



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| | | | | | |
|--|--|------------------|-----------------------------------|-----------------------------|-------|
| MATERIA: | COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL | | | | |
| CENTRO ACADÉMICO: | CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES | | | | |
| DEPTO. ACADÉMICO: | COMUNICACIÓN | | | | |
| PROGRAMA EDUCATIVO: | LIC. EN DISEÑO GRÁFICO | | | | |
| AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS: | 2020 | SEMESTRE: | 7º | CLAVE DE LA MATERIA: | 29022 |
| ÁREA ACADÉMICA: | COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL | | PERIODO EN QUE SE IMPARTE: | AGOSTO-DICIEMBRE | |
| HORAS SEMANA T/P: | 4T / 0P | | CRÉDITOS: | 8 | |
| MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE: | PRESENCIAL | | NATURALEZA DE LA MATERIA: | OBLIGATORIA | |
| ELABORADO POR: | DRA. PATRICIA JANET PADILLA ORNELAS. Actualizado por: MTRO. EDUARDO ENRIQUE MACIAS GONZÁLEZ | | | | |
| REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE: | COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL | | FECHA DE ACTUALIZACIÓN: | ENERO 2025 | |

DESCRIPCIÓN GENERAL

Materia teórica que permite a las y los alumnos identificar los fundamentos de la comunicación organizacional, muestra al estudiante los diversos procesos comunicativos que se desarrollan al interno y externo de las empresas, las entidades públicas y los organismos del tercer sector. Destaca la relevancia del diseño como herramienta estratégica de gestión en términos de identidad organizacional, imagen corporativa, notoriedad y reputación mediática. 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. Le antecede la asignatura de Diseño de Sistema de Identidad de Marca, y precede a la de Diseño Estratégico.

OBJETIVO GENERAL

Al final del curso las y los estudiantes analizarán estrategias y productos de comunicación corporativa que les permitan a las organizaciones mantener un vínculo efectivo con sus distintos públicos, promoviendo su desarrollo competitivo con responsabilidad social, calidad, innovación y trabajo colaborativo multi e interdisciplinario.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

| UNIDAD TEMÁTICA I: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (15 Hrs) | | |
|---|--|--|
| OBJETIVOS PARTICULARES | CONTENIDOS | FUENTES DE CONSULTA |
| Las y los alumnos conocerán los fundamentos de la comunicación organizacional para entender los flujos de comunicación al interno y externo de una empresa. | <p>1. Principios básicos y proceso de la comunicación en las organizaciones.</p> <p>1.1 ¿Qué es la comunicación organizacional?</p> <p>1.2 Fundamentos de la comunicación organizacional</p> <p>1.3 Tipos de fundamentos de comunicación organizacional</p> <p>1.3.1 Según el canal que se use</p> <p>1.3.2 Segundo el grado de interacción</p> <p>1.3.3 Según el número de personas que participen</p> <p>1.3.4 Según el contexto donde tiene lugar la comunicación</p> <p>1.3.5 Según el contexto donde se desarrolla</p> <p>1.4 Tipos de comunicación organizacional: Interna y externa</p> <p>1.5 Flujos de comunicación interna</p> <p>1.5.1 Principios básicos de la comunicación interna y externa</p> <p>1.6 Conocimiento y mapeo de públicos</p> <p>1.6.1 Segmentación de audiencias</p> | <p>Torres Alonso, María Del Carmen. Algunos Apuntes Sobre Comunicación Organizacional: Fundamentos, teorías y conceptos de la Comunicación organizacional. EAE Editorial Academia Española. 2022.</p> <p>Salazar, Manuel Rodríguez. Comunicación organizacional efectiva: para el bienestar de todos los involucrados. 2016</p> <p>Martínez de Velasco, A., & Nosnik, A. (1988). Comunicación organizacional práctica. México: Trillas.</p> |
| UNIDAD TEMÁTICA II: FILOSOFÍA CORPORATIVA (10 Hrs) | | |
| OBJETIVOS PARTICULARES | CONTENIDOS | FUENTES DE CONSULTA |
| Las y los alumnos serán capaces de identificar el proceso de formación de la filosofía Corporativa, destacando la función comunicativa integral y su importancia. | <p>2.1 ¿Qué es la filosofía corporativa?</p> <p>2.2 Definición y construcción de la filosofía organizacional</p> <p>2.2.1 Misión</p> <p>2.2.3 Visión</p> <p>2.2.4 Valores</p> <p>2.2.5 Cultura organizacional</p> <p>2.3 El organigrama</p> <p>2.4 Políticas corporativas</p> | <p>ALLES, Martha. Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por Competencias. Argentina. Ediciones Granica S.A. 2018.</p> <p>Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas.</p> |

| UNIDAD TEMÁTICA III: LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO CORPORATIVO (15 Hrs) | | |
|---|--|--|
| OBJETIVOS PARTICULARES | CONTENIDOS | FUENTES DE CONSULTA |
| Las y los estudiantes identificarán la importancia del discurso corporativo, su propósito y los tipos de discurso que una organización puede construir. | 3.1 ¿Qué es el discurso corporativo? 3.2 Importancia y propósito del discurso corporativo: Mensaje clave, discurso clave, construcción del discurso corporativo. 3.3 Acciones y funciones del discurso corporativo: 3.3.1 Imagen de la organización, imagen corporativa. 3.3.2 Relaciones públicas 3.3.3 Pedagógica, Veeduría, animación 3.4 Acciones asociadas con la función administrativa 3.5 Productos comunicacionales: impresos, audiovisuales, Intranet, actos protocolarios. 3.6 Comunicación persuasiva 3.7 Negociación 3.8 Lobbying y cabildeo 3.9 Reputación corporativa. | MARTÍNEZ SOLÍS, María Cristina. Visión discursiva del lenguaje, visión dialógica del discurso. La argumentación en la enunciación. 2013 Álvarez, Jesús Timoteo. Manejo de la comunicación organizacional. Ediciones Díaz de Santos. 2018. |

