

Procesos 4. Comunicación, Cultura y Clima Organizacional

2014/2015

Código: 43169

Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313788 Gestió dels recursos humans en les organitzacions	OB	0	2

Contacto

Nombre: Susana Pallarés Parejo

Correo electrónico: Susana.Pallares@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: espanyol (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente externo a la UAB

David Menoyo Vilalta

Purificación Pinilla Velenciano

Prerequisitos

No existen prerequisites

Objetivos y contextualización

El módulo ofrece una introducción detallada a tres temas de gran relevancia en la vida de las organizaciones como lo son la comunicación, la cultura y el clima. Se trata de una introducción que contempla tanto los aspectos conceptuales como los de carácter aplicado

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

- Argumentar la relevancia de la comunicación, el clima y la cultura como fenómenos transversales a todos los aspectos de la vida de una organización.
- Identificar las dimensiones, componentes, tipologías y niveles de análisis cruciales para una comunicación efectiva.
- Construir explicaciones sobre problemas y oportunidades de una organización, a partir de una visión integradora que tome en cuenta la especificidad y las conexiones entre clima, cultura y comunicación.
- Diseñar métodos para el estudio, evaluación y diagnóstico de aspectos culturales, de comunicación y de clima en las organizaciones.

Competencias

- Aplicar principis i marcs de tall psicosocial en l'anàlisi d'aspectes propis de contextos organitzacionals.
- Comunicar propostes, informes i resultats de forma efectiva a diferents tipus d'interlocutor.
- Detectar aspectes individuals i/o grupals que incideixen en els membres de l'organització.

- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Valorar les particularitats dels diferents contextos i les seves implicacions en la funció de RRHH.

Resultados de aprendizaje

1. Identificar amb claredat problemàtiques organitzacionals susceptibles de ser abordades en termes de cultura, clima o comunicació.
2. Identificar deficiències i necessitats en els processos de comunicació entre grups.
3. Identificar les peculiaritats que caracteritzen una organització donada en termes de cultura organitzativa.
4. Presentar a diferents audiències resultats d'estudis que analitzen el clima o la cultura d'una organització.
5. Valorar les condicions de viabilitat de la implementació de processos de canvi cultural.

Contenido

1. Comunicación, cultura y clima: tres lentes para mirar la organización
 - 1.1. El rol de consultor de RRHH: interno vs. Externo
 - 1.2. Fases en el proceso de consultoría
2. Comunicación y organizaciones
 - 2.1. ¿Qué es la comunicación?
 - 2.2. Elementos de la Comunicación
 - 2.3. La empatía, conectar con los demás
 - 2.4. Feedback e Influencia
 - 2.5. Las aristas de la Comunicación Organizacional
 - 2.5.1. TIC's en la Comunicación Organizacional
 - 2.6. El papel de la Comunicación en un proceso de Cambio en la organización
3. Cultura Organizacional
 - 3.1. Introducción:
 - 3.1.1. ¿Cultura y Empresa?
 - 3.1.2. Conceptos y definición de Cultura Corporativa
 - 3.2. Componentes Cultura Corporativa
 - 3.2.1. Visión
 - 3.2.2. Misión - Proposición de Valor
 - 3.2.3. Valores
 - 3.2.4. Ejemplos Corporaciones

3.3. Gestión de la cultura corporativa

3.3.1. La Gestión de la Cultura corporativa como un recurso estratégico para la organización

3.3.2. Gestión de la Cultura y Gestión del Cambio

3.3.3. Cambio vs. Transición

3.3.4. Curvas del Cambio

3.3.5. Ejemplos de procesos de transformación

4. Clima

4.1. Introducción

4.2. Conceptos y definición

4.3. Componentes principales

4.4. Estudios de clima y retorno como herramienta estratégica de RRHH

4.5. Fases de un estudio

4.2. Clima y Motivación

4.2.1. Relación Motivación - Clima

4.2.2. Motivación Inercial

4.2.3. Motivación Extrínseca

4.2.4. Motivación Intrínseca

4.2.5. Mapa Motivacional

4.2.6. Estrategias para la Motivación

5. Aspectos metodológicos: diagnóstico e intervención

5.1. Marco pragmático

5.2. Métodos y técnicas

5.3. Diseño e implementación

5.4. Gestión de las expectativas y comunicación

5.5. Próximos pasos y planes de acción resultantes

5.6. Análisis de 'stakeholders' y su gestión

Metodología

Clases magistrales/expositivas. La introducción a cada gran apartado del bloque temático y la presentación de los contenidos teórico-conceptuales se realizará mediante exposiciones por parte de los docentes responsables del módulo.

Análisis de situaciones. La organización del módulo contempla alternar la parte expositiva con el acceso a materiales como relatos, extractos de entrevistas para que los estudiantes, orientados por los docentes,

realicen un trabajo de operativización e identificación de los elementos teórico-conceptuales como base para su posterior análisis y evaluación.

Elaboración de trabajos. Se prevé solicitar a los estudiantes, un trabajo en grupo que consiste en realizar un diagnóstico a partir de la asignación de un caso elaborado por el grupo de docentes responsables del módulo. Consiste en realizar un análisis de la información recogida en algún proceso de diagnóstico para plantear una serie de resultados, conclusiones, recomendaciones y un plan de intervención.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clase Magistral	15	0,6	1
Micro-análisis de situaciones	15	0,6	2, 3
Tipo: Supervisadas			
Realización de actividades en grupo	40	1,6	2, 3, 5
Tutorías actividades	20	0,8	2, 3, 5
Tipo: Autónomas			
Búsqueda, selección y revisión de bibliografía	19	0,76	
Interpretación y plan de intervención	40	1,6	3, 4, 5

Evaluación

Evidencia 1. Asistencia y participación activa en clase.

