

CARTA DESCRIPTIVA (MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

I. Identificadores de la Asignatura.

Instituto:	ICSA	Modalidad:	Presencial		
Departamento:	Ciencias Administrativas	Créditos:	8		
Materia:	Comunicación Organizacional	Carácter:	Optativa		
Programa:	Licenciatura en Administracion de Empresas	Tipo:	Asignatura		
Clave: ADM 220304					
Nivel:	Intermedio				
Horas:	64	Teoría:	20	Práctica:	44

II. Ubicación.

Antecedentes:	Optativa	Clave:	
Consecuentes:	Optativa	Clave:	

III. Antecedentes

Conocimientos:

Administración de organizaciones, importancia de los recursos humanos de las empresas, estrategias de planeación y proyectos.

Habilidades:

Pensamiento crítico, análisis, evaluación, desarrollo de relaciones interpersonales, trabajo en equipo, habilidad para redactar, desarrollar la habilidad de observador, comunicación oral y escrita.

Valores:

Respeto, positivo, ético, responsable, disciplinado.

Actitud:

Asertivo, colaborativo, crítico, comprometido, visionario, analítico, reflexivo, comunicador

IV. Propósito(s) General (es)

Que los estudiantes logren:

Comprender la importancia de la comunicación en las organizaciones, así como reconocer la importancia de un diagnóstico de canales y medios que utilizan las instituciones para comunicar, y a través de éstos desarrollar y aplicar estrategias efectivas de comunicación.

Identificar y analizar los tipos de comunicación que se presentan dentro de las organizaciones, así como practicarlas para conocer el impacto una vez que se implementan.

Evaluar y conocer la importancia del rol que juega la información dentro de las organizaciones, para que el proceso de comunicación posea un valor comunicativo.

V. Compromisos Formativos.

Intelectual/Conocimientos: 1. Evaluar la comunicación en las organizaciones, 2. Analizar los diferentes tipos de comunicación y la forma de elaborar un buen diagnóstico de medios y canales que se utilizan en las instituciones, 3. Desarrollar un Plan de Comunicación Organizacional.

Social/Habilidades: 1. Trabajar en equipo, 2. Identificar los tipos de comunicación que se presentan en diferentes ámbitos, 3. Tomar decisiones acertadas entre varias alternativas de comunicación, 4. Solucionar diversos problemas de comunicación. 5. Eliminar las barreras semánticas y organizacionales para la comunicación efectiva. 6. Diagnosticar la comunicación en las organizaciones 7. Crear estrategias de comunicación para los diferentes eventos dentro de las organizaciones. 8. Comunicar en forma oral y escrita.

Humano/Actitud: Asertivo, colaborativo, positivo, crítico, comprometido, visionario, analítico, reflexivo.

Valores: Respeto, colaboración, honestidad, disciplina, actitud de servicio, comunicativo, crítico, comprometido, responsabilidad, ético, profesional.

VI. Condiciones de operación

Espacio/aula: Salón estándar

Laboratorio: NA

Mobiliario: Mesas, sillas, terminales eléctricas, cañón, pantallas.

Población: 25- 40

Material de uso frecuente: Pizarrón, Marcador, y borrador, laptop, cañón y retroproyector de acetatos.

Condiciones especiales: NA

VII Contenido y tiempos estimados		
Tema(s)	Contenido(s)	Actividad (es)
Tema 1 1 sesión (2 horas)	Encuadre del programa y bienvenida	Presentación personal y bienvenida.
Tema 2 1 sesión (2 horas)	La organización (antecedentes, concepto, estructura, imagen corporativa, identidad institucional, elementos estratégicos, etc.)	Diagnóstico de conocimientos generales sobre la organización.
Tema 3 1 sesión (2 horas)	La comunicación (conceptos, características de la comunicación, elementos de la comunicación, proceso de la comunicación, modelos de comunicación)	Presentación y Diálogo
Tema 4 1 sesión (2 horas)	Clasificación de la comunicación (interna, externa, intrapersonal, interpersonal, en grupo, masiva, fática, instrumental, verbal, escrita, etc.)	Control de lectura/exposición en power point.ppt
Tema 5 1 sesión (2 horas)	Comunicación organizacional (concepto, características, estructura del proceso, tipos de comunicación organizacional)	Presentación y debate

