



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
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		XI	Electiva FER6BE	154 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 estrategias en correspondencia con la situación comunicacional específica de una empresa, institución y organización y su entorno social, para la ejecución de las auditorías internas y externas y dar soluciones eficientes, de manera coherente y responsable.					
UNIDADES DE COMPETENCIA	NÚCLEOS TEMATICOS			ESTRATEGIAS	
Caracteriza los procesos de Comunicación Corporativa, estableciendo la relación e importancia de sus elementos en la relación con el público.	Comunicación organizativa y organizacional Proceso y elementos de la comunicación Comunicación Efectiva y Comunicación Asertiva Comunicación Corporativa y Organizacional Comunicación con Públicos Internos y Externo Estrategias comunicacionales corporativas.			<ul style="list-style-type: none"> - Cine foro - Conversatorio - Lluvia de ideas - Discusión guiada - Conversatorio - Núcleos generadores - Taller didáctico - Blog interactivo - Wiki - Foro interactivo - Trabajo colaborativo - Video foro - Proyección audiovisual - Disertaciones - Aprendizaje basado en problema 	
Desarrolla auditorias para el diagnóstico de la situación actual en la empresa con el fin de conocer las necesidades de los públicos.	Auditoria Interna y nuevas Tendencias Formulación de instrumentos, aplicación y levantamiento de resultados y Recomendaciones Nuevas Tendencias en la Comunicación Organizacional Liderazgo-Programación Neurolingüística Endomarketing – Inteligencia Emocional				
Diseña Planes Estratégicos de Comunicación corporativa para la optimización del clima organizacional	Plan Estratégico de Comunicación Corporativa Identidad Corporativa. Identidad Conceptual. Identidad Visual Comportamiento Organizacional Clima Organizacional. Cultura Corporativa Imagen Corporativa. Reputación. Reconocimiento. La Confianza y la Credibilidad				
REFERENCIAS					
Clark, D. (2012), The End of the Expert: Why No One in Marketing Knows What They're Doing, E.E.U.U.: Forbes Kates, M. (2013), Marketing Digital and Traditional Marketing work together, E.E.U.U.: Econsultancy Moreno M. (2014) El gran libro del Community Manager: Técnicas y Herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en social media. España, Barcelona: Gestión. Rojas P y Redondo M. (2013) Como preparar un Plan de Social de Comunicación. España, Barcelona: Gestión. Vv.aa. (2015) Marketing Digital .España: Uoc (Universitat Oberta de Catalunya)					

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila
 Secretaria General