

1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	Comunicación Organizacional
Carrera:	Ingeniería en Administración
Clave de la asignatura:	ADC-1010
(Créditos) SATCA ¹	2- 2- 4

2.- PRESENTACIÓN.

Caracterización de la asignatura.

La presente asignatura propicia el escenario para que el Ingeniero en Administración, desarrolle habilidades efectivas de comunicación dentro de las organizaciones y su medio ambiente, a través del conocimiento de las bases de la comunicación, elementos y técnicas, que como profesional deberá aplicar durante su desempeño laboral; así mismo, está comprometido a conocer y manejar los tipos de comunicación que se dan en una organización, como son: interna y externa; la importancia del manejo de las relaciones públicas y el impacto de los medios de comunicación, en el ejercicio empresarial.

El desarrollo de estas habilidades le permite al Ingeniero en Administración, dar respuesta a través de la comunicación a las necesidades y demandas de su entorno organizacional.

Esta asignatura se relaciona a través de las competencias que otras asignaturas promueven:

Taller de Administración I; la unidad de Dirección tiene relación con la introducción al modelo básico de comunicación a nivel individual.

Consultoría; a través de la aplicación de una comunicación efectiva en el marco operativo de una organización.

Esta asignatura impacta de manera transversal a todas las materias contenidas en la retícula de la carrera de Ingeniería en Administración.

Intención Didáctica.

El programa de estudio está conformado por cinco unidades:

La primera unidad; provee elementos básicos que fundamentan el aprendizaje de la comunicación a través del conocimiento de los tipos, proceso, niveles, y barreras, que generan un escenario para el desarrollo de las habilidades en comunicación.

¹ Sistema de asignación y transferencia de créditos académicos

La segunda unidad; sustenta la importancia de contar con habilidades en comunicación directiva: a través del conocimiento de los elementos, técnicas y características que debe tener y manejar el Ingeniero en Administración, cuando se encuentre en el ámbito laboral.

La tercera unidad; contempla elementos que conforman la comunicación interna, con el desarrollo de las funciones y estrategias propias de esta área; se identifican funciones de la comunicación externa, la importancia de las relaciones públicas, el plan de comunicación de crisis y la responsabilidad social.

La cuarta unidad; aborda aspectos de las relaciones públicas, imagen corporativa, se identifican los públicos de una organización y se analizan las técnicas de recopilación de información.

La quinta unidad; analiza el impacto que los medios de comunicación ejercen sobre los mecanismos de comunicación, tanto internos como externos, en las diferentes organizaciones.

Adicionalmente, es importante que el contenido temático de la asignatura sea actualizado tanto como se requiera, para responder a las demandas actuales del conocimiento vanguardista.

3.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR.

Competencias Específicas:	Competencias Genéricas:
Desarrollar habilidades para comunicarse eficazmente, así como poner en práctica estrategias y sistemas de comunicación, interna y externa; tomando en cuenta la importancia de las relaciones públicas, para en conjunto dar respuesta a las necesidades de comunicación existentes de una organización.	<p data-bbox="797 1066 1395 1100">1. Competencias instrumentales</p> <ul data-bbox="894 1136 1395 1440" style="list-style-type: none"><li data-bbox="894 1136 1395 1199">• Capacidad de comprender y manipular ideas y pensamientos.<li data-bbox="894 1205 1395 1304">• Manejo y búsqueda de información a través de las tecnologías actuales.<li data-bbox="894 1310 1395 1373">• Destrezas lingüísticas tales como la comunicación oral y escrita.<li data-bbox="894 1379 1395 1411">• Solución de problemas.<li data-bbox="894 1417 1395 1440">• Toma de decisiones. <p data-bbox="797 1478 1395 1512">2. Competencias Interpersonales:</p> <ul data-bbox="894 1518 1395 1887" style="list-style-type: none"><li data-bbox="894 1518 1395 1549">• Capacidad crítica y autocrítica.<li data-bbox="894 1556 1395 1587">• Trabajo en equipo.<li data-bbox="894 1593 1395 1625">• Habilidades interpersonales.<li data-bbox="894 1631 1395 1694">• Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario.<li data-bbox="894 1701 1395 1764">• Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas.<li data-bbox="894 1770 1395 1833">• Apreciación de la diversidad y multiculturalidad.<li data-bbox="894 1839 1395 1887">• Habilidad para trabajar en un ambiente laboral.

