



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
<b>DENSIDAD HORARIA</b>					
<b>COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE</b>		<b>OTROS COMPONENTES</b>		<b>TOTAL HORAS SEMANALES</b>	
HORAS GUIADAS		HORAS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
<b>04</b>		<b>08</b>		<b>12</b>	
<b>EJE DE FORMACION DE COMPETENCIA</b>					
COMPETENCIA GÉNERICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA BÁSICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA DE EJES <input checked="" type="checkbox"/>	ESPECIFICA INVESTIGACION <input type="checkbox"/>		
<b>COMPETENCIA</b>					
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.					
<b>UNIDADES DE COMPETENCIA</b>		<b>NÚCLEOS TEMATICOS</b>		<b>ESTRATEGIAS</b>	
Aplica estrategias comunicacionales empleando criterios de documentación periodística.		<b>Comunicación institucional y empresarial</b> 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"> <li>- Lecturas Guiadas</li> <li>- Talleres didácticos</li> <li>- Consultas en línea</li> <li>- Conversatorios</li> <li>- Plenarias</li> <li>- Presentación de ideas.</li> <li>- Wiki</li> <li>- Foro interactivo</li> <li>- Chat</li> <li>- Blog Interactivo</li> <li>- Dialogo de saberes</li> <li>- Núcleos Temático</li> <li>- Tutorías individuales y grupales</li> <li>- Taller Didáctico</li> <li>- Seminarios</li> </ul>	
Analiza el comportamiento organizacional de la institución, creando sentido de pertenencia hacia la empresa.		<b>Concepción dinámica de la Identidad corporativa</b> 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.		<b>Nuevos paradigma en el medio comunicacional.</b> <b>Comunicación digital y community manager.</b> 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.			
<b>REFERENCIAS</b>					
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