

## 1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: <b>Comunicación organizacional</b>
Carrera: <b>Licenciatura en Administración</b>
Clave de la asignatura: <b>ADT-0414</b>
Horas teoría-horas práctica-créditos <b>2-3-7</b>

## 2.- HISTORIA DEL PROGRAMA

<b>Lugar y fecha de elaboración o revisión</b>	<b>Participantes</b>	<b>Observaciones (cambios y justificación)</b>
Instituto Tecnológico de Apizaco, del 29 de septiembre al 03 de octubre de 2003.	Representante de las academias de Administración de los Institutos Tecnológicos.	Reunión Nacional de Evaluación Curricular de la Carrera de la carrera de Licenciatura en Administración
Instituto Tecnológico de La Piedad de noviembre 2003 a febrero de 2004	Academia de ciencias económico-administrativas	Análisis y enriquecimiento de las propuestas de los programas diseñados en la reunión nacional de evaluación
Instituto Tecnológico de Nogales, del 29 de marzo al 02 de abril de 2004	Comité de Consolidación de la carrera de Licenciatura en Administración	Definición de los programas de estudio de la carrera de Licenciatura en Administración.

### 3.- UBICACIÓN DE LA ASIGNATURA

#### a). Relación con otras asignaturas del plan de estudio

Anteriores		Posteriores	
Asignaturas	Temas	Asignaturas	Temas
Comportamiento organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento individual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de Mercadotecnia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación en la mercadotecnia</li> </ul>
Fundamentos de Investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento grupal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación Mercadológica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación Interna y externa</li> </ul>
Administración II y III	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos y organizaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de Información de la Mercadotecnia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas de comunicación</li> </ul>
Administración del capital humano I y II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Métodos y técnicas de investigación</li> <li>• Estructura organizacional</li> <li>• Proceso Administrativo</li> <li>• Proceso de dotación de personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mezcla de la Mercadotecnia</li> </ul>	
Taller de informática administrativa I	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración de equipos de trabajo</li> <li>• Auditoria del capital humano</li> </ul>		
Sociología de las organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de paquetes de computación</li> <li>• Grupos, organizaciones y cultura</li> </ul>		

## b). Aportación de la asignatura al perfil del egresado

- Diagnostica situaciones organizacionales y aplica conocimientos, técnicas, habilidades y criterios para la propuesta de soluciones en problemas de comunicación
- Adquiere capacidades y habilidades para el desarrollo de los estilos de liderazgo acordes a las características organizacionales
- Implementa modelos, sistemas y estrategias de comunicación adecuadas a las necesidades organizacionales.
- Desarrolla mecanismos y estrategias de gestión y vinculación en el entorno de la organización.
- Desarrolla la habilidad de potenciar el capital humano en todos los niveles de la organización
- Permite ser agente de cambio en la organización y en la sociedad

## 4.- OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO

- El estudiante desarrollará habilidades para comunicarse eficazmente e implementará sistemas y estrategias de comunicación adecuadas a las necesidades de la organización
- El estudiante elaborará e implementará planes de relaciones públicas que beneficien la imagen de la organización ante los diferentes públicos

## 5.- TEMARIO

Unidad	Tema	Subtemas
1	Fundamento de la comunicación	1.1 Antecedentes 1.2 Concepto e importancia 1.3 Tipos y niveles de comunicación 1.4 Proceso de comunicación y sus elementos 1.5 Barreras de la comunicación
2	Comunicación Organizacional	2.1 Concepto y campo de la comunicación organizacional 2.2 Comunicación formal e informal 2.2.1 Tipos de redes 2.3 Flujos de comunicación interna 2.4 Funciones de la comunicación interna 2.5 Comunicación externa 2.6 Funciones de la comunicación externa 2.7 Barreras de la comunicación organizacional

<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Subtemas</b>
3	Fundamentos de las relaciones públicas	3.1 Antecedentes 3.2 Concepto e importancia 3.3 Función de las relaciones públicas 3.4 Estructura de la función 3.5 Relación con otros departamentos 3.6 Responsabilidad social
4	Imagen corporativa	4.1 Concepto de imagen corporativa 4.2 Elementos 4.3 Diseño
5	Públicos de las relaciones públicas	5.1 Públicos internos 5.2 Públicos externos 5.3 Políticas para los diferentes públicos 5.4 Usos de medios de comunicación 5.5 Técnicas de recopilación de información de los públicos 5.6 Información a ofrecer a los públicos
6	Herramientas de comunicación en relaciones públicas	6.1 Comunicación interna 6.1.1 Comunicación escrita o impresa 6.1.2 Intranet 6.1.3 Reuniones de trabajo 6.1.4 Recepción de sugerencias 6.1.5 Publicaciones periódicas 6.2 Comunicación externa 6.2.1 Patrocinio y mecenazgo 6.2.2 Organización de actos 6.2.3 Publicidad institucional 6.2.4 Difusión de información 6.2.5 Soportes audiovisuales 6.2.6 Balance social 6.2.7 Internet 6.3 Comunicación de crisis
7	Plan integral de relaciones públicas	7.1 Investigación preliminar 7.2 Diagnóstico de la situación actual 7.3 Fijación de objetivos 7.4 Determinación de públicos 7.5 Sistema de información y evaluación 7.6 Definición de estrategias 7.7 Presupuesto 7.8 Plan de Relaciones Públicas

