

**CICLO LECTIVO 2012**

➤ **CATEDRA:** Expresión oral y escrita III

➤ **DEPARTAMENTO**

➤ **CARRERA**

Comunicación

➤ **TURNO**

Tarde

➤ **REGIMEN** (Anual o Semestral)

Semestral

➤ **SEMESTRE** (Especificar 1° o 2° semestre)

Segundo

➤ **Asignaturas correlativas previas**

Expresión oral y escrita I  
Expresión oral y escrita II

➤ **Asignaturas correlativas posteriores**

➤ **PROFESORES A CARGO**

Profesor Titular: Eduardo Javier Dominguez Rubiales  
Profesor Asociado:  
Profesor Adjunto:  
JTP:

## ➤ MARCO TEORICO

Públicos cada vez más exigentes y mercados de mayor competencia hacen indispensable el buen manejo de las relaciones con los distintos públicos de las empresas y, prácticamente, obligan a la mejora constante de las relaciones institucionales.

Hoy en día cualquier organización, cualquiera sea su origen y dependencia, necesita valerse de la comunicación corporativa, así como de tantas otras herramientas, para sobrevivir ante sus competidores.

Los contenidos de la cátedra de **Expresión oral y escrita III** generarán en el estudiante los conocimientos y aptitudes necesarios para la elaboración de textos y soportes propios del discurso institucional.

## ➤ OBJETIVOS

### **Generales**

Dotar a los alumnos de los conocimientos necesarios para la correcta confección de los recursos utilizados por la comunicación institucional para sus diversos fines.

### **Específicos**

Brindar a los estudiantes un conocimiento completo sobre el modo en que funciona el área de relaciones institucionales y cómo se administra la información relacionada a la organización que hacen circular los medios de comunicación.

Aprender a producir diferentes tipos de textos discursivos propios del ámbito institucional.

## ➤ CONTENIDOS

### **UNIDAD I: Aproximación a la comunicación institucional**

- Comunicación institucional. Definición. Objetivos.
- Funciones de la comunicación en una organización.
- Diferencias con la comunicación publicitaria y periodística.
- El mensaje institucional. El discurso de identidad: tipos.

### **UNIDAD II: Redacción Institucional I**

La relación de una organización con los medios de comunicación. Las funciones del departamento de prensa en una organización. La redacción de gacetillas institucionales: formato, contenido y pertinencia de envío. El aviso de prensa. El clipping de medios. Reporte de noticias. El dossier o brochure de prensa: preparación, contenidos y redacción. El publireportaje: características y redacción. La solicitada. El advertorial.

### **UNIDAD III:** Redacción Institucional II

La redacción para textos comerciales: folletería, carpeta institucional, papelería institucional. Redacción de material para eventos: tarjetas de invitación y salutación. Presentaciones orales efectivas: tipos de discursos, presentación multimedia.

#### ➤ **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS**

Metodología de taller. Lectura y visionado de material. Estudio de casos. Simulaciones. Redacción de textos. Elaboración de esquemas, mapas conceptuales, cuadros comparativos, sinópticos y gráficos. Trabajos grupales. Jornadas de entrenamiento.

#### ➤ **RECURSOS DIDACTICOS**

Retroproyector y pantalla.  
Utilización material institucional de organizaciones con distinto alcance territorial.  
Material multimedia. Presentaciones. Videos. Fichas interactivas.

### **BIBLIOGRAFÍA**

#### **BIBLIOGRAFIA GENERAL**

- Colombo, Daniel. **Sea su propio jefe de prensa**. Editorial Norma, 2004.
- López, Manuel. **Nuevas competencias para la prensa en el siglo XXI**. Editorial Paidós, 2002.
- Moujan, Hugo. **Cómo hacer prensa**. Editorial Longseller, 2001.
- Ribeiro, Luis. **La comunicación eficaz**. Editorial Urano, 1994.
- Amado Suárez, Adriana. **Comunicaciones Públicas**. Editorial Temas.
- Bartoli, Annie. **Comunicación y Organización**. Editorial Paidós, 1992.
- Chaves, Norberto. **La imagen corporativa**. Editorial Gustavo Gili, 2005. 212 p.
- Alonso Piñeiro, Armando. **El quinto poder: Teoría y práctica del lobbying**. Ediciones Macchi, 1992.
- Villafañe, Justo. **La gestión profesional de la imagen corporativa**. Editorial Pirámide, 1999. 322 p.
- Puchol, Luis. **Hablar en público**. Editorial Díaz de Santos, 2008.
- Elizalde, Luciano H. **Estrategias en las crisis públicas. La función de la comunicación**. La Crujía Ediciones, 2011. 173 p.
- Ferrari, María Aparecida y França, Fabio. **Relaciones Públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas**. La Crujía Ediciones, 2010. 207 p.
- Amado, Adriana. **Prensa y comunicación. Relaciones Informativas Responsables**. La Crujía Ediciones, 2011. 207 p.