Tema 6 1 sesión (2 horas)	Elección efectiva de los canales y medios de comunicación organizacional verbal, no verbal, escrita, oral, visual, etc.	Analizar por equipo los canales de comunicación
Sesión 7	Primer examen parcial	

1 sesión (2 horas)		
Tema 7 1 sesión (2 horas)	Importancia de la comunicación escrita en las organizaciones: técnicas estructurales.	Conferencia/invitado experto en el tema.
Tema 8 1 sesión (2 horas)	Habilidades interpersonales en el manejo de relaciones laborales (Comunicación persuasiva, asertiva, crear relaciones positivas, manejo de la crítica y el conflicto, juntas eficaces: tipos y formas de realizarlas).	Caso teórico/práctico
Tema 9 1 sesión (2 horas)	Cultura organizacional y su difusión a través de estrategias de comunicación.	Desarrollo de estrategias y generar ideas.
Tema 10 1 sesión (2 horas)	La comunicación en el ambiente laboral y las funciones de la comunicación humana.	Lluvia de ideas, análisis, y conclusiones.

Tema 11 1 sesión (2 horas)	Habilidades personales para una comunicación efectiva (comunicación verbal, no verbal, saber escuchar, percepción)	Trabajo colaborativo
Tema 12 1 sesión (2 horas)	Importancia de la comunicación oral en las organizaciones: técnicas estructurales, y características.	Conferencia / Invitado experto en el tema.

Tema 13 1 sesión (2 horas)	La mercadotecnia y la Comunicación organizacional	Evaluación de anuncios, artículos, comunicados, etc. y comparar con las características de una comunicación efectiva.
Tema 14 1 sesión (2 horas)	Estrategias para la comunicación efectiva a través de mensajes y productos	Presentación de videos para analizar elementos de comunicación en la producción audiovisual.
Tema 15 1 sesión (2 horas)	La importancia del diagnóstico de la comunicación organizacional.	Desarrollar un diagnóstico del proceso de comunicación de un área de trabajo de una organización.
Sesión 17 1 sesión (2 horas)	Segundo examen parcial	
Tema 16 1 sesión (2 horas)	Sistemas y modelos de comunicación	Control de lectura,/ exposición .ppt
Tema 17 1 sesión (2 horas)	La comunicación en las reuniones de trabajo (conducción, programa, recomendaciones).	Caso teórico/práctico
Tema 18 1 sesión (2 horas)	La comunicación en las relaciones públicas estratégicas	Presentación y debate.

Tema 19 1 sesión (2 horas)	La comunicación de la organización con el entorno.	Aplicación del FODA

Tema 20 1 sesión (2 horas)	El plan de la comunicación en la organización (objetivos, público meta, planes, diseño de la comunicación organizacional, procesos, etc.)	Desarrollar un plan de comunicación organizacional.
Tema 21 1 sesión (2 horas)	Estrategias para evaluar un plan de la comunicación organizacional	Trabajo colaborativo
Tema 22 1 sesión (2 horas)	Repaso general, presentación y análisis	Trabajo en equipo para autoevaluar la información recibida hasta ese tema.
Sesión 25 1 sesión (2 horas)	Tercer examen parcial	
Tema 23 1 sesión (2 horas)	Futuro de la comunicación organizacional.	Control de lectura y ensayo
Tema 24 1 sesión (2 horas)	Retroalimentación de trabajos, y proyectos.	Presentación y retroalimentación
Tema 25 1 sesión (2 horas)	La comunicación en tiempo de crisis	Control de lectura
Tema 26 1 sesión (2 horas)	Funciones de la comunicación en los capitales de una organización.	Presentación y debate
Tema 27 1 sesión (2 horas)	La comunicación en la administración de la información y del conocimiento	Presentación e investigación de software que administre el conocimiento y permita

		comunicar información.
Tema 28 1 sesión (2 horas)	Modelos y planes de comunicación de varias organizaciones.	Diálogo/ conclusiones

Tema(s)	Contenido(s)	Actividad (es)
Tema 29 1 sesión (2 horas)	Presentación y análisis de los planes de organizacionales, entrega de trabajos. Examen final	Presentación Final de sus proyectos.

