

Universidad de Costa Rica
Facultad de Ciencias Agroalimentarias
Escuela de Economía Agrícola y Agronegocios
Recinto de Tacaes
Curso: AE-2105 Comunicación en la Empresa Agrícola
Periodo: I Semestre 2012
Profesor: Héctor Ferlini Salazar
hferlini@racsa.co.cr
Número de celular del profesor: 8842 9818
Atención extra clase: a convenir con el grupo de estudiantes

Programa del Curso

Presentación

El desarrollo de la tecnología útil para la información y la comunicación, la intensidad de las relaciones humanas y económicas producto de la situación demográfica y de la agresividad de la competencia en todos los campos, así como el intercambio de ideas acerca de los cambios mundiales, confieren una presencia clara a la comunicación. La empresa agrícola, inserta en esa dinámica moderna, requiere el dominio de los conceptos y técnicas propias de la comunicación para asegurar el éxito en sus relaciones comerciales y contribuir al desarrollo de la comunidad nacional.

Objetivo general:

Aportar a la formación del estudiantado en cuanto a la estrategia y las técnicas de comunicación que se pueden aplicar para coadyuvar al éxito empresarial y el desarrollo nacional y regional.

Objetivos específicos:

- 1- Lograr la claridad del estudiantado en cuanto al concepto de comunicación y los distintos enfoques que lo construyen
- 2- Identificar las disciplinas y prácticas que comúnmente se relacionan con el campo de la comunicación
- 3- Establecer diferencias, relaciones y antagonismos entre cada una de esas disciplinas y prácticas y el concepto de comunicación
- 4- Conocer las técnicas de comunicación e información útiles para el ejercicio empresarial y el desarrollo de la comunidad y su aplicación en relación con cada grupo de interés
- 5- Desarrollar destrezas para la planificación de la comunicación en la empresa agrícola

Metodología:

Durante el curso se propiciará la participación activa del estudiantado mediante la discusión de textos conceptuales y casos concretos de experiencias comunicacionales. Con la guía docente se abordarán las nociones centrales del tema del curso, combinando exposiciones magistrales con discusión de grupos y desarrollo de prácticas concretas. Las y los estudiantes deben plasmar sus avances y conclusiones en reportes escritos, con lo

cual, se busca afirmar los conocimientos adquiridos al tiempo que se ejercita la destreza en la escritura, base de todo esfuerzo comunicativo formal.

El curso será interactivo. El objetivo profesional del docente es el dominio de la materia por parte de cada estudiante que demuestre constancia e interés con su asistencia y participación en clase. El profesor propondrá ideas generadoras que el estudiantado debe procesar en trabajos individuales y grupales, a fin de obtener conclusiones de acuerdo a los objetivos específicos enumerados, y al final del curso, alcanzar el objetivo general.

Para lograr el propósito académico, el profesor entregará cada dos semanas una ficha que enviará mediante correo electrónico a cada estudiante. Con base en ese material y en algunas lecturas de actualidad asignadas por el docente y enviadas por la misma vía, cada estudiante debe enviar al correo electrónico del profesor un ensayo de una cuartilla. Al final del semestre, cada estudiante debe haber completado 5 o 6 ensayos, según la instrucción del profesor. El tema será libre pero para escribirlo la estudiante o el estudiante debe basarse tanto en la ficha entregada como en la lectura de actualidad. No se admitirá el plagio, cuando este se detecte, se asignará un 0 en el trabajo respectivo.

Los ensayos permiten al docente percibir el grado de avance en el manejo de conceptos claves y ajustar el curso según lo estime necesario mediante énfasis, repasos o asignaciones especiales.

Cada 5 semanas, el estudiantado organizado desde el primer día de clases en grupos de aproximadamente 5 personas, debe presentar un avance de su trabajo grupal final.

Cada clase será útil para aclarar dudas, exponer temas nuevos por parte del docente, avanzar en el trabajo de grupos y realizar exposiciones programadas previamente.

El docente valorará el avance de cada grupo en las exposiciones parciales, teniendo como perspectiva un proyecto entregado en la segunda semana. De considerarlo necesario, el docente puede asignar nuevas lecturas o proponer guías didácticas que permitan afianzar y mejorar el trabajo. Si el grupo lo estima necesario, en el proceso puede proponer al docente modificaciones a su proyecto, las cuales serán valoradas como muestras de avance del grupo o bien como indicadores de aspectos a clarificar según sea el caso. Las propuestas de cambios o ajustes en los proyectos, en ningún caso tendrán reflejo en las calificaciones de las personas que forman parte del grupo; se considerarán simplemente como parte del proceso pedagógico.

