

### 1. Datos Generales de la asignatura

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

### 2. Presentación

<p><b>Caracterización de la asignatura</b></p> <p>La comunicación en las organizaciones consiste en transmitir y recibir información dentro de su contexto, conformado por comunicaciones internas y externas.</p> <p>La comunicación corporativa tiene como finalidad establecer relaciones óptimas entre la organización y los públicos con quienes se relaciona, para generar un impacto social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.</p> <p>La asignatura propicia el desarrollo de habilidades efectivas de comunicación del Licenciado en Administración en los escenarios organizacionales, dando respuesta a las necesidades y demandas de su entorno organizacional.</p>
<p><b>Intención didáctica</b></p> <p>En la asignatura se 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. Así como los elementos de la comunicación organizacional, como son: interna y externa, redes y barreras organizacionales dentro del contexto empresarial.</p> <p>Como tema uno perspectivas generales de la comunicación se habla de los procesos y principios de la comunicación: niveles, tipos y barreras, así como las habilidades personales en la comunicación verbal y no verbal.</p> <p>El tema dos comunicación organizacional los subtemas a ver son: Comunicación interna y externa, redes de comunicación, comunicación formal e informal, barreras organizacionales e imagen y presentación personal, esto se presenta con el fin de lograr una mejor comunicación interna dentro de la organización.</p> <p>Por ultimo las organizaciones y los medios de comunicación, permite abordar los medios electrónicos e impresos como medio de comunicación en los procesos internos y externos de la organización, así como el impacto de las organizaciones dentro de un contexto globalizado.</p>

### 3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

<sup>1</sup> Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

<b>Lugar y fecha de elaboración o revisión</b>	<b>Participantes</b>	<b>Evento</b>
<p>Instituto Tecnológico de Toluca del 18 al 22 de enero de 2010.</p>	<p>Representantes de los Institutos Tecnológicos de:</p> <p>Acapulco, Apizaco, Boca del Río, Campeche, Cd. Juárez, Cerro Azul, Chihuahua, Comitán, Durango, El Llano de Aguascalientes, Ensenada, Mérida, Minatitlán, La Laguna, La Paz, Nuevo Laredo, Los Mochis, Parral, San Luis Potosí, Tijuana, Valle de Morelia, Veracruz, Zacatecas, Zacatepec.</p>	<p>Reunión de Información y Validación del Diseño Curricular por Competencias Profesionales de las carreras de Administración y Contaduría del SNEST</p>
<p>Instituto Tecnológico de Veracruz del 16 al 20 de agosto de 2010.</p>	<p>Representantes de los Institutos Tecnológicos de:</p> <p>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, Superior de Coacalco, Superior de Ixtapaluca, Superior de Jerez, Superior de Jilotepec, Superior de La Huerta, Superior de Los Ríos,</p>	<p>Reunión Nacional de Consolidación del Programa en Competencias Profesionales de la carrera de Licenciatura en Administración.</p>

	Superior de Puerto Peñasco, Superior de Tequila, Superior de San Andrés Tuxtla y Superior de Zacatecas Occidente.	
Instituto Tecnológico de la Nuevo León del 10 al 13 de septiembre de 2012.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de:  Cd. Cuauhtémoc, Chetumal, Chihuahua II, Durango, La Laguna, Los Ríos, Minatitlán, Oaxaca, Tijuana, Valle de Morelia, Veracruz, Villahermosa y Zitácuaro.	Reunión Nacional de Seguimiento Curricular de los Programas en Competencias Profesionales de las Carreras de Ingeniería Gestión Empresarial, Ingeniería en Administración, Contador Público y Licenciatura en Administración.
Instituto Tecnológico de Toluca, del 10 al 13 de febrero de 2014.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de:  Agua Prieta, Bahía de Banderas, Cd. Cuauhtémoc, Cerro Azul, Chetumal, Chihuahua, Parral, San Luis Potosí, Valle de Morelia.	Reunión de Seguimiento Curricular de los Programas Educativos de Ingenierías, Licenciaturas y Asignaturas Comunes del SNIT.

#### 4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
<ul style="list-style-type: none"> <li>Establece una comunicación eficaz dentro y fuera de la organización, diseñando un plan de relaciones públicas a través de la utilización de las tecnologías de la información para las organizaciones.</li> </ul>

#### 5. Competencias previas

<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplica los elementos de la investigación documental para elaborar escritos académicos con base en el conocimiento de su entorno y profesión.</li> <li>Desarrolla conciencia plena sobre el significado y sentido de la Ética para orientar su comportamiento en el entorno inmediato, el contexto social y profesional.</li> </ul>
---

#### 6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1.	Perspectivas generales de la comunicación	1.1. Proceso y principios de la comunicación: niveles, tipos y barreras.

