

**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS
IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE**

Unidad Académica: Facultad de Diseño							
Programa Educativo: Licenciatura en Diseño			Nombre de la unidad de aprendizaje: Seminario de comunicación corporativa				
Programa elaborado por			Fecha de elaboración: 25/04/2016			Fecha de revisión y/o actualización: Nuevo	
Ciclo de Formación: Profesional						Semestre: 4to.	
Clave:	HT:	HP:	TH:	Créditos:	Tipo de unidad de aprendizaje:	Modalidad del curso:	Modalidad Educativa
	2	0	2	4	Obligatoria	Teórico	Escolarizada
Programas educativos en los que se imparte: Materias afines en la DES de Educación y Humanidades							
Prerrequisitos: Nociones básicas de mercadotecnia		UA antecedente recomendada: Conceptos básicos de Mercadotecnia social y Mercadotécnica comercial			UA consecuente recomendada: Administración básica		
Presentación de la unidad de aprendizaje: La unidad de aprendizaje introducirá al estudiante a las perspectivas generales de la comunicación desde las organizaciones, instituciones o corporativos para su aplicación en distintos ámbitos.							
Propósito de la unidad de aprendizaje: Que el alumno aprenda los procesos de planeación de las comunicaciones institucionales y corporativas hacia el interior y exterior, así como, su relación de las relaciones públicas y la imagen de identidad institucional con la comunicación social.							
Competencias profesionales Análisis y gestión de comunicación social de		Contribución de la unidad de aprendizaje al perfil de egreso Los estudiantes adquirirán competencias y conocimientos profesionales para cumplir con el perfil de egreso.					

las instituciones y corporaciones.		
ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE		
Contenidos	Secuencia temática	
1. Generalidades de la comunicación 2. Comunicación organizacional 3. Relaciones públicas 4. Organizaciones y medios	1. Generalidades de la comunicación 1.1. Procesos de comunicación 1.1.1. Niveles 1.1.2. Tipos 1.1.3. Barreras 1.2. Comunicación verbal y no verbal 1.3. Imagen 2. Comunicación organizacional 2.1. Comunicación interna y externa 2.2. Redes de comunicación 2.3. Tipos de comunicación 2.3.1. Formal 2.3.2. Informal 2.4. Barreras organizacionales e institucionales 3. Relaciones públicas 3.1. Concepto 3.2. Función 3.3. Usuarios 3.4. Identidad corporativa 3.5. Diseño y mantenimiento de la imagen 3.5.1. La imagen con responsabilidad social 3.6. Plan de relaciones públicas 4. Organizaciones y medios 4.1. Medios 4.1.1. Electrónicos 4.1.2. Digitales 4.1.3. Impresos 4.2. Uso de las TICs 4.3. La comunicación en la era global	
DESARROLLO DE CADA UNIDAD DE COMPETENCIA		
Nombre de la Unidad de Competencia 1. Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Dotar al estudiante de la capacidad de gestión en torno a procesos de comunicación 	

Propósito de la Unidad de Competencia	Desarrollar habilidades para la gestión de medios de comunicación corporativos e institucionales.		
Elementos de competencia	<ul style="list-style-type: none"> Herramientas de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad de comunicación, gestión y administración. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión Administración Análisis
Recursos Didácticos requeridos		Tiempo Destinado	
Material bibliográfico, pantalla o proyector.		Deberá multiplicar el total de horas por 16 semanas (duración del semestr), las cuales se distribuirán en las unidades de competencia a criterio del docente, TH: 2 X 16 semanas del semestre = 32	
Estrategias de aprendizaje sugerida (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	()	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Método de proyectos	()
Investigación por equipo	(X)	Seminarios	()
Aprendizaje cooperativo	()	Coloquio	()
Ensayo	()	Taller	()
Mapas conceptuales	(X)	Ponencia científica	()
Otros:			
Técnica de Enseñanza sugerida		Marque la técnica empleada (X)	
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del profesor		(X)	
Debate o Panel		()	
Lectura comentada		(X)	
Seminario de investigación		()	
Estudio de Casos		(X)	
Foro		()	
Demostraciones		()	
Ejercicios prácticos (series de problemas)		()	
Experimentación (prácticas)		()	
Trabajos de investigación documental		(X)	
Anteproyectos de investigación		()	
Organizadores gráficos (Diagramas de Venn, Mapas semánticos, etc.)		()	

Otra [especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, discusión dirigida, juego de papeles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras)]:	Discusión dirigida, diario reflexivo
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Ejercicios 50% Asistencia 20% Proyecto final 30%	
PERFIL DEL DOCENTE	
Formación en derecho con experiencia docente	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
BÁSICAS Barquero Cabrera, José Daniel. <i>Manual de relaciones públicas empresariales e institucionales</i> . México: Gestión, 2000. Eguaras, María. <i>Publicaciones corporativas: ¿Qué son y para qué sirven?</i> Barcelona: Mariana Eguaras consultoría editorial, 2013. (Digital). Fernández, Collado, Carlos. <i>La comunicación en las organizaciones</i> . México: Trillas, 2003.	COMPLEMENTARIAS