



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DE LA MATERIA:		COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA			
CENTRO ACADÉMICO:		CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES			
DEPARTAMENTO:		COMUNICACIÓN			
CARRERA:		LIC. EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESTRATÉGICA			
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	2	CLAVE DE MATERIA:	27869
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	ENERO - JUNIO	
HORAS SEMANA T/P:	6		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL		FECHA DE REVISIÓN:	ENERO 2024	
ELABORADO POR:	MARÍA DE LOURDES CHIQUITO DIAZ DE LEON				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MATERIA

Curso teórico práctico que introduce al estudiante al análisis y la reflexión sobre la importancia de la comunicación interna como instrumento para elevar la productividad de las organizaciones y contribuir al logro de sus objetivos centrales, al tiempo que impacta positivamente en el desarrollo personal de sus integrantes. La asignatura provee de los conocimientos y habilidades necesarias para planificar, instrumentar y evaluar la estrategia de comunicación interna, combinando de manera eficiente la interacción y la comunicación interpersonal directas con las tecnológicamente mediadas, entre los diferentes niveles de la estructura organizativa, haciendo uso de los medios, canales y herramientas tecnológicamente más actualizados. Se relaciona en forma directa y en paralelo con Generación de contenidos y narrativas transmedia y con las consecuentes Comunicación Corporativa externa, Producción digital de medios corporativos, Relaciones públicas y networking corporativo, Comunicación de crisis e issues management y Dirección estratégica de la comunicación. 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 diseñar la estrategia general de comunicación de una organización con sus públicos o stakeholders internos, a través del conocimiento del capital social organizacional interno y de las metas y la filosofía corporativas mediante instrumentos especializados; así como de operacionalizarla en forma efectiva a través de la comprensión y dominio en el manejo de los medios, canales y herramientas más apropiados y actuales, con calidad, transparencia, liderazgo, creatividad y pensamiento estratégico.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En primera instancia el alumnado conocerá lo fundamentos de la comunicación corporativa; con énfasis en el estudio de la comunicación interna sus particularidades y características.	1.1 Definición y conceptos 1.2 Características de la Comunicación Interna 1.3 Público Interno 1.4 Flujos de Comunicación Interna (intradepartamental – interdepartamental) Canales de comunicación 1.5 Limitaciones, distorsiones y problemas de la CI) 1.6 Retos de la comunicación interna	Referencias Bibliográficas: 1, 2 , 4 , 5, 7, 8, 9, 10
UNIDAD TEMÁTICA II: COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA ORGANIZACIONAL		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad se destacará la importancia de la comunicación interna como activo intangible en la conformación de la cultura organizacional y se visualizará la relevancia comunicativa del público interno.	2.1 Comunicación Interna y Cultura Organizacional 2. 2 Cultura, talento y marca empleadora. 2.3 Comunicación Interna y manejo de crisis 2.4 El concepto del rumor en el ámbito empresarial y el concepto de liderazgo 2.5 Roles cambiables en las nuevas organizaciones 2.6 Escuchar a la organización 2.7 Retóricas del siglo XXI y construcción del discurso interno 2.8 Estudio de casos	Referencias Bibliográficas 1, 3, 4,5 y 6
UNIDAD TEMÁTICA III: PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
En esta unidad el alumnado conocerá los elementos que integran el plan de comunicación interna para su posterior aplicación en el entorno empresarial.	3.1 Plan de comunicación interna 3.2 Objetivos de la Comunicación Interna 3.3 Mapeo de públicos y segmentación (público interno - stakeholders) 3.4 Clientes internos y agenda interna (focos- temas que deben priorizarse) 3.5 Mensajes Clave 3.6 Ecosistema de medios. 3.7 Calendarización y presupuesto. 3.8 Evaluación	3, 4, y 5
UNIDAD TEMÁTICA IV: FASES EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Se pretende desarrollar un plan estratégico de comunicación interna en alguna empresa de la localidad.	4.1 Fases en el proceso de elaboración del plan de comunicación interna 4.2 Diagnóstico previo Auditoría de la cultura corporativa Auditoría de identidad corporativa Auditoría de comunicación interna 4.3 Ejes de indagación (temas clave, canales o medios, agentes y habilidades- competencias y responsabilidades- retorno y magnitud) indicadores y canales de escucha.	1, 7, 8



	<p>4.4 Instrumentos para recabar información.</p> <p>4.5 Plan estratégico (Definición de objetivos, identificación de públicos, Articulación de mensajes, Elección de las técnicas y los medios, Definición de indicadores)</p>	
--	---	--

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Esta materia se desarrollará a partir de una metodología de enseñanza – aprendizaje sustentada en el estudio de caso, se proporcionará al estudiante una serie de materiales en los que se representan situaciones problemáticas simuladas con la vida real, de tal suerte que los estudiantes analicen, reflexionen, apliquen los conocimientos y puedan tomar decisiones y propongan soluciones comunicativas.

Asimismo se implementará una metodología de aprendizaje colaborativo y cooperativo para construir un aprendizaje significativo. El profesor expondrá la mayoría de los temas y los alumnos a la par tendrán varias lecturas de apoyo para poder integrar una participación funcional.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Pantallas
Computadora
Material bibliográfico
Internet
Material didáctico
Biblioteca Virtual

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primer examen parcial: 20%
Segundo examen Parcial: 20%
Lecturas y prácticas: 30%
Proyecto final: 30%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS: (Referencias)

1. **Guía fundamental de la comunicación Interna**, Joan Cuenca. Editorial UOC. 2018
2. **Comunicación Interna**. Almenara Aloy,Jaume; Romeo Delgado Mariana. 2014
3. **Gestión de la Comunicación Interna en las organizaciones: casos de empresa**.Del pozo Lite Marisa.Ediciones EUNSA 2015
4. **Comunicación Interna sin fronteras: tendencias y casos en América Latina**. Daniel Aguirre. RIL Editores. 2017.
5. **Comunicación Interna total** Cuenca Joan – Verazzi, Laura.Editorial UOC 2020
6. **Comunicación Interna**. Federico Gan and Jaume Triginé. Ediciones Díaz de Santos. 2006
7. **La Comunicación Interna**. García Jiménez Jesús.
8. **Comunicación Interna sin fronteras: tendencias y casos en América Latina**. Aguirre Daniel. RIL Editores 2017
9. **Manual de comunicación**.Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en la empresa y organizaciones.
10. **Investigación en comunicación organizacional**. Sayago, Leonardo. El Cid Editor. 2009



11. **Comunicación Corporativa: Claves y escenarios.** *Túñez López, Miguel; Costa- Sánchez, Carmen Editorial UOC 2014.*
12. **Comunicación Corporativa un derecho y un deber.** *Rodríguez Rowe, M. Verónica RIL editores 2008*