

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Estrategias de comunicación

Clave	Semestre 5°	Créditos 8	Etapa	Profundización		
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X)	P ()	T/P ()	
Carácter	Obligatorio () Optativo () Obligatorio E () Optativo E (X)	Horas				
			Semana	Semestre		
			Teóricas: 4	Teóricas: 64		
			Prácticas: 0	Prácticas: 0		
			Total: 0	Total: 64		
Seriación						
Ninguna (X)						
Obligatoria ()						
Asignatura antecedente						
Asignatura subsecuente						
Indicativa ()						
Asignatura antecedente						
Asignatura subsecuente						
Objetivo general: Que el alumno identifique los procesos y la metodología para diseñar e implementar una estrategia de comunicación que coadyuve a la consecución de los objetivos de						

comunicación.

Objetivos específicos:

Que el alumno:

- Reconozca la importancia de las estrategias de comunicación y la evolución del concepto de estrategia.
- Sea capaz de aplicar la metodología adecuada para analizar el impacto, desarrollo y aplicación de las estrategias de comunicación.
- Identifique los elementos estratégicos de la comunicación en las organizaciones y proponga acciones puntuales orientadas al logro de objetivos y metas.
- Diseñe estrategias de comunicación de acuerdo a los públicos objetivos.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Estrategia y comunicación. Fundamentos	16	0
2	Las estrategias de comunicación	16	0
3	Metodología y análisis	16	0
4	Diseño de estrategia de comunicación para una organización	16	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	

Contenido Temático

Tema	Subtemas
1.-	Estrategia y comunicación. Fundamentos 1.1 Conceptos de estrategias de comunicación y comunicación estratégica 1.2 Desarrollo y evolución de la teoría estratégica 1.3 Estrategia, plan, programa y tácticas 1.4 Elementos centrales de la estrategia 1.5 Planeación estratégica 1.6 Plan estratégico de comunicación
2.-	Las estrategias de comunicación 2.1 Estrategia de apalancamiento 2.2 Estrategia de adelantamiento 2.3 Estrategia de facilitamiento 2.4 Estrategia de anclamiento 2.5 Estrategias de comunicación externa
3.-	Metodología y análisis 3.1 Metodología para el diseño de estrategias de comunicación 3.2 Análisis FODA y comparativo DOFA 3.3 Análisis de la competencia directa e indirecta 3.4 Análisis coyuntural y del entorno 3.5 Métodos de evaluación de resultados
4.-	Diseño de estrategia de comunicación para una organización

	4.1 Introducción y presentación de la empresa 4.2 Diagnóstico y análisis del entorno 4.3 Planteamiento de problemáticas 4.4 Objetivos y justificación 4.5 Plan, programa y tácticas de comunicación 4.6 Diseño de propuestas 4.7 Evaluación e indicadores	
	Estrategias didácticas	Evaluación del aprendizaje
Exposición	(X)	Exámenes parciales (X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final (X)
Lecturas	(X)	Trabajo y tareas (X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema ()
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase ()
Prácticas de campo	()	Asistencia (X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas ()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios ()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo ()
Otras (especificar)	()	Otras (especificar) ()
Perfil profesiográfico		
Título o grado	Licenciado en ciencias de la comunicación o disciplinas afines	
Experiencia docente	2 años de experiencia.	
Otra característica		
Bibliografía básica:		
Tema 1.		
<ul style="list-style-type: none"> - BUCHANAN, Leigh y Andrew O'CONNELL, <i>Una breve historia de la toma de decisiones</i>. HBR. ENE. 2006. - CARRIÓN, Juan, <i>Estrategia. De la visión a la acción. Introducción a la estrategia</i>. Ed. Alfaomega. - GARRIDO, Francisco Javier, <i>Comunicación estratégica</i>, Ediciones: Gestión 2000, Barcelona, 2001 - PÉREZ, Rafael, <i>Estrategias de comunicación. 2,500 años de estrategia: El paradigma militar</i>. 		
Tema 2.		
<ul style="list-style-type: none"> - D'APRIX, Roger M, <i>La comunicación para el cambio. Cómo conectar el lugar de trabajo con las cambiantes demandas del mercado</i>. Barcelona. México, Granica, 1999. - ELDIN, Francois. <i>El management de la comunicación: de la comunicación personal a la comunicación empresarial</i>. EDICIAL, Buenos Aires, 1998. - GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús. <i>La comunicación interna</i>. Madrid: Editorial Díaz de Santos, 1998. - PÉREZ, Rafael, <i>Estrategias de Comunicación</i>. Ed. Ariel Comunicación, 3er. Edición. - PICAZO MANRIQUEZ, Luis. R; <i>Comunicación estratégica</i>, Edit. McGraw Hill, México, 1995. 		
Tema 3.		

