

## 1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	Comunicación Corporativa
Carrera:	Licenciatura en Administración
Clave de la asignatura:	LAC-1004
(Créditos) SATCA <sup>1</sup>	2-2-4

## 2.- PRESENTACIÓN

### **Caracterización de la asignatura.**

La comunicación en las organizaciones consiste en transmitir y recibir información dentro de su contexto, conformado por comunicaciones internas y externas.

La comunicación corporativa tiene como finalidad establecer relaciones óptimas entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, para generar un impacto social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

La asignatura propicia el desarrollo de habilidades efectivas de comunicación del Licenciado en Administración en los escenarios organizacionales; permitiendo dar respuesta a las necesidades y demandas de su entorno organizacional.

Aplicar las tecnologías de la información y comunicación para optimizar el trabajo y desarrollo de la organización.

### **Intención didáctica.**

Este programa de estudio lo conforman cuatro unidades:

La primera unidad provee perspectivas generales de la comunicación: procesos y principios de comunicación, los tipos y niveles que existen dentro de una organización, desarrollando habilidades personales e imagen.

La segunda unidad contempla elementos de la comunicación organizacional como son: interna y externa, redes y barreras organizacionales dentro del contexto empresarial.

La tercera unidad aborda la importancia de las relaciones públicas, la responsabilidad social y la identidad corporativa de una institución para la

---

<sup>1</sup> Sistema de asignación y transferencia de créditos académicos

proyección de la misma.

La cuarta unidad analiza los medios de comunicación electrónicos e impresos, así como las tecnologías de la comunicación para ver el impacto en las organizaciones dentro de un contexto globalizado.

### 3.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

#### **Competencias Específicas:**

Identificar las perspectivas generales de la comunicación, tanto a nivel individual como organizacional para aplicarlos en diferentes ámbitos, con el propósito de utilizar una comunicación eficaz.

Diseñar un plan de relaciones públicas en el cual se utilicen las tecnologías de la información que permita la proyección organizacional hacia los diferentes tipos de públicos para el logro de sus objetivos.

#### **Competencias Genéricas:**

##### **1- Competencias Instrumentales:**

- Capacidad de organizar y planificar.
- Conocimientos generales básicos.
- Conocimientos básicos de la carrera
- Comunicación oral y escrita en su propia lengua.
- Habilidades básicas de manejo de la computadora.
- Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas.
- Solución de problemas.
- Toma de decisiones.

##### **2-Competencias interpersonales:**

- Capacidad crítica y autocrítica.
- Trabajo en equipo.
- Habilidades interpersonales.
- Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario.
- Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas.
- Apreciación de la diversidad y multiculturalidad.
- Habilidad para trabajar en un ambiente laboral.
- Compromiso ético.

##### **3- Competencias sistémicas:**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</li> <li>• Habilidades de investigación.</li> <li>• Capacidad de aprender.</li> <li>• Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones.</li> <li>• Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).</li> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Conocimiento de culturas y costumbres de otros países.</li> <li>• Habilidad para trabajar en forma autónoma.</li> <li>• Capacidad para diseñar y gestionar proyectos</li> <li>• Iniciativa y espíritu emprendedor.</li> <li>• Preocupación por la calidad.</li> <li>• Búsqueda del logro.</li> </ul>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4.- HISTORIA DEL PROGRAMA

<b>Lugar y fecha de elaboración o revisión</b>	<b>Participantes</b>	<b>Observaciones (cambios y justificación)</b>
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, del 7 al 11 de junio de 2010,	Representantes de los Tecnológicos de Acapulco, Agua Prieta, Altamira, Bahía de Banderas, Boca del Río, Campeche, Cancún, Cd. Altamirano, Cd. Juárez, Celaya, Cerro Azul, Chetumal, Chihuahua, Colima, Comitán, Costa Grande, Durango, El Llano, Ensenada, Jiquilpan, La Laguna, La Paz, Lázaro Cárdenas, Los Mochis, Matamoros, Mérida, Minatitlán, Parral, Puebla, Reynosa, Saltillo, San Luis Potosí, Tepic, Tijuana, Tizimín,	Reunión Nacional de Diseño e Innovación Curricular para la Formación y Desarrollo de Competencias Profesionales de la Carrera de Licenciatura en Administración del SNEST.

