios de comunicación.

2.2 Herramientas de comunicación externa: uso de redes sociales, comunicados de prensa y boletines públicos.

2.3 Reputación y marca: cómo mantener una imagen coherente en distintos canales de comunicación.

2.4 Estrategias para gestionar la presencia mediática de la organización.

2.5 Responsabilidad Social Corporativa (RSC): integración de la RSC en la estrategia de comunicación externa.

3. Planes de comunicación interna y externa

3.1 Métricas de comunicación: indicadores de éxito en la comunicación interna y externa.

3.2 Análisis de impacto: evaluación del alcance y recepción de los mensajes comunicacionales.

3.3 Ajustes estratégicos basados en resultados: optimización de la comunicación a partir del análisis de métricas.

3.4 Casos de éxito: estudio de estrategias exitosas de comunicación organizacional.

4. Efectividad de estrategias de comunicación

4.1 Desarrollo de respuestas rápidas y efectivas ante situaciones crítica

4.1 Manejo de la narrativa en momentos de crisis interna o externa.

4.3 Resolución de conflictos comunicacionales: cómo manejar la comunicación en contextos críticos para minimizar el impacto.

5. Orientaciones pedagógicas

Se promoverán metodologías activas como el **Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)** y el **Análisis de Casos**, donde los estudiantes desarrollarán estrategias y planes de comunicación para escenarios internos y externos. Estas metodologías permitirán a los estudiantes aplicar sus conocimientos en contextos reales, mejorando su capacidad de respuesta ante problemas comunicacionales. Se fomentará la simulación de crisis, así como el uso de tecnologías digitales emergentes para la optimización de la comunicación organizacional.

La evaluación será formativa y estará basada en el desarrollo de proyectos comunicacionales. Se utilizarán rúbricas para evaluar la claridad, coherencia y efectividad de las propuestas, asegurando que los estudiantes puedan demostrar sus competencias a través de evidencias prácticas. Los estudiantes deberán elaborar un portafolio de evidencias que incluya análisis de casos reales y la resolución de simulaciones de crisis.

Las **rúbricas** proporcionan una herramienta clara y transparente para que tanto los estudiantes como los docentes comprendan los criterios de evaluación. Facilitan el establecimiento de expectativas desde el inicio, lo que promueve una evaluación más objetiva y equitativa. Para los estudiantes, las rúbricas ofrecen la oportunidad de autoevaluarse y reflexionar sobre su propio proceso de aprendizaje, identificando áreas de mejora y consolidando sus fortalezas. Además, las rúbricas permiten una retroalimentación continua, favoreciendo el aprendizaje autónomo y colaborativo. Se recomienda compartir las rúbricas con los estudiantes antes de cada proyecto o actividad para que estén alineados con los objetivos de la unidad curricular.

A modo de ejemplo:

Criterio	Sí (10-12)	Sí, pero... (8-9)	No, pero... (6-7)	A revisión (1-5)
Coherencia Comunicacional	Estrategia clara, alineada y coherente.	Estrategia adecuada, con algunas incoherencias.	Estrategia con problemas de coherencia.	Estrategia sin alineación.
Impacto del Mensaje	Mensaje claro y efectivo.	Mensaje adecuado, con áreas de mejora.	Mensaje confuso o poco efectivo.	Sin impacto o mal ejecutado.
Gestión de Crisis	Plan bien estructurado y efectivo.	Plan adecuado, pero con aspectos a mejorar.	Plan básico con deficiencias significativas.	Plan mal ejecutado o inexistente.
Reflexión Metacognitiva	Reflexión crítica sobre el proceso.	Reflexión adecuada, pero superficial.	Reflexión limitada o sin profundidad.	Sin reflexión crítica.

6.Bibliografía

Carretón Ballester, M. C. (2007). Las Relaciones Públicas en la Comunicación Interna de la Banca Española. España: Netbiblo.

Enrique, A. M. (2008). La planificación de la comunicación empresarial. España: Universidad de València Servicio de Publicaciones.

García Jiménez, J. (1998). La comunicación interna. España: Díaz de Santos.

Matillan Serrano, K. (2011). Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas. España: Editorial UOC, S.L.

Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la comunicación "Guía de conceptos y saberes". (2016). Colombia: EDITORIAL UTADEO.

Sorlózano González, M. J. (2023). Administración y gestión de las comunicaciones de la dirección. ADGG0108. España: Bookwire GmbH.