Adicionalmente, en el transcurso del semestre se realizarán 3 exámenes que permitirán al docente detectar debilidades y fortalezas en el proceso individual y del conjunto del grupo. Se avisará con una semana de anticipación la fecha de ese examen.

Al finalizar el semestre, cada grupo habrá concluido su propuesta de planificación, la habrá expuesto al grupo y habrá sacado sus conclusiones en cuanto a la relación entre el concepto de comunicación de cada integrante y el proceso de planificación. El último ensayo debe versar sobre las conclusiones personales.

El temario que sigue, podrá ser modificado por el docente en cuanto a su orden de tratamiento, según las condiciones de avance del grupo.

Contenido y cronograma:

Ejes temáticos	Semana
Conocer/aprobar programa y tomar acuerdos acerca de operatividad del curso	1
Conformación de grupos de trabajo	1
La sociedad como anhelo o como cárcel	2
Los distintos enfoques de la comunicación ¿Qué es comunicación? Elementos claves derivados o relacionados con esta experiencia de vida	2
Codificación y construcción de valores ¿Por qué es importante la comunicación para una empresa?	3
El papel de la comunicación en la organización Particularidades de la comunicación en la empresa agrícola	4
Primer examen Primera presentación de grupos	5
Públicos que participan en la comunicación de una empresa agrícola Características principales de estos públicos Vínculo entre esos públicos y la empresa agrícola	6
¿Es recíproco el interés por comunicarse entre la empresa y sus públicos? Objetivos de comunicación para la empresa agrícola en su calidad de gestora del proceso de comunicación	6
Definición de objetivos de comunicación	7
Análisis y planificación de mensajes para planificar la comunicación	8
Instrumentos o herramientas para la comunicación	9
Técnicas de cada una de esas herramientas	9
Instrumentos más útiles para la comunicación de la empresa agrícola	9
Segundo examen Segunda presentación de grupos	10
Planificación versus inmediatismo	11
Formas de comunicación directa Características de los recursos de comunicación directa con el público meta (Seminarios, foros, mesas redondas...)	12
Manual para la organización de estos recursos	13
Exposición de experiencias de producción (presentación final de grupos)	14
Tercer examen	15

Evaluación:

1. Tres exámenes	35%
2. Ensayos individuales	25%
3. Dos exposiciones grupales parciales (se evalúa participación individual)	10%
4. Trabajo final grupal (se evalúa participación individual)	30%

Criterios didácticos y formales a tener presentes:

1. La presencia en la clase así como la participación en esta se consideran elementos claves por la metodología a utilizar.
2. Como ya se indicó, el plagio se considera inaceptable.
3. En la presentación de los ensayos, las tres primeras líneas de la página deben dedicarse a colocar, en espacio sencillo, los siguientes datos: nombre completo, carné y dirección de correo-e, nombre del curso y cualquier otro dato relativo a este, fecha y número de ensayo.
4. No se recibirán ensayos una vez finalizada la semana correspondiente.
5. Los ensayos deben entregarse en la semana indicada, independientemente de si en esa semana no se imparten lecciones.
6. Los ensayos deben enviarse al correo-e del docente quien confirmará recibido.
7. Los avances del trabajo grupal y el trabajo final deben enviarse también por correo-e.
8. El docente hará señalamientos formales a los trabajos cuando lo estime necesario.
9. Se considera obligatorio el cuidado en los aspectos de redacción y ortografía. Si una persona reconoce que tiene debilidades importantes en esos campos, debe comunicarlo al docente.

Referencias bibliográficas:

Acosta, D. (1981) **Planificar la Comunicación; conceptos, herramientas, desafíos, contribuciones Nº 6**. UCR. San José, Costa Rica.

Bolaños, Bolívar. (1997) **Comunicación escrita**. EUNED. San José, Costa Rica.

Ferlini, Héctor. (2011) **Los distintos enfoques de la comunicación / Codificación y construcción de valores / El papel de la comunicación en la organización / Definición de objetivos de comunicación / Análisis y planificación de mensajes / Planificación versus inmediatismo**. 6 Fichas temáticas. Digital. San José, Costa Rica.

Gandolfo, Juan. (2007) **Los seis pasos del Planeamiento Estratégico**. Aguilar. Buenos Aires, Argentina

Massoni, S. (2007). **Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido**. Rosario, Argentina. Homo Sapiens.

Muller Delgado, Marta Virginia. (1999) **Técnicas de comunicación oral**. EUCR. San José, Costa Rica.

Villareal, Ana (1997) **Principios de comunicación rural**. EUNED. San José, Costa Rica.

Wilcox, Dennis y otros. (2001) **Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas**. Addison Wesley. Sexta Edición. España.