		<p>1.2. Habilidades personales: comunicación verbal y no verbal.</p> <p>1.3. Imagen y presentación personal.</p>
2.	Comunicación Organizacional	<p>2.1. Comunicación interna y externa.</p> <p>2.2. Redes de comunicación.</p> <p>2.3. Comunicación formal e informal.</p> <p>2.4. Barreras organizacionales.</p>
3.	Relaciones Públicas	<p>3.1. Concepto y función.</p> <p>3.2. Los públicos de las relaciones públicas.</p> <p>3.3. Importancia de la identidad corporativa.</p> <p>3.4. Diseño y mantenimiento de la imagen corporativa con base en la responsabilidad social.</p> <p>3.5. Plan de Relaciones Públicas.</p>
4.	Las organizaciones y los medios de comunicación	<p>4.1. Medios electrónicos e impresos.</p> <p>4.2. Usos de las tecnologías de comunicación.</p> <p>4.3. La comunicación en los procesos de globalización.</p>

## 7. Actividades de aprendizaje de los temas

<b>1. Perspectivas generales de la Comunicación</b>	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <p>Identifica las perspectivas generales de la comunicación, para fortalecer las habilidades personales y su imagen.</p> <p>Genéricas:</p> <p>Comunicación oral y escrita en su propia lengua. Habilidades interpersonales. Habilidades de investigación. Liderazgo</p>	<p>Reconocer los principios de la comunicación a través de un mapa conceptual.</p> <p>Distinguir los diferentes tipos de comunicación mediante una dramatización.</p> <p>Investigar en forma individual los niveles de comunicación y entregar un informe de éstos.</p> <p>Elaborar un diagrama de un proceso de comunicación personal.</p> <p>Investigar las barreras de comunicación personal presentándolas a través de un ejercicio creativo.</p> <p>Desarrollar habilidades discursivas, mediante la elaboración de un breve discurso.</p>

<b>2. Comunicación organizacional</b>	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p><b>Específica(s):</b></p> <p>Aplica el flujo de comunicación interna y externa de la organización, para lograr una eficiente interacción con su entorno, desarrollando redes de comunicación.</p> <p><b>Genéricas:</b></p> <p>Capacidad crítica y autocrítica. Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. Habilidades de investigación. Liderazgo.</p>	<p>Investigar los tipos de comunicación organizacional, así como su función y aplicaciones, entregando un informe de ello.</p> <p>Identificar los tipos de redes de comunicación interna y elaborar un diseño de redes de la organización de la localidad.</p> <p>Analizar los tipos de comunicación externa y definir sus funciones, elaborando un mapa mental.</p> <p>Contrastar las barreras de comunicación de una organización pública y una privada, desarrollando un debate en el salón de clases.</p>
<b>3. Relaciones Públicas</b>	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p><b>Específica(s):</b></p> <p>Reconoce la función de las relaciones públicas e identifica sus públicos, a fin de proponer un plan de acción que responda a las necesidades de comunicación acorde a las exigencias de su entorno.</p> <p><b>Genéricas:</b></p> <p>Toma de decisiones. Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario. Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidades de investigación. Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).</p>	<p>Analizar las funciones de las relaciones públicas y ubicarlas mediante un cuadro sinóptico.</p> <p>Comparar los diferentes tipos de públicos de una organización pública y una privada, y exponerlo en clase utilizando power point.</p> <p>Investigar la importancia de la imagen corporativa de acuerdo a los requerimientos de los públicos, y entregar un informe escrito.</p> <p>Reconocer la responsabilidad social y la proyección de la imagen corporativa de una organización, a través de un caso práctico</p> <p>Investigar las características de un plan de relaciones públicas y compararlo con un ejemplo real.</p>
<b>4. Las organizaciones y los medios de comunicación</b>	
Competencias	Actividades de aprendizaje

<p><b>Específica(s):</b></p> <p>Investiga la importancia e influencia de los medios de comunicación en la organización para su proyección local, nacional e internacional.</p> <p><b>Genéricas:</b></p> <p>Toma de decisiones. Trabajo en equipo. Habilidades básicas de manejo de la computadora. Habilidades de gestión de información. Habilidades de investigación.</p>	<p>Analizar el impacto del uso de medios electrónicos e impresos utilizados en diferentes organizaciones de la localidad y realizar una presentación en equipo en el salón de clase. Indagar los principales lineamientos y responsabilidad social en el uso de medios masivos de comunicación y entregar un reporte de ellos. Investigar la importancia de los medios masivos ante las exigencias globales y las características de comunicación corporativa propias de cada cultura, organizándolo a través de una simulación.</p>
---	--

