



## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>MATERIA:</b>	<b>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>			
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES			
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	COMUNICACIÓN			
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN			
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>		<b>SEMESTRE:</b>	6TO	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	ENERO - JUNIO 2022	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	2T / 2P	<b>CRÉDITOS:</b>		
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	AMBIENTES COMBINADOS	<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	OBLIGATORIA	
<b>ELABORADO POR:</b>	<b>ELABORÓ: MDI Eduardo Enrique Macias González</b>			
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	Enero 2022	

## DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso pretende que las y los alumnos entiendan los conceptos fundamentales y aplicación de la comunicación organizacional en las empresas, dependencias públicas y organizaciones civiles. Al final el alumno plasmará los conocimientos en un proyecto final de diagnóstico y propuesta de una empresa, organización civil o dependencia pública sobre la situación de comunicación organizacional.

## OBJETIVO GENERAL

Las y los alumnos identificarán y aplicaran los elementos de la comunicación organizacional y cómo su aplicación abona al desarrollo integral y competitivo de la organizaciones.

## CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Redes y flujos de comunicación organizacional		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Las y los alumnos conocerán y clasificarán la tipología de redes de comunicación e información y su importancia en el desarrollo organizacional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planteamiento organizacional (Visión, misión, valores)</li> <li>2. Redes y flujos de comunicación</li> <li>3. Comunicación descendente.               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1.- Definición.</li> <li>3.2.- Tipos y necesidades.</li> </ol> </li> <li>4. Comunicación ascendente.               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1.- Definición.</li> <li>4.2.- Tipos y necesidades</li> <li>4.3.- Normas y prácticas</li> </ol> </li> <li>5. Comunicación horizontal, informal y rumor               <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1.- Comunicación horizontal, tipos, prácticas y barreras.</li> <li>5.2.- Comunicación informal: definición, características, precisión y manejo</li> <li>5.3.- El rumor, definición, manejo y control.</li> </ol> </li> <li>6.- Comunicación, motivación y productividad.               <ol style="list-style-type: none"> <li>6.1.- Comunicación, la motivación y la productividad como proceso dentro de la organización.</li> </ol> </li> </ol>	Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1988). Comunicación organizacional práctica. México: Trillas.

UNIDAD TEMÁTICA II: Medios de comunicación organizacional.		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que el grupo conozca los medios, sus características y la idoneidad de su uso acorde al objetivo a cumplir para el desarrollo organizacional. Además de desarrollar habilidades comunicativas en el trabajo, abonando a un desarrollo organizacional integral.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medios y canales.</li> <li>2. Tipologías de la comunicación en las organizaciones.</li> <li>3. Medios de comunicación: descripción y usos.</li> <li>4. Las nuevas tecnológicas.</li> <li>5. La comunicación interpersonal en las organizacional.</li> <li>6. Habilidades comunicativas en el trabajo.</li> </ol>	Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones.



<b>UNIDAD TEMÁTICA III: Cultura Organizacional.</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
El estudiante distinguirá las técnicas de intervención adecuadas para grupos e intergrupos, a través de la resolución de ejercicios para la elaboración de una propuesta en una organización real	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición.</li> <li>2. Elementos que integran la cultura</li> <li>3. Fases de la integración e implementación de las cultura.</li> <li>4. 4 modelos básicos de la cultura organizacional (función, tarea, poder y las personas)</li> <li>5. La comunicación planeada desde una cultura organizacional.</li> <li>6. Importancia de la comunicación grupal en la cultura.</li> <li>7. Administración de los recursos simbólicos y comunicación</li> </ol>	<p>Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones.</p> <p>Sheen, Rosario. (2017). La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial. Universidad de Lima.</p> <p>GOLDHABER, Gerald M.; BALAGUER, JOSÉ. Comunicación organizacional. 2018.</p> <p>RITTER, Michael. <i>Cultura organizacional</i>. La cruja, 2008.</p>

<b>UNIDAD TEMÁTICA IV: Dinámica de grupos y comunicación organizacional</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
Distinguir y desarrollar los factores culturales dentro de la organización que crean imagen, cultura, comportamiento y clima organizacional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relaciones humanas</li> <li>2. Definición de grupos</li> <li>3. Tipos de grupos organizacionales</li> <li>4. Desarrollo de grupo</li> <li>5. Composición y tamaño de grupo</li> <li>6. Cohesión y estructura del grupo.</li> <li>7. Metas y tareas.</li> <li>8. Comunicación en crisis.</li> </ol>	<p>Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones.</p>



## UNIDAD TEMÁTICA V: Plan de Comunicación Organizacional

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Que los alumnos identifiquen los elementos básicos de un plan de comunicación organizacional y los apliquen un plan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición de plan de comunicación.</li> <li>2. Auditoría de la organización.</li> <li>3. Planeación y definición de objetivos</li> <li>4. Planeación estratégica del plan (Mensajes, medios y actores)</li> <li>5. Ejecución del plan.</li> <li>6. Evaluación del plan.</li> </ol>	LIBAERT, T. Plan de comunicación organizacional: cómo definir la estrategia de comunicación. 2010.

## METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El profesor expondrá conceptos básicos, los cuales serán complementados por lecturas que deje el profesor. Dichas exposiciones serán apoyadas con estudios de caso. Mismos que se aglutinarán en un Plan de Comunicación Organizacional al final del semestre con una organización ya consolidada o en vías de iniciar operaciones.

## RECURSOS DIDÁCTICOS

- Presentaciones
- Videos
- Lecturas de bibliografía básica
- Estudios de casos
- Ejercicios y dinámicas de intervención
- Charlas TED
- Estudios de caso
- Artículos Redalyc.

## EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Se realizará un mini examen al concluir cada unidad (en total 5), y las prácticas y ejercicios individuales y en equipo, se mostrarán como evidencia paralela de sus respectivas unidades.

### - Primer parcial - 25%

- Examen teórico 20%
- Lecturas, participación y tareas - 5%



- Segundo parcial - 25%
  - Primer avance del plan 19%
  - Autoevaluación y evaluación de pares 1%
  - Lecturas, participación y tareas- 5%
  
- Tercer parcial - 50%
  - Plan de comunicación organizacional 24%
  - Autoevaluación y evaluación de pares 1%
  - Exposición final 20%
  - Lecturas, participación y tareas- 5%

### FUENTES DE CONSULTA

---

#### **BÁSICAS:**

- Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones.
- Sheen, Rosario. (2017). La cultura organizacional y su impacto en la gestión empresarial. Universidad de Lima.
- GOLDHABER, Gerald M.; BALAGUER, JOSÉ. Comunicación organizacional. 2018.
- RITTER, Michael. *Cultura organizacional*. La crujía, 2008.
- Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1988). *Comunicación organizacional práctica*. México: Trillas.
- LIBAERT, T. *Plan de comunicación organizacional: cómo definir la estrategia de comunicación*. 2010.

#### **COMPLEMENTARIAS:**

Gordillo M. A. (2008). *Desarrollo y aprendizaje organizacional*. México: Trillas