Esta evidencia tendrá un peso de 10% en la nota final del módulo. A partir de una hoja de registro los docentes responsables del módulo valorarán en cada sesión la calidad de la participación de los estudiantes en una escala de 0 a 4 (0 = no asiste o su presencia es prácticamente nula; 1 = atiende de forma esporádica e irregular; 2 = atiende de forma regular pero no aporta nada en las actividades planteadas; 3 = atiende de forma regular y hace aportaciones en las actividades planteadas; 4 = atiende con regularidad, aporta en las actividades y plantea preguntas o comentarios que favorecen la comprensión del tema.

Evidencia 2. Elaboración y entrega del plan de diagnóstico.

Esta evidencia tiene un peso de 50% en la nota final del módulo. Se trata de la elaboración grupal de un plan de diagnóstico a partir de la asignación de un caso. El caso presentará situaciones problemáticas u oportunidades que necesariamente han de ser abordadas en términos de comunicación organizacional, cultura y clima. Cada grupo tendrá que analizar la información contextual y específica de cada caso, para determinar qué tipo de acciones necesita llevar a cabo con tal de comprender con precisión la problemática planteada y emitir un juicio en forma de diagnóstico. El trabajo requerirá la definición de todos los elementos formales de un plan de diagnóstico (justificación, objetivos, método, participantes, planning, recursos, etc. El plan de diagnóstico tiene como finalidad favorecer la integración de los contenidos correspondientes a los bloques 2, 3, 4 requiriendo además la aplicación y toma de decisiones en función de lo expuesto en el bloque 5. El feedback sobre la entrega se realizará en el aula virtual.

Evidencia 3. Presentación de un plan de intervención.

Esta evidencia tiene un peso de 40% en la nota final del módulo. Consiste en la elaboración en grupos de un plan de intervención que dé respuesta a los resultados del proceso de diagnóstico organizacional. Cada grupo

de estudiantes presentará un resumen ejecutivo por escrito y hará una presentación oral a alguno de los docentes del módulo, que asumirá el rol de cliente durante la misma. Como en el caso del plan de diagnóstico, la Evidencia 3 tiene como finalidad favorecer la integración de contenidos, enfatizando los aspectos relativos a la aplicación. El docente que asuma el rol de cliente dará feedback inmediato e in situ a cada grupo de estudiantes.

La Evidencia 1 no requerirá actividades específicas para su entrega y/o valoración. En el caso de la Evidencia 3, la presentación oral se programará dentro del horario de clases del módulo.

Los estudiantes que obtengan de nota final del módulo entre 4.00 y 4.99, por la falta de entrega de alguna evidencia por una situación justificada (enfermedad...) podrá entregar una evidencia alternativa que proponga el equipo docente del módulo.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Evidencia 1. Asistencia y participación activa en clase.	10%	0	0	1, 2, 3, 4, 5
Evidencia 2. Elaboración y entrega del plan de diagnóstico.	50%	0	0	1, 2, 3
Evidencia 3. Presentación de un plan de intervención.	40%	1	0,04	4, 5

Bibliografía

Alvesson, M. (2002). Understanding organizational culture. London. Thousand Oaks, Calif: SAGE.

Alvesson, M. (2008). Changing organizational culture: cultural change work in progress. New York: Routledge.

Ashkanasy, N. M., Wilderom, C., y Peterson, M. F. (Eds.). (2000). Handbook of organizational culture & climate . Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.

Becker, Brian E.; Huselid, Mark A. y Ulrich, Dave (2001). The HR Scorecard. Harvard Business Review Press.

Block, Peter (2000-2nd.edition) Flawless Consulting: a guide to getting your expertise used. Jossey-Bass Pfeiffer.

Block, Peter and 30 Flawless Consultants (2001). Flawless Consulting Fieldbook & Companion. Jossey-Bass Pfeiffer.

Bridges, William (2009 Third Edition) Managing Transitions: Making the Most of Change. Nicholas Brealey Publishing.

Buchanan, D. A., y Bryman, A. (Eds.). (2011). The Sage handbook of organizational research methods. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.

Cameron, K. S. (2011). Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework (Third edition.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Cartwright, S., Cooper, C. L., y Earley, P. C. (Eds.). (2001). The international handbook of organizational culture and climate. Chichester. New York: Wiley.

Harris, T. E., y Nelson, M. D. (Eds.). (2008). Applied organizational communication: theory and practice in a global environment (3rd ed.). New York: L. Erlbaum Associates.

Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, D. D., y Sanders, G. (1990). Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases. Administrative Science Quarterly, 35(2), 286. doi:10.2307/2393392

Itzin, C., y Newman, J. (Eds.). (1995). Gender, culture and organizational change: putting theory into practice. London. New York:Routledge.

Keyton, J. (2005). Communication & organizational culture: a key to understanding work experiences. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.

Neergaard, H., y Ulhøi, J. P. (Eds.). (2007). Handbook of qualitative research methods in entrepreneurship. Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar.

Pink, D.H. (2010). La sorprendente verdad de que nos motiva. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Pheysey, D. C. (1993). Organizational cultures types and transformations. London; New York: Routledge. Retrieved from <http://www.myilibrary.com?id=33247>

Schabracq, M. (2007). Changing organizational culture: the change agent's guidebook. Chichester, England. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Ltd.

Schein, Edgar H. (1988) Process Consultation. Addison Wesley OD series.

Schein, E. H. (2010). Organizational culture and leadership (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.