

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	COMUNICACIÓN EMPRESARIAL				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. EN RELACIONES INDUSTRIALES				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2020	SEMESTRE:	PRIMERO	CLAVE DE LA MATERIA:	29443
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	AGOSTO-DICIEMBRE	
HORAS SEMANA T/P:	2/3		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	En línea		NATURALEZA DE LA MATERIA:	TEORICO-PRÁCTICA	
ELABORADO POR:	Ma. De Lourdes Chiquito Díaz de León/Patricia Janet Padilla Ornelas.				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	JULIO DE 2021	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico-práctico que orienta al estudiante a la identificación y análisis de la importancia de la comunicación para incrementar la productividad de las organizaciones y apoyar su desarrollo sostenible. En su función como intermediario entre la fuerza de trabajo y los puestos directivos, es pertinente que el Licenciado en Relaciones Industriales aproveche conocimientos sobre rasgos esenciales de la comunicación en las organizaciones, niveles y mecanismos para mejorar la vida laboral y la resolución de conflictos individuales y colectivos. Se relaciona con las materias consecuentes de Formación y proyección de capital humano y Capacitación y competencias laborales. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de aplicar estrategias de comunicación que contribuyan a la cohesión interna de las organizaciones para un mayor crecimiento institucional y de capital humano, con calidad, responsabilidad social y disposición al trabajo en equipo.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: HABILIDADES DE COMUNICACIÓN EN EL ENTORNO SOCIAL Y PROFESIONAL (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Introducir a los estudiantes en el conocimiento de las habilidades comunicativas esenciales para el desenvolvimiento social y el ejercicio de su profesión.	1.1 El papel de la comunicación en el desarrollo de la sociedad y sus distintos ámbitos. 1.2 Definiciones de comunicación y de habilidades comunicativas. 1.3 Conocimientos, actitudes y valores para las habilidades comunicativas. 1.4 Elementos básicos del proceso de la comunicación en el desarrollo de habilidades comunicativas. 1.5 Integración de las habilidades comunicativas en el profesionista de Comunicación.	1, 2, 3, 4, 5.
UNIDAD TEMÁTICA II: DESARROLLO DE HABILIDADES COMUNICATIVAS (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumno adquirirá herramientas teóricas y prácticas relacionadas con la habilidad para dirigirse a públicos diversos a través del lenguaje oral y escrito.	2.1 El uso del habla en distintos escenarios. 2.2 Herramientas de la comunicación verbal y no verbal. 2.3 Tipos de exposiciones, disertaciones y discursos. 2.4 Disposición al diálogo y a la retroalimentación. 2.5 Necesidad del habla asertiva y escucha activa 2.6 Importancia de la escritura en el proceso comunicativo. 2.7 Tipos de escritura: personal, académica, profesional.	1, 3, 5 y 6.
UNIDAD TEMÁTICA III: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumno conocerá los principales conceptos que conforman la comunicación empresarial y la importancia que tienen para el desarrollo de su actividad profesional.	3.1 Definición y alcances 3.2 Niveles de la comunicación organizacional. Verticalidad y horizontalidad de la comunicación. 3.3 Relación entre comunicación y productividad. 3.4 Cultura organizacional. 3.5 Clima organizacional.	7, 8, 9,10,11 y 16.
UNIDAD TEMÁTICA IV: COMUNICACIÓN INTERNA (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno identificará los	4.1 Medios para la comunicación interna en las	12, 13, 14, 15, 16, 18 y 20.



principales medios de comunicación al interno y externo de una organización, así como su elaboración e impacto en la empresa.	<p>organizaciones.</p> <p>4.1.2 Medios impresos (comunicados)</p> <p>4.1.3 Medios audiovisuales (recursos tecnológicos)</p> <p>4.2 La entrevista</p> <p>4.3 El plan de comunicación interna</p> <p>4.5 Medios de Comunicación Externa.</p> <p>4.6 Comunicación Empresarial 2.0</p>	
---	--	--

