

Área de Competencias Comunicacionales | Programa de Comunicación Organizacional

## **CURSO-TALLER “COMUNICACIÓN DE ASUNTOS PÚBLICOS UNIVERSITARIOS”**

Semipresencial / 2015

### **1. Presentación**

Dentro del Programa de Comunicación Organizacional, diseñado en el marco de los acuerdos de trabajo y las coordinaciones desarrolladas entre el Área de Comunicación Organizacional de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) y el Instituto de Capacitación y Formación (ICF) de la Universidad de la República, se propone el curso “Comunicación de asuntos públicos universitarios”.

La comunicación de asuntos públicos incorpora las conceptualizaciones y metodologías utilizadas para describir e intervenir en las relaciones de una organización con otros actores sociales (otras organizaciones, grupos, personas, etc.) que tienen interés en las temáticas públicas y de comunicación externa que la involucran.

La apuesta a la capacitación y formación de los/as funcionarios/as en la gestión de la comunicación de asuntos públicos universitarios, aparece como una respuesta pertinente en los contextos actuales de transformación, interacción e involucramiento social de la UdelaR.

### **2. Objetivos**

- Formar a los/as funcionarios/as universitarios/as con responsabilidades y tareas de conducción, a través de espacios de capacitación que habiliten el desarrollo de competencias para la mejora y el fortalecimiento de la gestión de la comunicación de asuntos públicos en la organización universitaria.
- Brindar herramientas conceptuales, metodológicas y técnicas para contribuir a analizar, mejorar e intervenir en los procesos de comunicación de asuntos públicos universitarios.

### **3. Destinatarios**

Dirigido a funcionarios/as de la Universidad de los distintos niveles de conducción (Nivel I: Jefes, Nivel II: Directores de Departamento y Nivel III: Directores de División).

#### **4. Carga horaria / Duración**

El curso-taller tendrá una carga horaria de 30 horas teórico-prácticas, distribuidas de la siguiente forma: 15 horas de taller presencial y 15 horas de trabajo a distancia en la plataforma EVA-UdelaR / [Capacitación](#). Se integrará además trabajo monográfico final de carácter grupal.

#### **5. Modalidad / Metodología**

El curso-taller se desarrolla en modalidad semipresencial. Se propone una metodología de trabajo participativa que se verá favorecida por el uso del Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA), el involucramiento de los/as participantes y el intercambio entre los/as mismos/as.

El curso articula clases presenciales (de análisis de casos, exposición e intercambio de contenidos teórico-metodológicos y trabajo grupal) con los foros de discusión, actividades individuales y de producción grupal en los encuentros a distancia. Para ello los cursos tienen una modalidad semipresencial con utilización de la Plataforma EVA-UdelaR / [Capacitación](#).

#### **6. Programa / Contenido temático**

En el curso los/as participantes se acercarán a los conceptos, significados y alcances de la comunicación de asuntos públicos universitarios, vinculando los aspectos teórico-metodológicos con experiencias concretas en la Universidad teniendo en cuenta sus trayectorias en la organización. Asimismo dispondrán de una batería de herramientas para mejorar la comunicación de asuntos públicos e intervenir en ellos, mitigando las dificultades que implica su manejo en las organizaciones.

##### **MÓDULO 1: Asuntos Públicos.**

- Introducción al tema y análisis de los asuntos públicos.
- Asuntos públicos dentro de la Universidad de la República.

##### **MÓDULO 2: Los distintos actores y escenarios que forman parte de los asuntos públicos.**

- Actores a tener en cuenta para entender los asuntos públicos.
- Escenarios actuales y pasados que nos permiten entender el funcionamiento social.
- Temas de opinión pública, vinculación entre los contenidos abordados por los medios de comunicación y las actividades de la Universidad de la República.

##### **MÓDULO 3: Espacio público. Las organizaciones y sus comunicaciones.**

- El espacio público y la recepción de mensajes en la vida social.
- Análisis de los medios de comunicación como actores sociales y comprensión de los temas de la agenda pública. Gestión de prensa.
- Crisis y conflictos en el escenario público.

## 7. Sistema de Evaluación

Certificado de asistencia y aprobación si el participante asistió al 75% de las clases presenciales, participó de las actividades a distancia, aprobó las evaluaciones propuestas y realizó un trabajo monográfico grupal.

## 8. Docente

Docente Asistente, Lic. Jimena Brusa

## 9. Bibliografía

- DRUCKER, Peter F. (1995). Las nuevas realidades. Sudamericana, Buenos Aires.
- CROZIER, Michel (1998). El actor y el sistema. México, Alianza.
- ETKIN, Jorge (2008). La consonancia y la disonancia en el pensar, decir y hacer de la organización. En Leopold, Luis et al. Crítica de la cultura organizacional. Claves para cambiar la organización del trabajo. Montevideo, Psicolibros.
- GORE, Ernesto (1999). Organización, lenguaje y Capacitación. En:
- [www.udes.edu.ar/files/img/administracion/DTN12.pdf](http://www.udes.edu.ar/files/img/administracion/DTN12.pdf).
- KAPLÚN, Gabriel (2004). “Seis maneras de pensar la imagen organizacional”. En Aportes de Comunicación a la cultura. Nros. 10-11 UPSA, Santa Cruz de la Sierra.
- MORA Y ARAUJO, Manuel y otros (2001). La comunicación es servicio. Fundación Compromiso.
- RESTREPO, Mariluz (1995) Comunicación para la dinámica organizacional. En Revista Signo y Pensamiento N° 26, Universidad Javeriana, Bogotá.
- SCHVARSTEIN, Leonardo (2006). La inteligencia social de las organizaciones. Buenos Aires, Paidós.