



### Datos generales

- Periodo de Examen Extraordinario: **Del 21 al 28 de junio de 2025**
- **Fechas de aplicación: del 23 al 28 de junio de 2025**
- Nombre del profesor(a): María Magdalena Macías Macías
- Correo electrónico del profesor (a): magdamacias@politicas.unam.mx
- Clave de la materia: **2072**
- Nombre de la materia: Estrategias de Comunicación
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: 5°
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): optativa
- Número de créditos: 8

### Características del examen

- **Temario**

#### Unidad 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

#### Unidad 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

#### Unidad 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

#### Unidad 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

- Contenidos a evaluar:

El estudiante deberá **identificar los procesos y la metodología** para diseñar e implementar estrategias de comunicación que conduzcan a la **creación de un Plan Estratégico de Comunicación**. Para ello, el alumno realizará la elaboración de un video del que deberá adjuntar el guion; dicho video debe ser de máximo 15 minutos en el que se hable de los conceptos básicos de la asignatura; por otro lado, realizará la presentación de un Plan Estratégico de Comunicación (PEC), propuesto por el alumno, para una organización real ya sea en la que trabaja, trabajó o que sea de su interés.

Para ello, el estudiante deberá revisar con atención la bibliografía propuesta para el aprendizaje de los temas enunciados dentro del temario aquí expuesto. Lo que le ayudará a identificar los conceptos y aprendizajes para la **elaboración de un Video de divulgación (de forma teórica) y un Plan Estratégico de comunicación (PEC) en la parte práctica.**

- Bibliografía básica

##### Tema 1.

- Buchanan, L., & O'Connell, A. (2006). *Una breve historia de la toma de decisiones*. Harvard Business Review.
- Carrión, J. (n.d.). *Estrategia. De la visión a la acción. Introducción a la estrategia*. Ed. Alfaomega.
- Garrido, F. J. (2001). *Comunicación estratégica*. Ediciones Gestión 2000.
- Pérez, R. (n.d.). *Estrategias de comunicación: 2,500 años de estrategia: El paradigma militar*.

##### Tema 2.



- D'Aprix, R. M. (1999). *La comunicación para el cambio: Cómo conectar el lugar de trabajo con las cambiantes demandas del mercado*. Granica.
- Eldin, F. (1998). *El management de la comunicación: de la comunicación personal a la comunicación empresarial*. EDICIAL.
- García Jiménez, J. (1998). *La comunicación interna*. Editorial Díaz de Santos.
- Pérez, R. (n.d.). *Estrategias de Comunicación*. Ed. Ariel Comunicación (3ra ed.).
- Picazo Manriquez, L. R. (1995). *Comunicación estratégica*. McGraw Hill.

### Tema 3.

- Koenes, A. (1995). *El diagnóstico de la empresa*. Ediciones Díaz de Santos.
- Prieto Herrera, J. E. (2003). *La gestión estratégica organizacional*. ECOE ediciones.
- Vidal Arizabaleta, E. (2000). *Diagnóstico organizacional*. Ediciones Pyxis.

### Tema 4.

- Álvarez Torres, M. G. (2006). *Manual de planeación estratégica*. Ediciones Panorama.
- Libaert, T. (2005). *El plan de comunicación organizacional: Cómo definir y organizar la estrategia de comunicación*. Limusa.
- Rodríguez Valencia, J. (2005). *Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*. Thomson.
- Soler, P. (1997). *Estrategia de comunicación en publicidad y relaciones públicas*. Ediciones Gestión 2000.

### Fuentes complementarias

- Almenara, A. J. (Coord.). (2005). *Comunicación interna en la empresa*. UOC.
- Arrieta Erdozain, L. (1991). *Un concepto de Comunicación Organizacional: La revista interna y la historieta en la empresa*. Ed. Diana.
- Arroyo, L. (2003). *Los cien errores en la comunicación de las organizaciones: ideas, casos y consejos para la excelencia en las relaciones públicas*. ESIC.
- Bland, M. (1992). *Comunicación interna eficiente*. Colombia Legis.
- Collerette, P. (1988). *La planificación del cambio: Estrategias de adaptación para las organizaciones*. Editorial Trillas.
- Costa, J. (2003). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Ed. Crujía.
- D'Aprix, R. M. (1999). *La comunicación para el cambio: Cómo conectar el lugar de trabajo con las cambiantes demandas del mercado*. Granica.
- Elías Joan, M., & Mascaray, J. (2000). *Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación: Diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados*. Gestión.
- Eldin, F. (1998). *El management de la comunicación: de la comunicación personal a la comunicación empresarial*. EDICIAL.
- Fernández Collado, C. (2002). *La comunicación en las organizaciones*. Ed. Trillas.
- Fita Trias, J. (1999). *Comunicación en programas de crisis*. Ediciones Gestión 2000.



- Losada Díaz, J. C. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones: Comunicación interna, corporativa y de marketing*. Ariel.
- Musgrave, J. (1997). *La dinámica de las relaciones personales en la empresa y los negocios*. Paidós.
- De Faria, F. A. (1999). *Desarrollo organizacional: Enfoque integral*. Editorial Limusa.
- French, W. L. (1995). *Desarrollo organizacional: Aportaciones de las Ciencias de la Conducta para el mejoramiento de la organización*. Prentice Hall.
- Fernández Collado, C., & Sánchez, S. (Eds.). (2013). *100 autores en 500 palabras*. La Gunilla.
- Martín María, V. (2007). "Planificación en comunicación: Tres aproximaciones a su finalidad en las organizaciones". *Razón y palabra*, (55).
- Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. Paidós.
- Villafañe, J. (2003). *La buena reputación: Claves del valor intangible de las empresas*. Ed. Pirámide.
- Weil, P. (1992). *La comunicación global: Comunicación institucional y gestión*. Paidós.
  
