República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentenaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Comunicación Social

Materia	Semestre	Código	Prelación
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	IX	ELCS14	150 U.C.

Unidades de crédito	Obligatoria	Electiva	Densidad horaria		
			Horas Prácticas	Horas Aprendizaje	Horas Totales
03		X	02	02	04

JUSTIFICACIÓN

Tiene como Finalidad, generar en los estudiantes un conocimiento acerca de la comunicación organizacional, permitiéndoles comprender la importancia de una comunicación efectiva en las empresas, donde los profesionales de esta área, vienen a conformarse en un presente que conecta a la organización con sus públicos tanto interno como externo. Cadmeas su conocimiento abre mayor oportunidad en el campo laboral, a través del buen manejo de la comunicación corporativa.

OBJETIVO GENERAL

Brindar los conocimientos generales acerca de la comunicación organizacional a estudiantes de cualquiera de las áreas de la comunicación social, para generar en ellos un conocimiento del uso de una comunicación corporativa.

CONTENIDO

UNIDAD I Aspectos Generales de la Comunicación	Comunicación, Definiciones, Proceso, Efecto de la Comunicación, Elementos de la Comunicación. Comunicación efectiva y Comunicación Asertiva
UNIDAD II Comunicación Organizacional/ Corporativa	Comunicación corporativa Importancia de la Comunicación organizacional Comunicación con públicos internos Comunicación con públicos externos Tipos de Públicos. Estrategias comunicacionales. Clasificación, finalidad, Públicos
UNIDAD III Identidad Corporativa	Identidad Corporativa. Identidad Conceptual. Identidad Visual Comportamiento Organizacional Clima Organizacional Cultura Corporativa Imagen Corporativa Percepción que genera. Reputación. Reconocimiento . La Confianza y la Credibilidad
UNIDAD IV Auditoría Interna	Evaluación de la Identidad Corporativa de una Organización. Formulación de instrumentos, aplicación y levantamiento de resultados, Recomendaciones a las empresas /organización escogida
UNIDAD V Temas de Comunicación Organizacional	Liderazgo. Programación neurolingüística, Endomarketing, Inteligencia Emocional, Auditoría Externa, Definiciones, funciones, elementos que la conforman, finalidad dentro de la organización

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Disertación del Profesor
- Exposiciones. Demostraciones
- Clase magistral.
- Debate
- Discusión grupal
- Revisión bibliográfica

Universidad Bicentenaria de Aragua
Secretaría
Maracay

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN
- Examen escrito - Participación Grupal - Revisión de Informe - Trabajo en equipo - Discursos - Revisión de casos prácticos.

REFERENCIAS
- Capprotti, I (2000) Identidad Corporativa - Robbins, S (2002) Comportamiento Organizacional - Ríos, A (2000) Relaciones Públicas - Mercado, S. (2002) Relaciones Públicas - Villafañe, E. (2000) Imagen Corporativa

FUENTES VIRTUALES DE INFORMACIÓN
- Publicaciones de CIRCOM - Publicaciones de Ítalo Pizzolante

Universidad Bicentenaria de Aragua
Secretaría
Maracay