	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso ético. <p>3. Competencias Sistémicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación. • Capacidad de aprender. • Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones. • Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). • Liderazgo. • Conocimiento de culturas y costumbres de otros países. • Habilidad para trabajar en forma autónoma. • Preocupación por la calidad. • Búsqueda del logro.
--	--

4.- HISTORIA DEL PROGRAMA

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones (cambios y justificación)
Instituto Tecnológico de Colima Fecha: Septiembre del 2009	Representantes de los Institutos Tecnológicos: I.T. de Veracruz; I.T. de San Luis Potosí; I.T. de Tijuana	Reunión nacional de Diseño e Innovación curricular de la Carrera de Ingeniería en Administración.
Instituto Tecnológico de Tijuana; Instituto Tecnológico Boca del Río. Fecha: Octubre 5 al 14 de mayo del 2010.	Representantes de la Academia de Ciencias Económicas Administrativas:	Análisis, Enriquecimiento y Elaboración del Programa de Estudio propuesto en la Reunión Nacional de Diseño Curricular de la Carrera de Ingeniería en Administración.
Instituto Tecnológico Superior de San Luis Potosí Fecha: Mayo del 2010.	Representantes de los Institutos Tecnológicos participantes en el Diseño de la Carrera de Ingeniería en Administración.	Reunión Nacional de Consolidación de la Carrera de Ingeniería en Administración.

5.- OBJETIVO GENERAL DEL CURSO.

Desarrollar habilidades para comunicarse eficazmente, así como poner en práctica estrategias y sistemas de comunicación, interna y externa; tomando en cuenta la

importancia de las relaciones públicas, para en conjunto dar respuesta a las necesidades de comunicación existentes de una organización.

6.- COMPETENCIAS PREVIAS

- Redactar textos académicos.
- Leer y comprender documentos.
- Practicar la búsqueda exhaustiva de información confiable.
- Tener apertura a la diversidad de puntos de vista.
- Aplicar y desarrollar métodos y técnicas de investigación.
- Trabajar en forma colaborativa.
- Interpretar y aplicar técnicas de comunicación.
- Aplicar Herramientas Informáticas.

7. TEMARIO

	Temas	Subtemas
1	Fundamentos de la Comunicación.	1.1 Antecedentes; Teoría de las Relaciones Humanas de Elton Mayo, como sustento de la comunicación; conceptos e importancia. 1.2 Tipos y niveles de comunicación. 1.3 Proceso de comunicación y sus elementos. 1.4 Barreras de la comunicación. 1.5 Desarrollo de habilidades de la comunicación.
2	Habilidades de la Comunicación Directiva.	2.1 Elementos de la comunicación efectiva. 2.2 Técnicas de comunicación: discurso, exposición pública y exposición con apoyo informático. 2.3 El profesional de la comunicación: multireflexivo, multicreativo y conceptual, multilingüe, multitecnológico, multivanguardista, con empleabilidad multiforme, con una percepción multisensorial.
3	Comunicación Interna y Externa.	3.1 Funciones básicas de la comunicación interna: control, motivación, expresión emocional e información. 3.2 Tipos de comunicación formal e informal. 3.3 Tipos de redes. 3.4 Flujos de comunicación interna. 3.5 Funciones de la comunicación externa: clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general. 3.6 Barreras de la comunicación administrativa.