- Recurso de evaluación

#### Actividades:

#### Este examen consta de 2 secciones: Teórica/Práctica

**Parte Teórica:** realización de un **video de divulgación** para estrategias de comunicación con la presentación del guion. Este video debe ser máximo de 15 minutos y mínimo de 10.

El alumno para realizar el video deberá **elaborar un guion** en el que enuncie y describa:

- 1) Los conceptos básicos sobre: estrategia, estrategias de comunicación y comunicación estratégica; de igual forma, deberá hablar sobre el desarrollo y evolución de la teoría estratégica; así como de los elementos centrales de la estrategia, la importancia de la planeación estratégica y del plan estratégico de comunicación
- 2) También hablará de las distintas estrategias de comunicación que existen: estrategia de apalancamiento, estrategia de adelantamiento, estrategia de facilitamiento, estrategia de anclamiento y estrategias de comunicación externa,
- 3) Y, por último, deberá hablar de la metodología para el diseño de estrategias de comunicación, describirá la metodología y enunciará puntualmente cuales son los principales análisis que conforman dicha metodología: análisis FODA y comparativo DOFA, análisis de la competencia directa e indirecta, análisis coyuntural y del entorno, análisis de los públicos objetivo y por último los métodos de evaluación de resultados de estrategias de comunicación.



4) Realización y presentación del **video de divulgación** elaborado con apoyo del guion realizado con anterioridad.

Considera estos consejos para la elaboración del guion para el video de divulgación:

**Consejos para Crear un Guion Efectivo:**

- **Define el objetivo:** ¿Qué quieres lograr con el video?
- **Conoce a tu audiencia:** Adapta el tono y el contenido al público objetivo.
- **Estructura clara:** Introducción, desarrollo y conclusión.
- **La voz:** la descripción de la información deberá ser clara y pausada.
- **Revisión y edición:** Asegúrate de que el guion fluya y sea coherente. Sí utilizas imágenes que sean coherentes con lo que estás describiendo al igual que la música ambiental.
- **Descripción:** Diseñado para transmitir información de manera clara y efectiva con recursos como sonido ambiental e imágenes.

**Parte Práctica:** esta segunda también se entregará en Word Arial a 11 puntos con interlineado de 1.0. Y en ella, se deberá integrar un Programa Estratégico de Comunicación (PEC), diseñado a partir de una organización elegida por el alumno. Para su entrega se tendrá que auxiliar también de tablas y formatos (explicados en la bibliografía sugerida), así como de los programas necesarios (Excel, por ejemplo) para trazar las evaluaciones y manejo de indicadores necesarios en su PEC.

En esta **parte práctica** del examen el alumno pondrá en práctica sus conocimientos obtenidos para lo cual, diseñará estrategias de comunicación para una organización que él elija y las integrará en un **Plan Estratégico de Comunicación (PEC)** el cual deberá contener:

- Introducción y presentación de la empresa.
- Diagnóstico (Análisis FODA y DOFA)
- Análisis del entorno (Análisis PEST).
- Análisis de la competencia directa e indirecta.
- Planteamiento de problemáticas de la organización elegida.
- Objetivos (empresariales y de comunicación bajo la técnica SMART) y justificación del PEC que propone para la empresa elegida.
- Desarrollo de programas y tácticas de comunicación propuestas a realizar dentro de la organización (diseño de propuestas y planes de acción)
- Calendarización de las tácticas con sus respectivas actividades a realizar dentro de las estrategias de comunicación propuesta para la organización (cronograma o calendario en él, ya sea a través del Gráfico de Gantt u otro recurso; en donde se especifique: objetivo, estrategia a utilizar, acciones/tácticas, plazos, recursos, métodos de evaluación)



- Formas de evaluación que propone e indicadores de las estrategias de comunicación propuestas dentro del PEC.

#### Examen

Elaborado a criterio del Profesor.

#### Criterios de acreditación

Todo aquel estudiante que quiera **acreditar** la materia a través del examen extraordinario deberá cumplir con los requisitos aquí solicitados. Y  **cubrir las dos secciones del examen**: La parte Teórica, con todas los elementos y especificaciones señalados en la zona de **Actividades a realizar**: Recurso de evaluación. Lugar donde viene perfectamente explicado las características de la **Parte Teórica** del examen como de la **Parte Práctica** (Esta última debe ser de una empresa real) con un desarrollo completo como se explica en estos lineamientos.

Cabe destacar que **si falta alguna** de las partes del examen, ya sea la práctica o la teórica, el examen **no será aprobado**.

De igual forma, se **anulará el examen** que presente, **texto copiado o plagio**. Es importante recordar que se deberán incluir el listado de referencias de las fuentes información de donde ha sido extraído el contenido del examen en formato APA. De igual forma, el examen deberá tener:

- Redacción clara, directa, óptima ortografía, referencias de las fuentes consultadas.
- Coherencia en la estructura de los trabajos.
- Entrega en el tiempo establecido: del 23 al 28 de junio del 2025