### 8. Práctica(s)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar a cabo un debate, con respecto a la imagen personal, tomando ejemplos (empresario, político, docente, directivo, etc.), a efecto de estimular en los alumnos sus ideas y familiarizarlos con las ideas de sus compañeros.</li> <li>• Realizar una visita a una organización de la localidad, e identificar la importancia de la imagen corporativa, de acuerdo a los requerimientos de los públicos y su responsabilidad social.</li> <li>• Elaboración de un diagnóstico de los diferentes públicos de una organización y cómo se da la interrelación entre los mismos.</li> <li>• Desarrollar un caso práctico con relación a la comunicación en torno a la responsabilidad socio-laboral y tecno-ambiental de las organizaciones, con base a: La información en intranet y abierta, así como los nuevos canales de comunicación y su evolución en los usos corporativos.</li> </ul>
--

## 9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

## 10. Evaluación por competencias

Para evaluar las actividades de aprendizaje se recomienda solicitar:

### INSTRUMENTOS:

- Mapa conceptual
- Informe escrito
- Diagrama
- Ejercicio creativo
- Discurso breve
- Diseño de red
- Mapa mental
- Debate
- Cuadro sinóptico
- Exposición en clase (diapositivas)
- Caso práctico
- Reporte
- Simulación
- Coevaluación

### HERRAMIENTAS:

- Rúbrica
- Lista de cotejo
- Escala de estimación
- Observación sistémica
- Diario de clase

- Guía de plan (proyecto)
- Auto-evaluación

**Todas las evidencias deberán integrarse en un Portafolio Electrónico**

## 11. Fuentes de información

1. Arella P./Arella F. (2010) *La comunicación en las organizaciones sociales*. Buenos Aires: Letra asociativa.
2. Barquero C., J./Barquero C. M. (2005) *El libro de oro de las Relaciones Públicas y el Marketing*. 5ª. Ed. Barcelona: Gestión 2000
3. Barquero C. J./Barquero C. M. (2005) *Manual de Relaciones Públicas, Publicidad y Comunicación*. España: Mc Graw-Hill /Interamericana de España, S.A. de C.V.
4. Barquero C. J./Barquero C. M. (2006) *Relaciones Públicas estratégicas*. Como persuadir a su entorno para obtener credibilidad y confianza. Barcelona: Gestión 2000
5. Black S. (2004) *ABC de las Relaciones Públicas*. Secretos y fundamentos con ejercicios reales. Barcelona: Gestión 2000
6. Celaya J. (2011) *La empresa en la web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona: Gestión 2000
7. Cutlip S./Center H./Broom G. (2006) *Manual de Relaciones Públicas eficaces*. 2ª. Ed. Barcelona: Gestión 2000
8. Capriotti P. B. (2009) *Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa (ESP)*, Ed. Colección libros de la empresa
9. D'Adamo O./García B. V./Feidenberg F. (2007) *Medios de comunicación y opinión pública*. México: Mc Graw-Hill Interamericana
10. Fraser S. (2002) *Teoría y práctica de las Relaciones Públicas*. 8ª. Ed. México: Pearson Educación
11. Fernández C. C. (2006) *La comunicación en las organizaciones* México: Trillas
12. Fernández S. F./Barquero C. J. (2004) *El libro azul del protocolo y las relaciones públicas*. Madrid: Mc Graw-Hill
13. Grunig J./Hunt T. (2003) *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000.
14. Jellison J. (2007) *Gestión de la dinámica del cambio*. México: Mc Graw-Hill Interamericana
15. Lano E. M. (2006) *Planificación de medios de comunicación en masas*. México: Mc Graw-Hill
16. Lattimore D./Baskin O./Heiman S. T./Toth, E. L (2008) *Relaciones Públicas. Profesión y prácticas*. México: Mc Graw-Hill Internamericana.
17. Martín S. M. (2007) *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. México: Mc Graw-Hill Interamericana
18. Martínez de Velasco, A./Nosnik A. (2003) *Comunicación Organizacional Práctica*. Manual Gerencial. México: Trillas.
19. Mercado H. S. (2009) *Relaciones públicas aplicadas un camino hacia la productividad*, México: Thompson.
20. Ríos Z. J. (2010) *Relaciones Públicas: su administración en las organizaciones*. México: Trillas.

21. Shrivastava, K. M. (2007) *Relaciones Públicas en la era digital*. Barcelona: Gestión 2000
22. Xifara J. (2003) *Teoría y estructuras de las Relaciones Públicas*. España: Mc Graw-Hill.

Direcciones de Internet:

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