UNIDAD TEMÁTICA V: MEDIA TRAINING Y FORMACIÓN DE PORTAVOCES (15 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno conocerá los fundamentos básicos del Media Training como herramienta estratégica de gestión.	<p>5.1 Media training para directivo</p> <p>5.2 Importancia del vocero en el ámbito empresarial (alta dirección y mandos medios)</p> <p>5.3 Tipología y características del portavoz</p> <p>5.4 Imagen personal, social y pública.</p> <p>5.5 Media training y situación de crisis</p>	20, 21

**METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE**

Al ser una materia teórico-práctica, es importante señalar que todas las sesiones serán presenciales y es imprescindible la participación de los estudiantes. En un primer momento el profesor expondrá los contenidos del programa y solicitará la intervención de los estudiantes para resolver casos y realizar ejercicios individuales. Es importante señalar que el curso requiere su desarrollo como un taller, por lo que se necesita una actitud favorable para poner en práctica las cuatro competencias básicas en el ámbito de la comunicación (saber leer, saber escribir, saber escuchar y saber hablar). Se pretende fomentar el trabajo colaborativo, se estimulará la participación de los estudiantes mediante la lectura, la discusión, el análisis y el intercambio de reflexiones.

**RECURSOS DIDÁCTICOS**

- a) Pantallas inteligentes
- b) Computadoras y otros dispositivos
- c) Presentaciones
- d) Videos
- e) Material de lectura Documentos
- f) Lecturas

**EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

Primer examen parcial 20%  
 Segundo examen parcial 20%  
 Participaciones y lectura 20%  
 Trabajo Final 40%

**FUENTES DE CONSULTA**

**BÁSICAS:**

1. Dobkin, Bethami A. y Roger C. Pace (2007). Comunicación en un mundo cambiante. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, México.



2. Fernández Collado, Carlos (2001). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. Ed. McGraw Hill, Segunda Edición, México.
3. Ferrer, Eulalio (2003). Información y comunicación. Editorial Tezontle, Tercera reimpresión, México.
4. McEntee, Eileen (2004). Comunicación oral. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición, México.
5. Montoya, José (2011). Teoría y Práctica de las Competencias Básicas. Editorial: Graó, Barcelona.
6. Blanco, G. M. D. C., & Lobato, G. F. (2009). Comunicación empresarial y atención al cliente. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
7. Capritotti, Paul (1999): Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel.
8. CORREAL, M. (2008). "El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa". Revista Escuela de Administración de negocios., EAN.
9. Díez Frejeiro, Sara. (2006) Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa. Ideaspropias Editorial.
10. Paola Rojas Lobo. La comunicación interna: una herramienta para generar pertenencia y aumentar la productividad en las organizaciones. Universidad Estatal Costa Rica, 2011.
11. Galindo Rubio, Fernando. (2004) Comunicación Audiovisual Corporativa. Universidad Pontificia de Salamanca.
12. Gestión comunicacional basada en la cultura organizacional e identidad corporativa de la UNA. Revista de Ciencias Sociales Vol. 12 (2), 2006, edited by de Jiménez, Graciela Perozo, Red Universidad del Zulia, 2006. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/univeraguascalientesssp/detail.action?docID=3209056>.
13. Marín Calahorra, Francisco (2005) Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales, crisis, emergencias y negociación. Editorial Fragua.
14. Mínguez Arranz, Norberto (1999): "La Comunicación Interna al Servicio de la Cultura Corporativa". En Nuevos Conceptos de Comunicación. Eds. Juan Benavides y Elena Fernández. Madrid: Fundación General de la UCM-Ayuntamiento de Madrid. Pp. 522-529.
15. Molina Cañabate, Juan Pedro (2011) Introducción a la comunicación institucional a través de Internet. Grupo 5 Editorial
16. Ocampo, V. M. C. (2014). Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones (2a ed.). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
17. Pérez, R. A. (2001) Estrategias de Comunicación, Ariel Comunicación, Barcelona.

#### COMPLEMENTARIAS:

- Robbins, Stephen P. Comportamiento Organizacional, Prentice Hall, México, 2004.
- Davis, W. A systems model of organizational climate, Harvard University Press. 1968.
- James L. y A. Jones, Organizational Climate: a review of Theory and Research. Harvard University Press, 1974.
- Avoca Comunicación e Imagen. Comunicación Corporativa: Al otro lado de la información. Argensola, Madrid 2004