	<p>Tlaxiaco, Tuxtepec, Valle de Morelia, Veracruz, Villahermosa, Zacatecas, Zacatepec, Zitácuaro, Istitutos Tecnológicos Superiores de Coacalco, Ixtapaluca, Jerez, Jilotepec, La Huerta, Puerto Peñasco.</p>	
<p>Tecnológicos de Tijuana, San Luis Potosí, Boca del Río, Lázaro Cárdenas, Puebla y Jiquilpan, del 14 de Junio al 13 de agosto de 2010.</p>	<p>Representantes de la Academia de Ciencias Económicas Administrativas</p>	<p>Elaboración del programa de estudio propuesto en la Reunión Nacional de Diseño Curricular de la carrera de Licenciatura en Administración</p>
<p>Instituto Tecnológico de Veracruz, del 16 al 20 de Agosto de 2010</p>	<p>Representantes de los Tecnológicos de Acapulco, Agua Prieta, Aguascalientes, Bahía de Banderas, Boca del Río, Campeche, Cancún, Cd. Cuauhtémoc, Celaya, Cerro Azul, Chetumal, Chihuahua, Colima, Comitán, Costa Grande, Durango, El Llano, Ensenada, Jiquilpan, La Laguna, La Paz, Lázaro Cárdenas, Los Mochis, Matamoros, Mérida, Minatitlán, Pachuca, Parral, Puebla, Reynosa, Saltillo, San Luis Potosí, Tepic, Tijuana, Tizimín, Tlaxiaco, Tuxtepec, Valle de Morelia, Veracruz, Villahermosa, Zacatecas, Zacatepec, Zitácuaro, Institutos Tecnológicos Superiores de Coacalco, Ixtapaluca, Jerez,</p>	<p>Reunión Nacional de Consolidación de la Carrera de Licenciatura en Administración del SNEST.</p>

Jilotepec, La Huerta, Los Ríos, Puerto Peñasco, San Andrés Tuxtla, Tequila, Zacatecas Occidente.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**5.- OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO: (competencia específica a desarrollar en el curso).**

Identificar las perspectivas generales de la comunicación, tanto a nivel individual como organizacional para aplicarlos en diferentes ámbitos, con el propósito de utilizar una comunicación eficaz.

Diseñar un plan de relaciones públicas en el cual se utilicen las tecnologías de la información, que permitan la proyección organizacional hacia los diferentes tipos de públicos para el logro de sus objetivos.

**6.- COMPETENCIAS PREVIAS:**

No aplica

**7.- TEMARIO**

Unidad	Temas	Subtemas
1	<b>Perspectivas Generales de la Comunicación</b>	1.1 Proceso y principios de la comunicación: niveles, tipos y barreras. 1.2 Habilidades personales: comunicación verbal y no verbal. 1.3 Imagen y presentación personal.
2	<b>Comunicación Organizacional</b>	2.1. Comunicación interna y externa. 2.2. Redes de Comunicación. 2.3. Comunicación formal e Informal. 2.4. Barreras organizacionales.
3	<b>Relaciones Públicas</b>	3.1. Concepto y función. 3.2. Los públicos de las Relaciones Públicas. 3.3. Importancia de identidad corporativa. 3.4. Diseño y mantenimiento de la Imagen Corporativa con base en la responsabilidad social. 3.5. Plan de Relaciones Públicas.

<b>4</b>	<b>Las organizaciones y los medios de comunicación</b>	4.1. Medios electrónicos e impresos. 4.2. Usos de las tecnologías de la comunicación. 4.3. La comunicación en los procesos de globalización.
----------	--------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **8.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS:**

- Generar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes.
- Promover el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los contenidos de la asignatura.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio argumentado de ideas, la reflexión, la integración y la colaboración.
- Propiciar en el estudiante, el desarrollo de actividades intelectuales de inducción-deducción y análisis-síntesis, las cuales lo encaminan hacia la investigación, la aplicación de conocimientos y la solución de problemas.
- Desarrollar actividades de aprendizaje que propicien la aplicación de los conceptos, modelos y metodologías que se van aprendiendo en el desarrollo de la asignatura.
- Promover el uso adecuado de conceptos, y de terminología científico-tecnológica
- Proponer problemas que permitan al estudiante la integración de contenidos de la asignatura, para su análisis y solución.
- Relacionar los contenidos de la asignatura con el cuidado del medio ambiente; así como con las prácticas con enfoque sustentable.
- Observar y analizar fenómenos y problemáticas propias del campo ocupacional.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con las demás del plan de estudios para desarrollar una visión interdisciplinaria en el estudiante.

## **9.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN:**

- Ejercicios prácticos para el desarrollo de habilidades de comunicación,
- Presentación de reportes de investigaciones documentales y de campo.
- Diseño de un plan de relaciones públicas para una empresa.
- Manual de imagen corporativa.

## 10.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

### Unidad 1: Perspectivas Generales de la Comunicación.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Identificar los principios generales de la comunicación para fortalecer sus habilidades personales y su imagen.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar las perspectivas generales de la comunicación mediante una línea del tiempo.</li><li>• Distinguir los diferentes tipos de comunicación mediante un ejercicio grupal.</li><li>• Investigar en forma individual los niveles de comunicación.</li><li>• Elaborar un diagrama de un proceso de comunicación personal.</li><li>• Investigar las barreras de comunicación personal presentándolas a través de técnicas grupales o ejercicios creativos.</li><li>• Desarrollar habilidades discursivas.</li><li>• Identificar habilidades personales de comunicación a través de ejercicios estructurados y compartirlo con el grupo.</li><li>• Utilizar técnicas grupales y ejercicios vivenciales para abordar la temática de comunicación no verbal.</li><li>• Presentar materiales y videos didácticos sobre habilidades de comunicación.</li><li>• Investigar estilos de imagen ejecutiva de acuerdo al rol social que desempeñe.</li></ul>