		<p>3.7 Plan de comunicación de crisis. 3.8 Responsabilidad social.</p>
4	LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS.	<p>4.1 Concepto, importancia y función de las relaciones públicas. 4.2 Relación con otros departamentos de la organización. 4.3 Tipos de públicos. 4.4 Uso de medios de comunicación. 4.5 Técnicas de recopilación e información de los públicos. 4.6 Concepto y elementos de la imagen corporativa. 4.7 Diseño e importancia de la imagen corporativa.</p>
5	Impacto de los Medios de Comunicación.	<p>5.1 Comunicación interna: diseño de comunicación impresa, intranet; reuniones de trabajo, recepción de sugerencias y publicaciones periódicas. 5.2 Comunicación externa: patrocinio y mecenazgo, organización de eventos, publicidad institucional, difusión de información, soportes audiovisuales, balance social, comunicación de crisis. 5.3 Impacto de los medios masivos de comunicación.</p>

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS.

- Promover la búsqueda efectiva y eficiente de información confiable y pertinente en diversas fuentes, aplicando el criterio ético en el reconocimiento y valoración de los materiales.
- Elaborar informes sobre actividades de comunicación organizacional.
- Propiciar actividades intelectuales de reflexión, análisis, síntesis, deducción e inducción y pensamiento hipotético, para el análisis toma de decisiones y resolución de problemas.
- Fomentar el trabajo colaborativo.

- Fomentar el desarrollo de habilidades básicas de manejo de tecnologías de la información.
- Fomentar el análisis cuantitativo y cualitativo en la aplicación de trabajos prácticos y de campo.
- Llevar a cabo actividades prácticas que promuevan el desarrollo de habilidades de la comunicación.
- Propiciar el uso adecuado de conceptos y terminología científica.
- Relacionar los contenidos de la asignatura con el cuidado del medio ambiente.
- Desarrollar actividades que propicien la aplicación de los conceptos y modelos, que se van aprendiendo en el desarrollo de la asignatura.
- Promover el conocimiento de los medios masivos de comunicación y el alcance e impacto de cada uno de ellos.

9.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

La evaluación debe ser continua y formativa, por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje, haciendo especial énfasis en:

- Elaborar y presentar reportes de investigación documental, haciendo el análisis de las diferentes fuentes bibliográficas.
- Diseño de mapas conceptuales o mentales, como herramientas para demostrar el aprendizaje de diversos temas.
- Reporte y solución de estudio de casos, para establecer un enlace con situaciones reales que se pueden presentar en la comunicación organizacional.
- Exámenes escritos, para comprobar el manejo de aspectos teóricos y declarativos.
- Participación en clase, para detectar la comprensión de los temas.
- Ejercicios experienciales, para potenciar las habilidades de comprensión y reforzar la temática sustentada.
- Elaboración de material didáctico para ser utilizado como apoyo en presentaciones en el aula.
- Exposición individual y de equipos de trabajo, que permita fortalecer la comunicación personal y seguridad al expresar sus ideas.
- Rúbricas de evaluación: matriz de calificación para exposiciones, trabajos, resolución de problemas y tareas.

- Elaborar portafolio de evidencias con las diferentes actividades individuales y grupales.

10. UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad 1: Fundamentos de la Comunicación.

Competencia Específica a desarrollar.	Actividades de Aprendizaje.
<p>Analizar antecedentes, conceptos e importancia de la comunicación; identificar el proceso de comunicación, tipos, niveles, barreras y construir escenarios para el desarrollo de habilidades de comunicación en contextos individuales y organizacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definir conceptos, antecedentes, teorías, tipos, niveles, barreras y proceso de la comunicación. • Realizar un diagrama personal en que se visualicen las etapas y elementos del proceso de comunicación. • Investigar procesos de comunicación utilizados por organizaciones sociales. • Investigar barreras de comunicación en el aula durante una sesión de clase. • Elaborar propuestas para abatir las barreras en el salón de clase. • Ejemplificar los niveles de comunicación: intrapersonal, interpersonal, grupal y masivo. • Presentar videos que respondan a la temática tratada: barreras, comunicación no verbal, verbal, asertividad, entre otros. • Definir el concepto y campo de la comunicación organizacional. • Investigar en una empresa aspectos de la comunicación formal e informal.