## **6.- APRENDIZAJES REQUERIDOS**

- Técnicas de investigación
- Entender la utilidad y las fases del proceso administrativo
- Comprensión de la dinámica, estructura y elementos de las organizaciones y grupos
- Dimensionar la importancia de la relación individuo – grupo – organización y factores que provocan la dinámica que incide en su rendimiento
- Entender el papel que juega la cultura en el individuo
- Manejo de paquetes de computación

## **7.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS**

- Realizar prácticas que permitan identificar los diferentes tipos de comunicaciones organizacionales y superar las barreras de la comunicación
- Propiciar visitas a empresas
- Elaborar ensayos sobre la importancia de las relaciones públicas.
- Realizar una investigación documental sobre la evolución de las relaciones públicas.
- Realizar investigaciones de campo para identificar las estructuras de las relaciones públicas y la imagen corporativa en las empresas de la región..
- Diseñar la imagen corporativa de una empresa.
- Elaborar herramientas de comunicación interna y externa
- Formular un plan integral de relaciones públicas
- Emplear paquetes de computación para el diseño de las herramientas de relaciones públicas.
- Elaborar informes de visitas a eventos nacionales e internacionales.
- Participar en la organización y desarrollo de los eventos académicos y de vinculación del Instituto.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con los contenidos de otras asignaturas del plan de estudios.
- Fomentar el uso de sistemas de información
- Explicar la contribución de la asignatura al logro del objetivo y perfil de la Licenciatura en Administración.
- Fomentar el trabajo en equipo
- Realizar prácticas de comunicación de crisis

## 8.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

- Exámenes escritos
- Participación en la realización de eventos
- Elaboración de ensayos
- Reportes de Investigaciones
- Presentación de las herramientas de comunicación diseñadas.
- Presentación oral y escrita de un plan de relaciones públicas
- Reporte de la investigación de la imagen corporativa de una empresa

## 9.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

### Unidad 1: Fundamentos de la comunicación

<b>Objetivo Educativo</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>	<b>Fuentes de Información</b>
El estudiante analizará los elementos básicos del proceso de comunicación  Identificará los tipos y niveles de comunicación  Planteará estrategias para superar barreras de comunicación	<ul style="list-style-type: none"><li>• Describir la importancia de la comunicación con la realización de un ejercicio que demuestre los diferentes tipos</li><li>• Explicar el proceso de comunicación utilizando un diagrama de flujo que permita visualizar las etapas y elementos que lo conforman</li><li>• Ejemplificar las barreras de la comunicación empleando la técnica de dramatización que las resalte</li><li>• Presentar propuestas para superar barreras de comunicación</li><li>• Discutir en varios equipos el concepto de comunicación organizacional y llevarlo a plenaria del grupo para obtener conclusiones</li></ul>	1,2,3,5,6,12,16

## Unidad 2: Tipos de comunicación

<b>Objetivo Educativo</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>	<b>Fuentes de Información</b>
Identificará los diferentes tipos de comunicación organizacional  Analizará la importancia de la comunicación interna y externa en las organizaciones  Planteará estrategias para superar barreras de comunicación en las organizaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diferenciar los tipos de comunicación Organizacional, en equipo de trabajo visitar una empresa y reportar por escrito</li><li>• Determinar la importancia de la comunicación utilizando un ejercicio vivencial que permita visualizar situaciones ficticias o reales</li><li>• Ejemplificar las técnicas de comunicación administrativa exponiendo en forma oral</li><li>• Proponer un plan documentado de estrategias que permitan manejar y superar las barreras de comunicación en la organización</li></ul>	5,6,8,10,12,16

## Unidad 3: Fundamentos de las relaciones públicas

<b>Objetivo Educativo</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>	<b>Fuentes de Información</b>
Conocerá y comprenderá el papel de las relaciones públicas en las organizaciones contemporáneas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Describir la importancia de las relaciones públicas</li><li>• Explicar las funciones de las relaciones públicas utilizando una representación dramatizada de una situación planteada en una organización real o hipotética</li><li>• Analizar la función de las relaciones públicas en la organización contemporánea relacionándola con otras áreas.</li></ul>	1,3,4,9,10,11,12,13,15,17

#### Unidad 4: Imagen corporativa

<b>Objetivo Educativo</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>	<b>Fuentes de Información</b>
Diseñará la imagen corporativa de una organización empleando los elementos que la conforman	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar los elementos que integran la imagen corporativa analizando en equipo y presentar un reporte por escrito</li><li>• Diseñar la imagen corporativa empleando los elementos que la integran para una empresa real o hipotética trabajando en equipo y exponiendo el trabajo final en una plenaria</li></ul>	1,3,4,9,10,11,13,17

