



## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>MATERIA:</b>	<b>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	Ciencias Sociales y Humanidades				
<b>DEPTO. ACADÉMICO:</b>	Comunicación				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	Lic. en Comunicación e Información				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2019	<b>Semestre:</b>	6º.	<b>Clave de la materia:</b>	27579
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	Comunicación Organizacional		<b>Periodo en que se imparte:</b>	Enero - Junio 2024	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	2T / 2P		<b>Créditos:</b>	6	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	Presencial		<b>Naturaleza de la Materia:</b>	Obligatoria	
<b>ELABORADO POR:</b>	Juan Carlos de la Torre González				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	Comunicación Organizacional		<b>Fecha de Actualización:</b>	Enero 2024	

## DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso pretende que los alumnos(as) comprendan los conceptos fundamentales y la aplicación de la comunicación organizacional en las empresas, dependencias públicas y organizaciones civiles. Al final del curso, los y las estudiantes plasmarán 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

Los alumnos(as) identificarán y aplicarán los elementos de la comunicación organizacional y cómo su aplicación abona al desarrollo integral y competitivo de las organizaciones.

## CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Redes y flujos de Comunicación Organizacional.		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Los alumnos(as) 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 inter grupos, 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 la cultura.</li> <li>4. Cuatro 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 (as) 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. Auditoria 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.
- Invitados especialistas.
- Videos.
- Lecturas de bibliografía básica.
- Estudios de casos.
- Ejercicios y dinámicas de intervención.
- Charlas en video, internet, invitados, etc.
- 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 cruja, 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  
Conferencias en línea DIRCOM...

Diseño del plan estratégico para que una empresa de consultoría ofrezca el servicio de outsourcing con enfoque a la gestión de recursos humanos. Pedroza Sustaita, Luis Armando (Universidad Autónoma de Ags. UAA, 25/07/2014)