

Nombre de la Universidad: Panamericana

Escuela / Facultad: Comunicación

Carrera: Comunicación

Materia: Comunicación Organizacional

Clave: _____ Área Académica: Comunicación

Organizacional

Créditos: _____

horas teóricas 3

horas prácticas 0

Noveno Semestre

Estrategias educativas generales

1. Exposición participativa. Se presentarán las principales ideas relacionadas con el tema y el docente promoverá la participación constante de sus alumnos formulándoles preguntas, planteándoles problemas teóricos, resolviendo sus dudas y escuchando sus inquietudes.

2. Estudio de casos. Se presentará diversos casos en forma oral y un caso escrito, basado en experiencias de la vida real de las personas, equipos y organizaciones. El caso incluye un panorama de la situación, así como información descriptiva que establece el contexto del caso e identifica las principales decisiones que deben tomarse. Los alumnos deberán analizar el caso, discutirlo y llegar a proponer soluciones. Se puede trabajar individualmente, en pequeños grupos y luego con todo el grupo.

3. Trabajo cooperativo. Se constituirán equipos formados por alumnos con la intención de acometer una tarea o elaborar un producto. Se espera que los estudiantes desarrollen así una capacidad por el trabajo en equipo así como la disposición para laborar por un objetivo compartido con otros.

Objetivo (s) General (es) de la Asignatura

- El alumno será capaz de analizar y evaluar el manejo de los sistemas integrados de comunicación empresarial para poder lanzar los diversos programas que se generen en la organización.
- Comprender la trascendencia de la Comunicación en las organizaciones contemporáneas, sus aplicaciones y las herramientas para su adecuada

Dakota No 395 1 PB esquina Kansas
administración. Colonia Nápoles México 03810 Distrito Federal

Teléfono: (52+55) 56 82 21 80 | Fax: (52+55) 56 82 70 54 | Cel.044 55 55 06 65 92

Todos los Derechos Reservados © CMS Consultores

- Aplicar los conocimientos adquiridos en el campo de la comunicación para planear, diseñar e implantar políticas, estrategias, programas y proyectos de comunicación efectiva en organismos, instituciones y empresas públicas y privadas.
- Desarrollar estrategias que conduzcan a la gestión e implantación de una cultura de comunicación en las organizaciones.
- Conocer y aplicar las herramientas de administración estratégica y control más adecuadas para evaluar la efectividad de los esfuerzos de comunicación de las organizaciones.
- Solucionar problemas de comunicación en las organizaciones mediante la investigación, análisis, diagnóstico y evaluación de situaciones reales.
- El alumno analizará la importancia de la Comunicación Organizacional como un conjunto de procesos, encaminados a diseñar, analizar, planear, implementar, controlar y evaluar el desarrollo de las comunicaciones de la organización, buscando satisfacer y lograr los objetivos de la organización

1.- TEORIA DE LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL

- 1.1 Conceptos de comunicación organizacional.
- 1.2 Sistemas de la comunicación organizacional.
- 1.3 Los procesos de la comunicación.

2.- SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

- 2.1 Oral.
- 2.2 Escritos.
- 2.3 No verbal.
- 2.4 Audiovisuales.
- 2.5 Exposiciones y otros sistemas.

3.- APLICACIONES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Dakota No. 395 1 PB esquina Kansas
Colonia Nápoles México 03810 Distrito Federal
Teléfono: (52+55) 56 82 21 80 | Fax: (52+55) 56 82 70 54 | Cel.044 55 55 06 65 92

3.1 La comunicación interna a nivel interpersonal.

3.2 La comunicación interna a nivel personal

- 3.4 El organigrama y la comunicación.
- 3.5. Comunicación formal en la organización.
- 3.6 Comunicación informal en la organización.
- 3.7 La comunicación institucional.
- 3.8 La comunicación mercadológica.
- 3.9 Las comunicaciones corporativas

4.- PLANEACION DE LA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES.

- 4.1 Diagnóstico de comunicación
 - 4.1.1 Auditorias de comunicación
 - 4.1.2 Metodología para diagnósticos
 - 4.1.3 Aplicación de auditorias
- 4.2 Filosofía y políticas de comunicación
 - 4.2.1 La comunicación y la estrategia corporativa.
 - 4.2.2 Elaboración del manual de políticas de comunicación.
 - 4.2.3 Diseño del programa de comunicación.
 - 4.2.4 Planeación de un departamento de comunicación.