#### Unidad 5: Públicos de las relaciones públicas

<b>Objetivo Educativo</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>	<b>Fuentes de Información</b>
Identificará los públicos internos y externos de las organizaciones en función de las relaciones públicas  Elaborará instrumentos de recopilación y divulgación de información en relación a los públicos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar los tipos de públicos de las relaciones públicas de una organización real elaborando un reporte escrito</li><li>• Analizar las políticas de Relaciones Públicas de una empresa</li><li>• Comparar las ventajas y desventajas de los distintos medios de comunicación</li><li>• Elaborar instrumentos para recopilar información de los distintos tipos de públicos y analizarla en plenaria</li><li>• En un estudio de caso determinar la información a divulgar a los diferentes públicos</li></ul>	1,3,4,9,11,13,14,15,17



**Unidad 6:** Herramientas de comunicación en relaciones públicas

<b>Objetivo Educativo</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>	<b>Fuentes de Información</b>
Elaborará herramientas de comunicación enfocadas a la función de relaciones públicas  Diseñará un plan de comunicación de crisis	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investigar en diferentes fuentes de información las herramientas de comunicación y presentar un informe escrito</li><li>• Elaborar herramientas de comunicación para una empresa real o hipotética</li><li>• Diseñar y fundamentar un plan de comunicación de crisis y presentarlo de manera oral y escrita</li></ul>	4,5,6,7,8,10,12 15

**Unidad 7:** Plan integral de relaciones públicas

<b>Objetivo Educativo</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>	<b>Fuentes de Información</b>
Elaborará un plan integral de relaciones públicas considerando los diferentes elementos y herramientas para su desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar los componentes de un plan de relaciones públicas</li><li>• Elaborar un plan de relaciones públicas para una empresa real o hipotética y presentarlo de manera oral y escrita</li></ul>	1,3,4,9,10,11, 13,15,17

## 10. FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Barquero Cabrero, José Daniel. Comunicación y relaciones públicas : de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica. México : McGraw-Hill, 2001.
  2. Berlo, David K. El proceso de la comunicación : introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires : “El Ateneo”, 1977
  3. Bonilla Gutiérrez, Carlos. Relaciones Públicas factor de competitividad para empresas e instituciones. CECSA México, 1998.
  4. Black, Sam. ABC de las Relaciones Públicas. Todos los secretos y fundamentos. Ed. Gestión 2000, Madrid, 1999.
  5. Blake, Reed H., Edwin O. Haroldsen. Taxonomía de la comunicación. : Ed. Nuevomar. México, 1977.
  6. Fernandez Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones: Ed. Trillas, . México 2003.
  7. FITA, Jaime. Comunicación en Programas de Crisis. Ed. Gestión 2000. España, 1999
  8. Flores De Gortari, Sergio, Emiliano Orozco Gutiérrez. Hacia una comunicación administrativa integral. Ed. Trillas México 1988.
  9. Harrison, Hirley. Relaciones Públicas. Ed. Paraninfo. España, 2002
  10. La casa, Antonio S. Gestión De la comunicación empresarial. Ed. Edit Gestión, 2000. Barcelona. 1999
  11. Marston, J.E. Relaciones públicas modernas McGraw-Hill, México, 1990
  12. Martínez de Velasco, Alberto y Nosnik Abraham. Comunicación Organizacional Práctica. Manual Gerencial. Ed. Trillas. México, 2003
  13. Mercado H. Salvador. Relaciones públicas aplicadas un camino hacia la productividad, Ed. Thomson . México 2001
  14. Rios S, Jorge. Relaciones públicas, Trillas, México 1996
  15. Simon Raymond. Relaciones públicas. Teoría y práctica, Ed. Limusa. México, 1986
  16. Van Riel, Cees .Comunicación corporativa. Ed. Prentice May. México, 1999
  17. Xifara. Jordi. Teoría y estructuras de las Relaciones Públicas. Ed. McGraw-Hill, 2003
- Direcciones de Internet:  
[http://www.felafacs.org/dialogos/pdf39/Alegre %C3%Ada.pdf](http://www.felafacs.org/dialogos/pdf39/Alegre%20Ada.pdf)  
<http://www.relacionespublicas.com>  
<http://www.rrppnet.com.ar/>  
<http://www.ehu.es/zer/zer7/minguez73.html>  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/105viada.htm>  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/mcluhan/heuris.htm>

## 11. PRÁCTICAS

- Formular un plan de relaciones públicas internas
- Participar en los eventos que realiza la Institución y proponer la Realización de algunos otros en la institución dónde se involucre a todo el grupo
- Aplicar las técnicas y habilidades de la comunicación a la práctica profesional de las relaciones públicas de las organizaciones
- Desarrollo de un plan de comunicación de crisis de una empresa
- Diseñar herramientas de comunicación interna y externa para una empresa hipotética o real