



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



<b>Materia</b>	<b>Semestre</b>	<b>Código</b>	<b>Prelación</b>
<b>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	<b>IX</b>	<b>ELCS14</b>	<b>149 U.C.</b>

Unidades de crédito	Obligatoria	Electiva	Densidad horaria		
			Horas Prácticas	Horas Aprendizaje	Horas Totales
<b>03</b>		<b>X</b>	<b>03</b>	<b>00</b>	<b>03</b>

**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. Además 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**

<b>UNIDAD I</b> Aspectos Generales de la Comunicación	Comunicación, Definiciones, Proceso, Efecto de la Comunicación, Elementos de la Comunicación. Comunicación efectiva y Comunicación Asertiva
<b>UNIDAD II</b> 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
<b>UNIDAD III</b> 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
<b>UNIDAD IV</b> Auditoría Interna	Evaluación de la Identidad Corporativa de una Organización. Formulación de instrumentos, aplicación y levantamiento de resultados, Recomendaciones a las empresas /organización escogida
<b>UNIDAD V</b> 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

  
Dr. José Domingo Mora Márquez  
Secretario



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



**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

  
**Dr. José Domingo Mora Márquez**  
**Secretario**