#### **BIBLIOGRAFIA BASICA OBLIGATORIA POR UNIDAD O BLOQUE TEMATICO**

#### **UNIDAD I**

- Villafañe, Justo. **La gestión profesional de la imagen corporativa**. Editorial Pirámide, 1999. 322 p.
- Ribeiro, Luis. **La comunicación eficaz**. Editorial Urano, 1994.
- Chaves, Norberto. **La imagen corporativa**. Editorial Gustavo Gili, 2005. 212 p.
- Ferrari, María Aparecida y França, Fabio. **Relaciones Públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas**. La Crujía Ediciones, 2010. 207 p.
- Bartoli, Annie. **Comunicación y Organización**. Editorial Paidós, 1992.

## **UNIDAD II**

- Amado, Adriana. **Prensa y comunicación. Relaciones Informativas Responsables**. La Crujía Ediciones, 2011. 207 p.
- Elizalde, Luciano H. **Estrategias en las crisis públicas. La función de la comunicación**. La Crujía Ediciones, 2011. 173 p.
- Puchol, Luis. **Hablar en público**. Editorial Díaz de Santos, 2008.
- Alonso Piñeiro, Armando. **El quinto poder: Teoría y práctica del lobbying**. Ediciones Macchi, 1992.
- Moujan, Hugo. **Cómo hacer prensa**. Editorial Longseller, 2001.
- Amado Suárez, Adriana. **Comunicaciones Públicas**. Editorial Temas.
- Colombo, Daniel. **Sea su propio jefe de prensa**. Editorial Norma, 2004.

## **UNIDAD III**

- Amado, Adriana. **Prensa y comunicación. Relaciones Informativas Responsables**. La Crujía Ediciones, 2011. 207 p.
- Chaves, Norberto. **La imagen corporativa**. Editorial Gustavo Gili, 2005. 212 p.
- Colombo, Daniel. **Sea su propio jefe de prensa**. Editorial Norma, 2004.
- Moujan, Hugo. **Cómo hacer prensa**. Editorial Longseller, 2001.

### ➤ **CONDICIONES PARA OBTENER LA REGULARIDAD**

Asistencia mínima del 75%.  
 100% de los Trabajos Prácticos aprobados con una calificación mínima del 75 %  
 Dos parciales aprobados con una calificación mínima del 75 %

### ➤ **CONDICIONES PARA OBTENER LA PROMOCION**

Promoción Directa

100% de los Trabajos Prácticos aprobados con una calificación mínima del 75 %  
 Dos parciales aprobados con una calificación mínima del 75 %.  
 Trabajo Final Integrador aprobado con una calificación mínima del 80 %

Promoción Indirecta

En caso de que el alumno alcance la regularidad pero no la promoción directa, pasa a la condición de promoción indirecta debiendo rendir en las mesas examinadoras correspondientes, mediante un examen teórico y práctico.

### ➤ **CRONOGRAMA**

**Desarrollo de las diferentes temáticas:**

Fecha de inicio de la cátedra: viernes 3/08.

Unidad I: agosto

Unidad II: septiembre

Unidad III: octubre

Unidad IV: noviembre

**Trabajos Prácticos Formales:** Cuatro en total. Uno por cada unidad al finalizar la temática correspondiente.

**Evaluaciones parciales:**

1° Parcial: 12/10 – Recuperatorio: 19/10

2° Parcial: 16/11 – Recuperatorio: 23/11

**Examen final integrador:** 30/11 – Recuperatorio: fecha sujeta a disponibilidad de los alumnos.