5.- DESARROLLO E IMPLANTACION DEL PROGRAMA DE COMUNICACION

- 5.1 Estudio de los medios de comunicación interna.
 - 5.1.1 Análisis y aplicación de cada uno de ellos.
 - 5.1.2 Lenguaje y públicos.

6.- EVALUACION DEL PROGRAMA DE COMUNICACION.

- 6.1 El porque de las evaluaciones.
- 6.2 Metodologías.
- 6.3 Aplicación de resultados de evaluaciones en los programas.

7 LA EMPRESA Y LAS COMUNICACIONES EMPRESARIALES.

-
- 7.1 El producto completo.
 - 7.2 La comunicación de la estrategia.
 - 7.3 Diálogo y disonancia.
 - 7.4 La empresa como vocero.

Formas de comunicar el éxito.
El plan empresarial y su comunicación.
Las herramientas de la comunicación.
La comunicación como herramienta de mercadeo.
La comunicación como factor estratégico en los logros institucionales.

7.5 La empresa como oyente.

7.6 La empresa y sus públicos

Los clientes.
Empleados.
Inversionistas.
Otras empresas.
Los medios.
Los periodistas.

(6) Actividades de Aprendizaje

- 1 Discusión de casos
- 2 Intercambio de experiencias
- 3 Dinámicas grupales
- 4 Exposición de conceptos de parte de los alumnos y del profesor.
- 5 Revisión de bibliografía especializada
- 6 Simulación
- 7 Análisis de Videos

(7) Evaluación del Curso

Reporte de los casos analizados

Dakota No 395 1 PB esquina Kansas

Colonia Nápoles México 03810 Distrito Federal

Reporte de lecturas y ejercicios: (52+55) 56 82 70 54 | Cel.044 55 55 06 65 92

Todos los Derechos Reservados © CMS Consultores

Simulación

(8) Bibliografía

Bibliografía Básica

Fernández Collado Carlos. (Coordinador) La Comunicación en las Organizaciones

Editorial Trillas México (Sugerido como libro de texto)

Goldhaber Gerald M. Comunicación Organizacional.

Editorial Diana México

Homs Quiroga Ricardo. La Comunicación en la Empresa

Grupo Editorial Iberoamerica México 1994

Rebeil Corella María Antonieta

RuizSandoval Reséndiz Celia. (Coordinadoras) El Poder de la Comunicación en las

Organizaciones

Editorial Plaza Valdez

Bibliografía Complementaria.

Batten, Joe. Cómo construir una cultura de calidad.

Grupo Editorial Iberoamerica México 1993

Flores De Gortari, Sergio. Orozco Gutiérrez, Emiliano.

Hacia una Comunicación Administrativa Integral.

Editorial Trillas México

Gibson, J, Et Al:

Organizaciones: Conducta Estructura Proceso.

Editorial Interamericana México.

Johansson, Henry et al. Reingeniería de procesos de negocios.

Limusa Noriega México 1994

Dakota No 395 1 PB esquina Kansas
Colonia Nápoles México 03810 Distrito Federal

Knapp, Mark. Schensohn, Daniel. Comunicación Estratégica.

Teléfono: (52+55) 56 82 21 80 | Fax: (52+55) 56 82 70 54 | Cel.044 55 55 06 65 92

Todos los Derechos Reservados © CMS Consultores

Ediciones Macchi Argentina 1993

Sesión No 1 Enero 26 Introducción general**Sesión No 2 Febrero 4 Capítulo 1 Libro Goldhaber****Sesión No 3 Febrero 11****Sesión No 4 Febrero 18 Parte II Capítulo 1 Libro Rebeil****Sesión No 5 Febrero 25****Sesión No 6 Marzo 3 Capítulo 9 Libro Goldhaber****Sesión No 7 Marzo 10****Primer Parcial****Sesión No 8 Marzo 17 Capítulo 2 Libro Fernández Collado****Sesión No 9 Marzo 24****Sesión No 10 Marzo 31 Capítulo 7 Libro Fernández Collado****Sesión No 11 Abril 14****Segundo Parcial****Sesión No 12 Abril 21 Capítulo 8 Libro Fernández Collado****Sesión No 13 Abril 28****Sesión No 14 Mayo 12 Capítulo 5 Libro de Ricardo Homs****Sesión No 15 Mayo 19****Sesión No 16 Mayo 26****Mayo 28 Último día de clases**

Las lecturas se discutirán en las sesiones en las que están programadas.

Se plantearán fechas para que los diversos equipos puedan participar.