

2021-1

Diplomado Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

XIII Edición

Diplomado de actualización profesional y opción de titulación para estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Coordinador académico
Mtro. Jorge Estupiñan Munguía



PRESENTACIÓN

El Diplomado en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas es un esfuerzo para ampliar la oferta de opciones de actualización a egresados y profesionales de la Comunicación y, de forma particular, se busca brindar alternativas para lograr la titulación de los egresados del programa educativo de Lic. en Ciencias de la Comunicación.

Los temas resultan pertinentes al perfil profesional y los instructores cuentan con la formación y experiencia necesarias para aportar en una apropiada formación en temas de la comunicación organizacional y las relaciones públicas.

OBJETIVO

- Introducir al participante al conocimiento teórico y práctico de la organización moderna, sus redes de comunicación hacia el interior y sus estrategias de vinculación hacia el exterior.

Específicos

- Identificar problemas y problemáticas relacionados con la comunicación organizacional.
- Planear proyectos y actividades de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.
- Evaluar planes y programas de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.

DIRIGIDO A

- Directores, Coordinadores y Jefes de Áreas de Comunicación Organizacional, Comunicación Corporativa, Comunicación Institucional, Comunicación Interna, Recursos Humanos, Relaciones Humanas, Atención al Cliente, Publicidad, Mercadotecnia, Diseño Gráfico, Relaciones Públicas, Ventas.

- Profesionistas que realizan funciones relacionadas con la comunicación en organizaciones públicas, privadas y del sector social.

- Docentes, investigadores y egresados de disciplinas sociales, económicas y administrativas, interesados en formarse o actualizarse en Comunicación Organizacional.

- Egresados de la Carrera de Lic. en Comunicación Organizacional y Ciencias de la Comunicación que elijan el diplomado como opción para titularse.
- Estudiantes de semestres avanzados de carreras afines y personas interesadas en la temática del diplomado.

PERFIL DE INGRESO

- Interés por problemas de comunicación en y de las organizaciones.
- Disposición para reaprender, aprender permanentemente y colaborar con el aprendizaje de personas y equipos de trabajo.
- Capacidad para escuchar, empatizar, conciliar opiniones, negociar y decidir.
- Actitud crítica, creativa y participativa.

PERFIL DE EGRESO

Competencias para

- Prevenir, detectar, analizar e intervenir situaciones problemáticas y contingenciales de comunicación en las organizaciones.
- Generar propuestas de comunicación mediante el diseño de estrategias, producción de mensajes y selección de los medios más adecuados para atender los distintos públicos y grupos de interés de la organización.
- Conocer y seleccionar las herramientas más adecuadas para evaluar planes, programas, proyectos y actividades de comunicación en empresas e instituciones.

REQUISITOS DE INGRESO

- Solicitud de ingreso
- Copia de Kardex o expediente en el caso de quienes se titularán mediante este diplomado
- Cubrir la cuota de inscripción estipulada por la institución

- Pagar la inscripción total al Diplomado en el periodo establecido por la Coordinación (no se realizarán reembolsos bajo ninguna circunstancia).
- Asistir a las sesiones con equipo portátil de cómputo, con acceso a Internet y audífonos.

EVALUACION Y ACREDITACION

Cada uno de los módulos será evaluado bajo el esquema de ensayo, trabajo en grupo y prácticas integradoras del conocimiento, según lo establecido por los instructores.

Para acreditar el diplomado se requiere:

- Tener una asistencia mínima de 80 % del total de las sesiones.
- Acreditar cada módulo con una calificación mínima de 80 (ochenta) y obtener un promedio global mínimo de 80 (ochenta) en el Diplomado.
- No tener adeudos por concepto de inscripción y colegiatura del diplomado.

