

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	PERIODISMO CORPORATIVO				
CENTRO ACADÉMICO:	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPTO. ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESTRATÉGICA				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	2º		27871
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PÚBLICA		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	ENERO - JUNIO 2026	
HORAS SEMANA T/P:	2T / 3P		CRÉDITOS:	7	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL		NATURALEZA DE LA MATERIA:	OBLIGATORIA	
ELABORADO POR:	MTRO. DAVID NAVA LIMÓN				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PÚBLICA		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2026	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico-práctico en el que se abordarán los fundamentos de la práctica del periodismo desde las organizaciones. La materia contempla la diferenciación entre el periodismo mediático y el corporativo, así como la habilitación en la producción de materiales utilizando los géneros periodísticos informativos, de opinión, interpretativos e híbridos y los formatos que corresponden a generación informativa de las organizaciones hacia el exterior.

Se revisarán también las características y finalidades de la producción informativa generada para los medios internos, distinguiéndolos de los medios externos. Mediante estos conocimientos, el estudiantado estará capacitado para producir los mensajes periodísticos necesarios para informar a los públicos internos y externos sobre los acontecimientos relacionados con la organización en la que se inserte.

OBJETIVO GENERAL

Al término de la asignatura, las y los estudiantes producirán mensajes periodísticos en los diferentes géneros y formatos del periodismo corporativo, sabrán diferenciar y orientar adecuadamente los materiales informativos de acuerdo con los medios (internos o externos) que correspondan, con veracidad, transparencia, honestidad y visión para identificar el entorno mediático de la esfera pública.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Conceptos básicos de comunicación y procesos de Información (21 hrs. aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El estudiantado conocerá los conceptos básicos de esta actividad profesional con base en la cual se generan contenidos noticiosos sujetos de ser difundidos por diversos canales y medios de comunicación dentro de una corporación.	- Concepto de comunicación. - Comunicación en las empresas. - Interna y Externa - Periodismo y géneros periodísticos. - Identificación de temas o contenido noticioso. ¿Qué es noticia? - Estructura básica de una nota informativa. - Informaciones que forman una noticia. - Identificación y manejo de fuentes internas. - Estructura organizacional, propietarios de temas e informaciones noticiables, datos, cifras y estadísticas. - Procesos de validación de noticias. - Comité editorial. - Jefe de información. - Redactor corporativo.	B- 1 B- 2 B- 6

UNIDAD TEMÁTICA II:		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El estudiantado reconocerá los diversos tipos de organizaciones en sus diferentes ámbitos y giros económicos e identificará los distintos procesos para generar un periodismo corporativo.	- Tipos de organizaciones. - Privadas. - Públicas. - Autónomas. - No gubernamentales. - Giro de las organizaciones. - Corazón Ideológico de las organizaciones. - Visión organizacional. - Misión Organizacional. - Valores institucionales. - Políticas corporativas y certificaciones. - Establecimiento de públicos internos y externos.	B - 7

UNIDAD TEMÁTICA III: Gestión periodística privada y de comunicación social (21 hrs. aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Las y los estudiantes se aproximarán a la estructura básica y funcionamiento de la unidad de comunicación social donde se genera la práctica periodística corporativa.	1. Cómo funciona un área de Com. Social y un dpto. de com. interna dentro de una empresa. 1.1 Estructura de los distintos departamentos 1.2 Perfil de puestos 2. Planes estratégicos de Comunicación 3. Plan y presupuesto de difusión institucional. 4. Agenda de cobertura. 5. Inventario de recursos de comunicación. 6. Proceso de producción de noticias corporativas y su respectiva relevancia.	B-8

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso se desarrollará con el formato de clase-taller cuya característica principal es la investigación y la realización de proyectos por parte de las y los alumnos, sumando la aplicación en el trabajo práctico de los contenidos que sean expuestos en clase tanto por los profesores como por los alumnos según se requiera. Por su naturaleza integradora, el curso-taller se orientará hacia la investigación, a contactar empresas que acepten mostrar a los alumnos sus procesos y forma de trabajo con respecto a su gestión de periodismo corporativo. Cada proyecto, de acuerdo a su temática y naturaleza, será asignado a la asesoría del profesor, además de contar con sesiones de asesoría para apoyar a los y las alumnas desde su área de especialización durante el último parcial.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Lluvia de ideas
- Presentaciones varias
- Exposiciones varias
- Invitados especiales
- Lecturas de bibliografía básica
- Estudios de casos
- Exámenes escritos

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Se realizará un examen teórico al concluir la 1ra y la 2da unidad, y las tareas, prácticas y ejercicios individuales y en equipo, se mostrarán como evidencia paralela de sus respectivas unidades.

- Primer parcial - 30%

- Lecturas, prácticas y tareas
- Examen Teórico

- Segundo parcial - 30%

- Lecturas, prácticas y tareas
- Examen Teórico

- Tercer parcial - 40%

- Asesorías por equipos
- Exposición final
- Entrega de trabajo impreso

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.
- Rudolph F. Verderber. *Comunícate*. 1999. International Thomson Editores.

COMPLEMENTARIAS:

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

Conferencias en línea TEDx, BBV.

Stephen P. Robbins. *Comportamiento Organizacional*. (2004). Pearson Prentice Hall.

Jaime Bonache y Ángel Cabrera. *Dirección Estratégica de Personas*. (2002). Pearson Prentice Hall.