Unidad 2: Habilidades de la Comunicación Directiva.

Competencia Específica a desarrollar.	Actividades de Aprendizaje.
--	------------------------------------

<p>Identificar los elementos y el manejo de técnicas de la comunicación efectiva, para formar un profesional con las habilidades directivas comunicacionales que el entorno empresarial requiere.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar e identificar elementos de la comunicación efectiva. • En equipos de trabajo ejemplificar a través de la utilización de técnicas grupales, el manejo de asertividad. • Analizar y presentar las técnicas de la comunicación. • A través de lineamientos preescritos, escribir y presentar un discurso con tema libre, en una sesión de clase. • Evaluar en clase a través de los alumnos; con un formato preestablecido, el discurso presentado por su compañero. • A través de un ejercicio de creatividad, llevar a cabo un ejercicio de exposición pública. Ejercicio estructurado: “todos tienen una historia que contar”, llevarse a cabo en un minuto o dos por alumno. • A través de un tema libre, hablar en público en el aula siguiendo lineamientos establecidos; llevarse a cabo en cinco minutos por alumno. • Identificar los elementos que forman parte de una exposición con apoyo informático. • Llevar a cabo una exposición con apoyo informático; con duración de cinco minutos por alumno. • Identificar características de una comunicación profesional. • En equipos de trabajo, ejemplificar las características de un profesional en la comunicación, a través de ejercicios estructurados. • Presentar videos alusivos a la temática de “un profesional de la comunicación”, y analizarlo en grupo.
---	---

Unidad 3: Comunicación Interna y Externa.

Competencia Específica a desarrollar.	Actividades de Aprendizaje.
<p>Identificar las funciones de la comunicación interna y externa de una organización para lograr una interacción eficiente en su entorno social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las funciones básicas de la comunicación interna: control, motivación, expresión emocional e información. • Analizar los tipos de redes de comunicación. • Ejercicio estructurado: “diseño de redes

	<p>de comunicación personal”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un diseño de redes de comunicación de una empresa. • Analizar flujos de comunicación interna. • Elaborar en grupos diádicos un diagrama de comunicación interna de un área departamental de su institución educativa. • Definir funciones de la comunicación externa. • Investigar, en base a lineamientos establecidos, barreras de comunicación de una organización. • Definir concepto y funciones de las relaciones públicas. • Investigar, en base a lineamientos establecidos, la comunicación entre áreas departamentales de su institución educativa. • Fundamentar un plan de comunicación de crisis. • Diseñar un plan de comunicación de crisis para una empresa real o hipotética. • Definir la responsabilidad social. • Indagar requisitos de la legalidad y responsabilidad social en el uso de medios masivos de comunicación. • Investigar y analizar en base a lineamientos establecidos, aspectos éticos de un anuncio publicitario en su entidad.
--	---

Unidad 4: La Comunicación y las Relaciones Públicas.

Competencia Específica a desarrollar.	Actividades de Aprendizaje.
<p>Valorar la función de las relaciones públicas e identificar elementos que conforman una imagen corporativa y reconocer sus públicos para desarrollar estrategias de comunicación que respondan a sus necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar la función de las relaciones públicas internas y externas. • Definir conceptos, elementos y diseño de imagen corporativa. • Diseñar en triadas, en base a lineamientos establecidos, la imagen corporativa de una empresa real o hipotética. • Definir públicos internos, externos y mixtos.