### Unidad 2: Comunicación Organizacional.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Identificar el flujo de la comunicación interna y externa en un contexto organizacional para lograr una eficiente interacción con su entorno.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigar en forma individual los tipos de comunicación organizacional así como su función y aplicaciones..</li><li>• Identificar los tipos de redes de comunicación interna.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un diseño de redes de comunicación interna de una micro empresa.</li> <li>• Analizar flujos de comunicación interna.</li> <li>• Identificar los tipos de comunicación externa.</li> <li>• Definir funciones de la comunicación externa.</li> <li>• Investigar las barreras de comunicación en una organización.</li> </ul>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Unidad 3: Relaciones Públicas.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Reconocer la función de las relaciones públicas e identificar sus públicos que permiten proponer un plan de acción que responda a las necesidades de comunicación acorde a las exigencias de su entorno.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir concepto y funciones de las relaciones públicas..</li> <li>• Conocer los diferentes tipos de públicos.</li> <li>• Investigar características de los públicos en los diferentes ámbitos en los que se desarrolla.</li> <li>• Identificar la importancia de la imagen corporativa de acuerdo a los requerimientos de los públicos.</li> <li>• Conocer qué es la responsabilidad social y la proyección de la imagen corporativa.</li> <li>• Establecer la importancia de la identidad corporativa.</li> <li>• Investigar las características de un plan de relaciones públicas.</li> </ul>

### Unidad 4: Las organizaciones y los medios de comunicación.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Conocer la importancia e influencia de los medios de comunicación en la organización para su proyección local, nacional e internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el impacto del uso de medios electrónicos e impresos.</li> <li>• Investigar los medios de comunicación utilizados en diferentes empresas.</li> <li>• Indagar los principales lineamientos y</li> </ul>



	<p>responsabilidad social en el uso de medios masivos de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la importancia de los medios masivos ante las exigencias globales.</li> <li>• Investigar en fuentes confiables las características de comunicación corporativa propias de cada cultura.</li> </ul>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 11.- FUENTES DE INFORMACIÓN:

- Adler, Ronal B. Comunicación organizacional, 8va. Ed. Mc Graw-Hill.
- Barquero, Cabrera José Daniel, comunicación y relaciones públicas de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica Mc-Graw-Hill, México 2001.
- Barquero, José Daniel, Manual de Relaciones Públicas Empresariales e institucionales, Gestión, 2000.
- Harrison, Hirley. Relaciones Públicas, Editorial Paraninfo, España 2000.
- Capriotti Paul, Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa (ESP), Ed. Colección libros de la empresa, 2009.
- Fernández, Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones .Ed. Trillas, México 2003.
- FITA, Jaime. Comunicación en Programas de Crisis. Ed. Gestión2000. España,
- Flores De Gortari, Sergio, Emiliano Orozco Gutiérrez. Harrison, Hirley. Relaciones Públicas. Ed. Paraninfo. España,2002.
- La casa, Antonio S. Gestión De la comunicación empresarial. Ed. Edit Gestión, 2000..
- Martínez de Velasco, Alberto y Nosnik Abraham. Comunicación Organizacional Práctica. Manual Gerencial. Ed. Trillas. México, 2003.
- Mercado H. Salvador. Relaciones públicas aplicadas un camino hacia la productividad, Ed. Thompson . México 2001.
- .Xifara. Jordi. Teoría y estructuras de las Relaciones Públicas. Ed. McGraw-Hill, 2003.
- Van Riel, Cees. Comunicación corporativa. Prentice Hall, México.

### Direcciones de Internet:

- <http://www.relacionespublicas.com/>, Portal de Relaciones Públicas
- <http://www.rppnet.com.ar/>, Portal de Relaciones Públicas.
- <http://www.ehu.es/zer/zer7/minguez73.html>, Minguez Norberto, Un marco conceptual para la comunicación corporativa.
- <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/105viada.htm>, Viada Mónica María, Comunicación institucional: la comunicación bien entendida empieza por casa

- <http://www.scribd.com/doc/6692680/ComunicaciOn-Organizacional>, Comunicación Organizacional. pp.
- <http://www.scribd.com/doc/6692680/ComunicaciOn-Organizacional>, León Duarte Gustavo A, La comunicación organizacional en México: Enfoques, diseño y problemas en su desarrollo.
- <http://www.eumed.net/libros/2007a/221/1d.htm>, Gamez Gastélum Rosalinda, Comunicación y Cultura Organizacional en empresas chinas y japonesas: "Principales referentes teóricos de la comunicación organizacional".
- <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/cvanriel.html>, Van Riel Cees, Nuevas formas de comunicación organizacional.

## 12.- PRÁCTICAS PROPUESTAS

- Bitácora de observación de habilidades personales de comunicación y proyecto de mejora.
- Práctica individual donde el alumno demuestre haber alcanzado el desarrollo de habilidades de comunicación, tanto personal como organizacional.
- Análisis de discursos de líderes empresariales o políticos.
- Colección de fotografías refiriendo los signos corporales básicos.
- Realizar visitas a diversas organizaciones de la localidad para conocer sus sistemas de comunicación.
- Presentar reportes de investigaciones documentales y de campo.
- Diseñar un programa de relaciones públicas para una empresa hipotética o real.