| UNIDAD TEMÁTICA IV: MEDIOS, CANALES, HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN (12 Hrs) | | |
|---|--|---|
| OBJETIVOS PARTICULARES | CONTENIDOS | FUENTES DE CONSULTA |
| Al finalizar la unidad las y los alumnos conocerán los medios, canales, herramientas y plataformas de comunicación. | 4.1 Contenidos y mensajes multiplataforma 4.1.1 ¿Qué son? 4.1.2 Contenido crossmedia y transmedia 4.1.3 Storytelling 4.2 Aplicaciones multiplataforma (Facebook, Instagram Business, LinkedIn) 4.3 Canales digitales: Email, SMS, redes sociales, landing pages 4.4 Publicidad multiplataforma 4.5 Diseño centrado en el usuario 4.6 Diseño sostenible | Larrea, Juan José. Comunicación Organizacional en Crisis: COVID-19. DIRCOM. 2021 Ifandy, Ayub. Impacto del cambio tecnológico organizacional en el clima de comunicación. Ediciones Nuestro Conocimiento. 2021 Lamarre, G. (2019). <i>Storytelling como estrategia de comunicación: Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores</i> . Gustavo Gili. |

| UNIDAD TEMÁTICA V: TENDENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (INTANGIBLES Y GLOBALIDAD) (18 Hrs) | | |
|---|---|---|
| OBJETIVOS PARTICULARES | CONTENIDOS | FUENTES DE CONSULTA |
| Las y los alumnos conocerán las tendencias de la comunicación organizacional considerando aspectos intangibles que permiten la construcción de estructuras organizacionales globales. | <ol style="list-style-type: none"> Comunicación interna: El empleado y su experiencia. <ul style="list-style-type: none"> El ambiente de trabajo La gestión del conocimiento organizacional NOM 035 Comunicación Mobile-First Comunicación visual (fusión de physical y digital) | <p>ARÁMBULA FLÓREZ, Iván. Ingeniería Organizacional. Políticas – Estrategias – Normas – Procesos – Procedimientos – Métodos. Colombia. Panamericana Formas e Impresos S.A. 2016.</p> <p>ARES PARRA, Antonio, et al. Estrategias de Liderazgo y Desarrollo de Personas en las Organizaciones. 2020. Ediciones Pirámide. España.</p> <p>BARKER, Joel. Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI. 7ª ed. Colombia. Pearson. 2021.</p> <p>BATEMAN, Thomas S. Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. 8ª ed. México. McGraw-Hill. 2019.</p> |

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Para desarrollar el programa teórico de la asignatura, el profesor expondrá los diferentes temas con la ayuda y el soporte de presentaciones audiovisuales, que servirán para ilustrar las ideas fundamentales y motivar al alumnado en el proceso de aprendizaje. Las exposiciones por parte del maestro se combinarán con el desarrollo en el aula de actividades prácticas tales como experiencias prácticas de la aproximación a la realidad profesional. Las actividades programadas en la asignatura se desarrollarán recurriendo a metodologías básicas como: análisis de casos de estudio, aprendizaje y resolución de supuestos basados en problemas concretos, métodos de realización de proyectos con un tema específico. Estos procedimientos se concretarán en otros recursos más operativos y en otros entornos como lecturas de libros, manuales y revistas científicas, así como dinámicas de aportaciones al aprendizaje cooperativo y redacción de trabajos individuales.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Presentaciones
- Invitados especialistas
- Videos
- Lecturas de bibliografía básica
- Estudios de casos
- Ejercicios y dinámicas de intervención
- Charlas TED, BBV, YOUTUBE
- Estudios de caso
- Artículos científicos.



EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

| | |
|-------------------------|-------------|
| Primer parcial: | 30% |
| • Exámen teórico | 50% |
| • Trabajo en clase | 25% |
| • Tareas | 25% |
| | |
| Segundo parcial: | 30% |
| • Exámen práctico | 50% |
| • Trabajo en clase | 25% |
| • Tareas | 25% |
| | |
| Tercer parcial: | 40% |
| • Trabajo Final | 60% |
| • Trabajo en clase | 20% |
| • Participación | 20% |
| | |
| Total | 100% |

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

- ALLES, Martha. Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por Competencias. Argentina. Ediciones Granica S.A. 2018.
- ARÁMBULA FLÓREZ, Iván. Ingeniería Organizacional. Políticas – Estrategias – Normas – Procesos – Procedimientos – Métodos. Colombia. Panamericana Formas e Impresos S.A. 2016.
- ARES PARRA, Antonio, et al. Estrategias de Liderazgo y Desarrollo de Personas en las Organizaciones. 2020. Ediciones Pirámide. España.
- BARKER, Joel. Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI. 7ª ed. Colombia. Pearson. 2021.
- BATEMAN, Thomas S. Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. 8ª ed. México. McGraw-Hill. 2019.
- 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.
- LAMARRE, G. (2019). *Storytelling como estrategia de comunicación: Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores*. Gustavo Gili.
- LIBAERT, T. *Plan de comunicación organizacional: cómo definir la estrategia de comunicación*. 2010.
- ZAPATA DOMÍNGUEZ, Álvaro. *Análisis y Diseño Organizacional de la estructura funcional*. Colombia. Comité Editorial Universidad del Valle. 2018.

COMPLEMENTARIAS:

Gordillo M. A. (2008). *Desarrollo y aprendizaje organizacional*. México: Trillas Conferencias en línea TEDx, BBV...