VIII. Metodología y estrategias didácticas	
Metodología Institucional:	Centrado en el alumno: orientado al aprendizaje por descubrimiento; constructivista; cognoscitivo y sociocultural.
Estrategias:	<ul style="list-style-type: none"> a) Aproximación empírica a la realidad b) Pensamiento lógico y creativo; c) Ejecución-ejercitación; d) Planificación, previsión y anticipación; e) buscar, organizar y recuperar información, f) sensibilización
Actividades:	Debates, trabajo colaborativo, desarrollo de ensayos, proyecto (plan de comunicación), diagnósticos de los procesos de comunicación de las empresas, investigación, presentación, analizar videos, anuncios, artículos, comunicados, mensajes, etc. Evaluar imágenes e identidad corporativas desarrollo de estrategias de comunicación, proporcionar recomendaciones del proceso de comunicación a las empresas, resolución de casos, investigación de diferentes temáticas, elaboración de reportes de lectura de

<p>Aprendizaje:</p> <p>Forma de aprendizaje:</p>	<p>artículos actuales y relevantes a la materia en otros idiomas.</p> <p>Individual, colaborativo, autoreflexivo, analítico, crítico, y creativo.</p> <p>Enfoque principal al modelo de educación de la Institución.</p>
--	--

IX. Criterios de evaluación y acreditación.																	
a) Institucionales de acreditación:																	
Acreditación mínima de 80% de clases programadas.																	
Entrega oportuna de trabajos																	
Pago de derechos																	
Calificación ordinaria mínima de 7.0																	
Permite examen a título																	
b) Evaluación del curso : Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Concepto</th> <th>Valor</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Proyecto Final</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Asistencia</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Primer examen parcial</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Segundo examen parcial</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Tercer examen parcial</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Trabajos adicionales</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table>	Concepto	Valor	Proyecto Final	25%	Asistencia	20%	Primer examen parcial	15%	Segundo examen parcial	15%	Tercer examen parcial	15%	Trabajos adicionales	10%	Total	100%	
Concepto	Valor																
Proyecto Final	25%																
Asistencia	20%																
Primer examen parcial	15%																
Segundo examen parcial	15%																
Tercer examen parcial	15%																
Trabajos adicionales	10%																
Total	100%																

X. Bibliografía.

Obligatoria:

Fernández, C., La comunicación en las organizaciones, Trillas, 2da. 2 Edición, 2002, México.

Libaert, T., El Plan de Comunicación Organizacional, Noriega Editores, 1ra. Edición, 2005, México.

Complementaria:

Flores de Gortari, S., Hacia una Comunicación Administrativa Integral, Trillas, 1ª. Edición, 2005, México.

Brassel, M., C., Las Mejores Técnicas para Hablar en Público, De Bolsillo, 1ra. Edición, 2007, México.

Gonzalez, G., C., La Comunicación Efectiva, Grupo México, 1ra. Edición, 2007, México.

X. Perfil deseable del docente. Formación profesional y académica.

Académica – Maestría en Administración o Comunicación

Disciplinar – Al menos un año de experiencia como docente a nivel licenciatura de administración de empresas.

Profesional / Laboral – Experiencia laboral dentro de las organizaciones, ocupando puestos administrativos

XI. Institucionalización

Responsable del Departamento: Mtra. Laura Estela Anguiano

Coordinador/a del Programa: Dr. Ricardo Melgoza Ramos

Fecha de elaboración: Noviembre del 2009

Elaboró: Patricia Martínez Gutiérrez

Fecha de rediseño: Mayo 2013

Rediseño: Patricia Martínez Gutiérrez