PROGRAMA DE UNIDAD CURRICULAR

Nombre de Unidad Curricular:	Comunicación en las organizaciones
Fecha de Vigencia:	2026
Responsable del Curso:	Lic. Rodrigo Goenaga
Año y Semestre en el que se Imparte:	2026 – Segundo semestre (del 10/11/2026 al 19/11/2026)
Área de Conocimiento:	Relaciones Laborales – Gestión Humana
Unidad Curricular Obligatoria para las carreras de:	Certificación en Relaciones Laborales (Módulo VI)
Unidad Curricular Opcional para las Carreras de:	Educación Permanente
Créditos:	[A confirmar con la Escuela de Posgrado]

Modalidad de Curso:	Presencial
Conocimientos Previos Recomendados:	No se requieren conocimientos previos específicos. Se recomienda experiencia o interés en gestión de personas, relaciones laborales o conducción de equipos.

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN
Fortalecer competencias en comunicación efectiva, gestión del clima organizacional y liderazgo basado en la confianza y la transparencia. Se espera que, al finalizar el curso, los participantes puedan: • Comprender el papel estratégico de la comunicación interna y externa en las organizaciones. • Diseñar y aplicar estrategias de comunicación en contextos de crisis y de cambio organizacional. • Utilizar herramientas de comunicación digital y de feedback para la gestión de equipos. • Desarrollar habilidades de escucha activa y de negociación interpersonal. • Reconocer las dimensiones éticas de la comunicación, la confidencialidad y su impacto en la reputación organizacional.

CONTENIDO GENERAL DEL CURSO
Unidad 1. Comunicación interna y externa. La comunicación como herramienta de gestión. Públicos, canales y flujos de comunicación. Su vínculo con la cultura y el clima organizacional.

Unidad 2. Comunicación en situaciones de crisis y cambio. Gestión de la incertidumbre. Planificación de la comunicación en procesos de cambio. Protocolos y voceros en situaciones de crisis.

Unidad 3. Herramientas de comunicación digital y feedback. Canales digitales internos. Feedback como herramienta de desarrollo y de gestión del desempeño.

Unidad 4. Escucha activa y negociación interpersonal. Técnicas de escucha activa. Manejo de conflictos. Negociación basada en intereses.

Unidad 5. Ética, confidencialidad y reputación organizacional. Deberes de reserva y tratamiento de la información. Coherencia entre discurso y práctica. Construcción y cuidado de la reputación.

Bibliografía Básica

Capriotti, P. (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Santiago de Chile: Colección Libros de la Empresa.

Costa, J. (2009). El DirCom hoy. Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. Barcelona: Costa Punto Com.

Fisher, R., Ury, W. y Patton, B. (2011). Obtenga el sí. El arte de negociar sin ceder. Barcelona: Gestión 2000.

Kotter, J. P. (1996). Leading Change. Boston: Harvard Business School Press.

Bibliografía Complementaria

Coombs, W. T. (2019). Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (5.ª ed.). Thousand Oaks: SAGE.

Edmondson, A. C. (2019). The Fearless Organization. Hoboken: Wiley.

Scott, K. (2017). Radical Candor. Nueva York: St. Martin's Press.

Villafañe, J. (1999). La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Pirámide.

Modalidad de Enseñanza	Taller interactivo, con exposiciones dialogadas, dinámicas grupales, análisis de casos y simulaciones.
Horas Presenciales	10 horas, distribuidas en 4 encuentros de 2 horas 30 minutos (martes y jueves de 18:30 a 21:00 hs.).

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación se realizará mediante:

• Participación activa en las dinámicas y simulaciones desarrolladas en clase.

• Elaboración de un trabajo monográfico final, que aplique los contenidos del curso al análisis de una situación organizacional.