

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Plan de Estudios
de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

Comunicación para el desarrollo sustentable de las organizaciones

Clave	Semestre 06, 07, 08	Créditos 08			
			Campo de conocimiento	_____	
			Etapa	Profundización	
Modalidad	Curso (x) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X)	P ()	T/P()
Carácter	Obligatorio () Optativo (x) Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
		Semana	Semestre		
		Teóricas 4	Teóricas 64		
		Prácticas 0	Prácticas 0		
		Total 4	Total 64		

Seriación	
Ninguna (x)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	

Asignatura subsecuente			
Objetivo general: El alumno diseñará una estrategia de comunicación para contribuir a la sustentabilidad de las organizaciones.			
Objetivos específicos: Que el alumno: 1. Identifique los principales conceptos relacionados con la rentabilidad y sustentabilidad de las organizaciones. 2. Describa las principales áreas de la organización. 3. Identifique el ambiente competitivo en diferentes tipos de industrias. 4. Reconozca la cadena de valor para mejorar la competitividad de la organización. 5. Proponga una estrategia de comunicación que contribuya a la sustentabilidad de la organización.			
Índice temático			
	Temas	Horas Semestre / Año	
		Teóricas	Prácticas
1	Unidad 1. Bases conceptuales	12	0
2	Unidad 2. El análisis estructural de las industrias y la competitividad	14	0
3	Unidad 3. Ambiente competitivo en las industrias	14	0
4	Unidad 4. Sustentabilidad en las organizaciones	14	0
5	Unidad 5. Análisis de la rentabilidad y la sustentabilidad de una organización como objeto de estudio	10	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	
Contenido Temático			
Temas	Subtemas		
1	Bases conceptuales 1.1 La sociedad y las organizaciones 1.2 La organización como sistemas 1.3 Los enfoques de sistemas y de contingencias 1.4 El medio ambiente externo de las organizaciones 1.5 Responsabilidad social y ética personal 1.6 Los objetivos organizacionales		
2.	El análisis estructural de las industrias y la competitividad 2.1 Competitividad y sustentabilidad 2.2 El análisis estructural dentro de la industria 2.3 Benchmarking 2.4 Dimensiones de la estrategia competitiva		

	2.5 Los grupos estratégicos 2.6 Rentabilidad de las organizaciones
3.	Ambiente competitivo en las industrias 3.1 Competitividad en las industrias fragmentadas 3.2 Competitividad en las industrias emergentes 3.3 Competitividad en las industrias en declinación 3.4 Competitividad en las industrias globales
1.	Sustentabilidad en las organizaciones 4.1 La cadena de valor 4.2 La cadena de valor y la ventaja competitiva 4.3 La diferenciación como ventaja competitiva 4.4 Ventaja competitiva y sustentabilidad en las organizaciones
2.	Análisis de la rentabilidad y la sustentabilidad de una organización como objeto de estudio 5.1 Características de la organización 5.2 Análisis estructural de la organización 5.3 Problemática de la organización 5.4 Análisis de las posibles ventajas competitivas 5.5 Evaluación y conclusiones 5.6 Propuestas de acción
Estrategias didácticas	
Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(x)
Trabajo en equipo	(x)
Lecturas	(x)
Trabajo de investigación	(x)
Prácticas (taller o laboratorio)	()
Prácticas de campo	()
Aprendizaje por proyectos	()
Aprendizaje basado en problemas	(x)
Casos de enseñanza	(x)
Otras (especificar)	()
	Exámenes parciales ()
	Examen final ()
	Trabajo y tareas (x)
	Presentación de Temas (x)
	Participación en clase (x)
	Asistencia (x)
	Rúbricas ()
	Portafolios ()
	Listas de cotejo ()
	Otras (especificar) (x)
	Trabajo final en equipo
Perfil profesiográfico	
Titulo o grado	Licenciado en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines.
Experiencia docente	Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación.
Otra característica	
Bibliografía básica:	

Unidad 1.

CHIVA, Ricardo y César Camisón, *Aprendizaje organizativo y teoría de la complejidad: implicaciones en la gestión del diseño del producto*, Athenea, España, 2002.