CUPO

- El cupo del diplomado es de 20 estudiantes como mínimo y máximo 25

DURACIÓN Y CALENDARIO

Módulo	Programación
1. El Individuo, las organizaciones y la Sociedad en el Contexto de la Globalización.	Enero 16 y 23
2. Funciones Estratégicas de la Comunicación en las Organizaciones.	Enero 30 y febrero 6
3. Análisis de la Comunicación en las Organizaciones.	Febrero 13 y 20



4. Diseño integral de oficinas, planes, programas y proyectos de comunicación en las organizaciones	Febrero 27 y marzo 6
5. Relaciones Públicas Corporativas.	Marzo 13 y 20
6. Plataforma y Gestión Corporativa de Medios Sociales.	Marzo 27 y abril 3

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

TIPO	NÚMERO DE HORAS
<i>Sesiones virtuales</i>	60
Asesoría en línea y realización de prácticas supervisadas	60
TOTAL DE HORAS	120

CONTENIDO TEMATICO

#	NOMBRE DEL MÓDULO	DURACIÓN (HRS)	INSTRUCTOR DEL MÓDULO	TEMARIO INDICATIVO DEL MÓDULO	MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	SISTEMA DE EVALUACIÓN
1	El Individuo, las organizaciones y la Sociedad en el Contexto de la Globalización.	20	Carlos Guillermo Tena Figueroa	<p>Tema 1. Importancia de las organizaciones, su naturaleza y clasificación.</p> <p>1.1.- Las organizaciones, los individuos y la sociedad.</p> <p>1.2.- Tipos de organización.</p> <p>1.3.- Estructura de las organizaciones.</p> <p>Tema 2. Teorías o escuelas organizacionales</p> <p>2.1.- Escuela o Teoría Clásica.</p> <p>2.2.- Escuela o Teoría de las Relaciones Humanas.</p> <p>2.3.- Escuela o Teoría de los Sistemas Sociales.</p> <p>Tema 3. Comportamiento organizacional</p> <p>3.1.- Motivación.</p> <p>3.2.- Formalización.</p> <p>3.3.- Liderazgo.</p> <p>3.4.- Poder.</p> <p>3.5.- Conflicto.</p> <p>3.6.- Centralización.</p> <p>3.7.- Trabajo en equipo.</p>	<p>Presentaciones</p> <p>Búsquedas en Internet,</p> <p>exposiciones magistrales,</p> <p>discusión en equipo.</p>	<p>Participación, asistencia, reportes de aplicación, resolución de casos.</p>

				<p>Tema 4. Teorías de recursos humanos 4.1.- Teoría de la jerarquía de las necesidades humanas. 4.2.- Teorías “X” e “Y”.</p> <p>Tema 5. Clima organizacional 5.1.- La Actitud y sus Componentes. 5.2.- El Clima Defensivo. 5.3.- El Clima de Apoyo.</p>		
2	<p>Funciones Estratégicas de la Comunicación en las Organizaciones.</p>	20	<p>Carlos Guillermo Tena Figueroa</p>	<p>Tema 1. Origen y evolución de la Comunicación Organizacional 1.1.- Antecedentes de la Disciplina. 1.2.- Historia y desarrollo. 1.3.- Definiciones Conceptuales. 1.4.- La Interdisciplinariedad.</p> <p>Tema 2. Sistema y funciones estratégicas de la comunicación organizacional 2.1.- Redes Formales e Informales. 2.2.- Propósitos de los Mensajes. 2.3.- Formas de Interacción Humana. 2.4.- Métodos de Difusión.</p> <p>Tema 3. Diagnóstico e intervención 3.1.- Los Grupos de Aprendizaje.</p>	<p>Presentaciones Búsquedas en Internet, exposiciones magistrales, discusión en equipo.</p>	<p>Participación, asistencia, reportes de aplicación, resolución de casos.</p>

