



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



UNIDAD CURRICULAR		TRIMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	UNIDADES CRÉDITO
PERIODISMO INSTITUCIONAL		X	FED6AP	140 U.C	03
DENSIDAD HORARIA					
COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE		OTROS COMPONENTES		TOTAL HORAS SEMANALES	
HORAS GUIADAS		HORAS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
04		08		12	
EJE DE FORMACION DE COMPETENCIA					
COMPETENCIA GÉNERICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA BÁSICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA DE EJES <input checked="" type="checkbox"/>	ESPECIFICA INVESTIGACION <input type="checkbox"/>		
COMPETENCIA					
Desarrolla información de organizaciones empresariales pública y privada, para dar a conocer los acontecimientos que forman parte de la realidad institucional u organizacional; demostrando valores éticos y profesionales en sus acciones cotidianas.					
UNIDADES DE COMPETENCIA	NÚCLEOS TEMATICOS			ESTRATEGIAS	
Aplica estrategias comunicacionales empleando criterios de documentación periodística.	Comunicación institucional y empresarial Tipos de Públicos Estrategias comunicacionales Medios de comunicación masivos Medios digitales Eventos Especiales Relación entre comunicación y organización social. Importancia de las organizaciones sociales para la comunicación.			<ul style="list-style-type: none"> - Lecturas Guiadas - Talleres didácticos - Consultas en línea - Conversatorios - Plenarias - Presentación de ideas. - Wiki - Foro interactivo - Chat - Blog Interactivo - Dialogo de saberes - Núcleos Temático - Tutorías individuales y grupales - Taller Didáctico - Seminarios 	
Analiza el comportamiento organizacional de la institución, creando sentido de pertenencia hacia la empresa.	Concepción dinámica de la Identidad corporativa Componentes de la identidad corporativa Imagen corporativa como estrategia gerencial. La imagen corporativa. Evaluación del entorno. La Gestión comunicacional Ética empresarial y responsabilidad social Comportamiento Organizacional.				
Desarrolla mensajes periodísticos de carácter institucional en medios tradicionales y digitales.	Nuevos paradigma en el medio comunicacional. Comunicación digital y community manager. Fundamentos del marketing digital. Nuevos modelos de negocio. Técnicas y métodos innovadores del marketing digital: SEO, SEM, PPC, Publicidad Display, e-mail. Planificación estratégica para las redes sociales.				
REFERENCIAS					
Benavides, J. (2001) Dirección de comunicación empresarial e institucional. Barcelona, España: Gestión 2000. Cebrian, M. (2012) Periodismo empresarial e institucional. Madrid, España: Comunicación Social. Fernández Collado, C. (1997). La comunicación en las organizaciones. México DF, México: Trillas. Morgan, G (1990). Imágenes de la Organización. Madrid, España: Alfaomega. Villafañe, J. (2000) Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Madrid, España: Pirámide					

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila
Secretaria General