- KOENES, Avelina, *El diagnóstico de la empresa*, Ediciones: Díaz de Santos, Madrid, 1995.
- PRIETO Herrera, Jorge Eliécer, *La gestión estratégica organizacional*, ECOE ediciones, Bogotá, 2003.
- VIDAL Arizabaleta, Elizabeth, *Diagnóstico organizacional*, Ediciones Pyxis, Bogotá, 2000.

Tema 4.

- ÁLVAREZ TORRES, Martín G; *Manual de planeación estratégica*, Ediciones: Panorama, México, 2006.
- LIBAERT, Thierry. *El plan de comunicación organizacional. Cómo definir y organizar la estrategia de comunicación*, México, Limusa, 2005.
- RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín, *Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*, Editorial: Thomson, México, 2005.
- SOLER, Pere, *Estrategia de comunicación en publicidad y relaciones públicas*, Ediciones Gestión 2000, Barcelona, 1997.

Bibliografía complementaria:

- ALMENARA, Aloy Jaume (Coord). *Comunicación interna en la empresa*. Barcelona UOC, 2005.
- ARRIETA ERDOZAIN, Luis. *Un concepto de Comunicación Organizacional. La revista interna y la historieta en la empresa*. México Ed. Diana 1991.
- ARROYO, Luis, *Los cien errores en la comunicación de las organizaciones: ideas, casos y consejos para la excelencia en las relaciones públicas*, Madrid, ESIC, 2003.
- BLAND, Michael. *Comunicación interna eficiente*. Colombia Legis 1992.
- COLLERETTE, Pierre. *La planificación del cambio. Estrategias de adaptación para las organizaciones*. Editorial Trillas, México, 1988.
- COSTA, Joan. *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Bs As. Ed. Crujía 2003/ 257 Págs.
- D'APRIX, Roger M. *La comunicación para el cambio. Cómo conectar el lugar de trabajo con las cambiantes demandas del mercado*. Barcelona. Mex. Granica, 1999/ 204 pág.
- ELIAS JOAN, Mascaray José. *Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación: Diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados*. Barcelona, Gestión, 2000.
- ELDIN, Francois. *El management de la comunicación: de la comunicación personal a la comunicación empresarial*. EDICIAL, Buenos Aires, 1998.
- FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. *La comunicación en las organizaciones*. México Ed. Trillas 2202/ 273 pág.
- FITA TRIAS, Jaume. *Comunicación en programas de crisis*. Barcelona Gestión 2000. 1999/ 217 pág.
- LOSADA DÍAZ, José Carlos. *Gestión de la comunicación en las organizaciones. Comunicación interna, corporativa y de marketing*. Barcelona Ariel 2004/ 556 pág
- MUSGRAVE James. *La dinámica de las relaciones personales en la empresa y los negocios*. Barcelona, México, Paidós, 1997.
- PETIT, Francois. *Psicología de las organizaciones*. Barcelona, Harder, 1984.
- NADLER, D.A. *La retroalimentación y el desarrollo organizacional*. México, Fondo Educativo Interamericano, 1978.

- DE FARIA, Fernando A. *Desarrollo organizacional. Enfoque integral*. Editorial Limusa, México, 1999.
- FRENCH, Wendell L. *Desarrollo organizacional. Aportaciones de las Ciencias de la Conducta para el mejoramiento de la organización*. Editorial Prentice may, México, 1995.
- FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y SÁNCHEZ Salvador, Editores. *100 autores en 500 palabras*. Ed. La Gunilla, México 2013.
- MARTÍN MARÍA, Victoria. "Planificación en comunicación: Tres aproximaciones a su finalidad en las organizaciones". *Razón y palabra* núm 55. Febrero-marzo 2007.
- SALÓ, Nuria. *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. México Paidós 2005.
- VILLAFANE, Justo. *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Ed, Pirámide. Madrid, España, 2003.
- WEIL, Pascale. *La comunicación global. Comunicación institucional y gestión*. Editorial Paidós. España, 1992. 235 p.