	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar técnicas de recopilación de información de los públicos internos en una organización de su entidad. • En base a lineamientos establecidos, investigar técnicas de recopilación de información de públicos externos en una organización de servicio. • En base a lineamientos establecidos, investigar de qué manera una organización selecciona y clasifica, la información a ofrecer a sus públicos.
--	--

Unidad 5: Impacto de los Medios de Comunicación.

Competencia Específica a desarrollar.	Actividades de Aprendizaje.
<p>Identificar los medios de comunicación y seleccionar herramientas, técnicas y estrategias, que faciliten la comunicación interna y externa, para el logro de los objetivos organizacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definir los medios de comunicación interna. • Investigar en equipos diádicos, medios de comunicación interna utilizados en una empresa. • Definir medios de comunicación externa. • Investigar en equipos de trabajo los medios de comunicación externa utilizados por una empresa. • Comparar las ventajas y desventajas de los distintos medios de comunicación. • Investigar el impacto de las tecnologías de información como medio de comunicación.

11.- FUENTES DE INFORMACIÓN.

- Barquero Cabrero, José Daniel. Comunicación y relaciones públicas: de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica. McGraw Hill, México. 2001.
- Berlo, David K. El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica. "El Ateneo", Buenos Aires. 1977.
- Bonilla Gutiérrez, Carlos. Relaciones públicas factor de competitividad para empresas e instituciones. CECSA México, 1998.
- Black, Sam. ABC de las Relaciones públicas. Todos los secretos y fundamentos. Editorial Gestión 2000. Madrid. 1999.
- Blake, Reed H., Edwin O. Haroldsen. Taxonomía de la comunicación. Editorial Nuevomar. México, 1977.

- Fernandez Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones: Editorial Trillas, México 2003.
- FITA, Jaime. Comunicación en programas de crisis. Editorial Gestión 2000. España, 1999
- Flores De Gortari, Sergio, Orozco Gutiérrez, Emiliano. Hacia una comunicación administrativa integral. Editorial Trillas México 1988.
- Harrison, Hirley. Relaciones públicas. Editorial Paraninfo. España, 2002
- La Casa, Antonio S. Gestión de la comunicación empresarial. Editorial Gestión 2000. Barcelona. 1999.
- Marston, J.E. Relaciones públicas modernas McGraw Hill, México, 1990.
- Martínez de Velasco, Alberto y Nosnik, Abraham. Comunicación organizacional práctica. Manual Gerencial. Editorial Trillas. México, 2003.
- Mercado H. Salvador. Relaciones públicas aplicadas: un camino hacia la productividad. Editorial Thompson. México. 2001.
- Ríos S., Jorge. Relaciones públicas, Editorial Trillas. México. 1996.
- Simón, Raymond. Relaciones públicas. Teoría y práctica, Editorial Limusa. México, 1986
- Van Riel, Cees. Comunicación corporativa. Editorial Prentice May. México. 1999.
- Xifara, Jordi. Teoría y estructuras de las relaciones públicas. Editorial McGraw-Hill. 2003.

Fuentes Electrónicas:

- <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf39/Alegr%C3%Ada.pdf>
- <http://www.relacionespublicas.com>
- <http://www.rppnet.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>

12.- PRÁCTICAS PROPUESTAS.

- Elaborar y aplicar documentos administrativos.
- Aplicar la comunicación organizacional en diversas reuniones de trabajo y eventos, elaborando un plan logístico.
- Realizar visitas a diversas organizaciones de la localidad para conocer sus sistemas de comunicación interna y externa.
- Presentar reportes de investigaciones documentales y de campo.
- Diseñar herramientas de comunicación interna para una empresa hipotética o real.
- Presentar reportes de investigación de campo, acerca de la imagen corporativa de al menos 2 empresas.
- Investigar en una empresa, el tipo de plan de relaciones públicas que maneja.
- Realizar un plan de relaciones públicas para una empresa hipotética.
- Realizar visitar a los medios de comunicación de su localidad, para comparar ventajas y desventajas.