				<p>Tema 4. Comunicación organizacional y administración 4.1.- Comunicación Interna. 4.2.- Comunicación Reactiva. 4.3.- Comunicación Proactiva.</p> <p>Tema 5. Comunicación y Desarrollo organizacional 5.1.- El Desarrollo Organizacional. 5.2.- Modelos de intervención.</p>		
3	Análisis de la Comunicación en las Organizaciones.	20	Jorge Alfredo Estupiñán Munguía	<p>Tema 1. Propuestas metodológicas para el análisis de la comunicación organizacional. 1.1.- Auditoría y diagnóstico. Características, alcances y limitaciones. 1.2.- Diagnóstico de comunicación interna. 1.3.- Auditoría de imagen corporativa. De la autoimagen a la imagen pública. 1.4.- Modelos de evaluación de la comunicación externa.</p> <p>Tema 2. Taller de proyectos de evaluación de la Comunicación Organizacional 2.1.- Estructuración del proyecto. 2.2.- Definición y operacionalización de las variables analíticas.</p>	Exposiciones magistrales, discusión dirigida, cumplimiento de asignaciones, presentaciones, análisis de casos	Participación, asistencia, reportes de aplicación, resolución de casos.

				<p>2.3.- Construcción de las herramientas para registrar y producir información.</p> <p>2.4.- Sistematización, análisis e interpretación de la información producida.</p>		
4	<p>Diseño integral de oficinas, planes, programas, proyectos e indicadores de comunicación en las Organizaciones</p>	20	<p>Jorge Alfredo Estupiñán Munguía</p>	<p>Tema1. De la planeación instrumental a la planeación participativa</p> <p>1.1.- Limitaciones del enfoque instrumental.</p> <p>1.2.- Análisis del modelo integral de planeación. La relevancia de la dimensión comunicativa y el recurso humano como proyecto.</p> <p>Tema 2. Taller de construcción y diseño de programas y proyectos de comunicación organizacional.</p> <p>2.1.- Herramientas para la identificación, descripción y análisis situacional de problemáticas de comunicación en el ámbito de las organizaciones.</p> <p>2.2.- Análisis de los efectos y definición de los distintos tipos de causas intervinientes. 2.3.- Identificación del ámbito de gobernabilidad e intervención.</p>	<p>Exposiciones magistrales, discusión dirigida, cumplimiento de asignaciones, presentaciones, análisis de casos</p>	<p>Participación, asistencia, reportes de aplicaciones.</p>

				<p>2.4.- Diseño del proyecto de intervención.</p> <p>2.5.- Construcción de viabilidad institucional, política y técnica para los proyectos diseñados.</p>		
5	Relaciones Públicas Corporativas.	20	Alberto Bernal Maldonado	<p>Tema 1. Origen y evolución de las Relaciones Públicas</p> <p>1.1.- Antecedentes históricos.</p> <p>1.1.- El profesional de las Relaciones Públicas.</p> <p>Tema 2. El Modelo de Comunicación para las Relaciones Públicas</p> <p>2.1.- El Modelo de Comunicación para las R. P. en el Contexto Social.</p> <p>2.2.- Relaciones públicas y comunicación organizacional</p> <p>Tema 3. El Departamento de Relaciones Públicas</p> <p>3.1.- Organización del departamento de R. P.</p> <p>3.2.- Relaciones públicas y organización.</p> <p>Tema 4. Metas de los Mensajes de Relaciones Públicas</p> <p>4.1.- El público receptor. Construcción del mapa de públicos.</p>	Exposiciones magistrales, discusión dirigida, cumplimiento de asignaciones, presentaciones, análisis de casos	Participación, asistencia, reportes de aplicaciones