KAST E, Freemont y James E. Rosenzweig, *Administración de las organizaciones*, McGraw Hill, México, 1987.

BOLAND, Lucrecia y Otros, *Funciones de la Administración. Teoría y práctica*, Universidad Nacional del Sur, Argentina, 2007.

KRIEGER, Mario, *Sociología de las organizaciones*, México, Pearson Educación, 2011.

LUCAS MARÍN, Antonio, *Sociología de las organizaciones*, McGraw-Hill, Madrid, 2002.

Unidad 2.

ETKIN, Jorge, *Capital social y valores en la organización sustentable: El deber ser, poder hacer y la voluntad creativa*, Granica, Argentina 2007.

KAST E. Freemont y James E. Rosenzweig, *Administración de las organizaciones*, MacGraw- Hill, México, 1987.

CHIAVENATO, *Introducción a la teoría general de la administración*, MacGraw- Hill, México, 2006.

PORTER, Michel E., *La ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*, Ediciones Pirámide, México, 2010.

Unidad 3.

BRICEÑO GIL, Miguel Ángel (Comp.), *Universidad, sector productivo y sustentabilidad*, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2003.

PORTER, Michel E., *La ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*, Ediciones Pirámide, México, 2010

_____, *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*, Editorial Continental, 2000

_____, *Ser Competitivo*, DEUSTO, Barcelona 2008

Unidad 4.

CHRISTOPHER, Martin, *Del insumo al producto: logística y administración de la cadena de valor*, Trillas, México, 2014.

PADILLA, Ramón, *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial: Metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica*, CEPAL, Chile, 2014.

PORTER, Michel E., *La ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*, Ediciones Pirámide, México, 2010.

Bibliografía complementaria:

CORREA, Eugenia y otro, *Estrategias para un desarrollo sustentable frente a las tres crisis: finanzas, economía y medio ambiente*, UAM-I, México, 2013.

CUEVAS, Guillermina, *Hacia una mejora de políticas de la ecoinnovación*, UAM-OCDE, México, 2014.

JOHANSEN BERTOGLIO, Oscar, *Anatomía de la empresa, Una teoría General de las*

organizaciones sociales, Limusa, México 2004.

LENSKOLD, James, *Marketing ROI: El camino a la rentabilidad corporativa, de los clientes y de las compañías*, Mc Graw Hill, México, 2005.

LÓPEZ LUBIÁN, Francisco, *Inversiones alternativas: otras formas de gestionar la rentabilidad*, Wolters Kluwer, España, 2008.

MERCADO, Salvador, *Mercadotecnia estratégica: estrategias para lograr una mayor rentabilidad en la empresa*, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, México, 2000.

PALACIOS PLAZA, Jorge, *Medición del impacto y la rentabilidad de la formación: cómo llegar al ROI de la formación*, Díaz de Santos, España, 2008.

NEVADO, Domingo, *Cómo gestionar el binomio rentabilidad-productividad*, Wolters Kluwer, España, 2007.

MAZZOTTI, Giovanna. *Una perspectiva organizacional para el análisis de las redes de organizaciones civiles del desarrollo sustentable*, UAM-I, México, 2008.

QUINTERO, María Luisa y Carlos Fonseca (Coord.), *Dimensiones económicas, sociales e institucionales del desarrollo sustentable*, Porrúa, México, 2011.

URQUIDI, Víctor, *El desarrollo sustentable: avances, retrocesos y esperanzas*, COLMEX, México, 2004.

VELEZ, Ignacio, *Herramientas para el análisis de la rentabilidad*, Alfaomega, Colombia, 2002.

VOLOPENTESTA, Jorge R., *Análisis y gestión de productividad: el camino hacia el mejoramiento de la rentabilidad y competitividad*, Osmar D. Buyatti, Buenos Aires, 2002.

Capital y crecimiento 8, Competitividad y crecimiento, Cuadernos Fundación BBVA, 2008.
E-información: integración y rentabilidad en un entorno digital, FESABID, Jornadas Españolas de Documentación, 2007.