				<p>4.2.- Componentes racionales u objetivos de los mensajes.</p> <p>4.3.- Componentes irracionales o subjetivos de los mensajes.</p>		
6	Plataforma y Gestión Corporativa de Medios Sociales.	20	José Alberto Bueno	<p>Tema 1: Redes sociales de 2do nivel, características y formas de uso</p> <p>1.1.- Nuevas redes sociales, lo que se viene...</p> <p>1.2.- Principales plataformas: Blogspot, Wordpress, tumblr.</p> <p>1.3.- Youtube y videos online.</p> <p>1.4.- Recursos Multimedia: Podcast, Video, Fotos, Documentos.</p> <p>1.5.- Las Redes sociales.</p> <p>Tema 2: El uso de las redes sociales como estrategia de vinculación empresarial con el entorno social.</p> <p>2.1.- Identidad digital.</p> <p>Tema 3. Taller de producción</p> <p>3.1.- Uso y manejo de canales de Social Media Marketing para generar Experiencias de comunicación interna y externa.</p> <p>3.2.- Definiendo la estrategia de su organización.</p>	Exposiciones magistrales, discusión dirigida, cumplimiento de asignaciones, presentaciones, análisis de casos	Participación, asistencia, reportes de aplicaciones



NUCLEO ACADÉMICO

NOMBRE INSTRUCTOR (A)	DEPENDENCIA, INSTITUCIÓN, DEPARTAMENTO	CORREO ELECTRÓNICO
Jorge Alfredo Estupiñán Munguía	PSICOM	jae@sociales.uson.mx
Carlos Guillermo Tena Figueroa	Etc, Consultoría en Comunicación y Desarrollo Organizacional	carlosgtf@hotmail.com
Alberto Bernal Maldonado	PSICOM	abernal@psicom.uson.mx albertobernal@psicom.uson.mx
José Alberto Bueno	Esdigital	albertobueno@esdigital.com.mx

REFERENCIAS

Textos básicos

LOSADA, José Carlos (coord.) (2005) *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Ariel, Barcelona.

SOTELO, C. (2001) *Introducción a la comunicación institucional*. Ariel, Barcelona.

COSTA, Joan. (ed.) (2004) *DirCon on-line*. Grupo Editorial Design. La Paz.

Otras referencias bibliográficas

BEL MALLÉN, J. I. (coord.) (2004) *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Eunsa, Pamplona.

DANSEREAU, F. y MARKHAM, S. (1987) "Superior-subordinate communication: multiple levels of analysis". En: JABLIN, F., PUTNAM, L., ROBERTS, K. y PORTER, L. (eds.) *Handbook of organizational communication*, Sage, Newbury Park.

DEETZ, S. (2001) *Conceptual foundations*. En: JABLIN, Frederic M. y PUTNAM, Linda L. (eds.) *The new handbook of organizational communication. Advances in Theory, Research and Methods*. Sage, Thousand Oaks.

GRUNIG, J. E. (ed.) (1992) *Excellence in public relations and communication management*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.

HEAT, R. (ed.) (2001) *Handbook of public relations*. Sage, Thousand Oaks.

LAPORTE, J. M. (2001) *Entusiasmar a la propia institución. Gestión y comunicación interna en las organizaciones sin ánimo de lucro*. Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid.

- MILLER, K. y MONGE, P. (1986) "Participation, satisfaction, and productivity: A meta-analytic review", en *Academy of Management Journal*, 29 (4), pp. 727-753.
- PORTO SIMOES, R. (1993) *Relaciones públicas, función política*. Consejo Superior Comunicación y Relaciones Públicas de España, Barcelona.
- PRECIADO, Á. (2007) *Comunicación directiva. Influencia del estilo de dirección en la comunicación interna de las organizaciones*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- SERNA GÓMEZ, Humberto. (ed.) (1992) *Mercadeo corporativo. El servicio al cliente interno*. Legis. Bogotá.
- SERNA GÓMEZ, Humberto. (ed.) (1996). *Planeación y gestión estratégica*. Ram Editores. Bogotá.
- WILCOX, D. et al. (2001) *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas*, Addison Wesley, Madrid.

SEMBLANZA INSTRUCTORES

Carlos Guillermo Tena Figueroa. Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y Maestro en Competitividad Organizacional por la Universidad del Noroeste.

Fue profesor de tiempo completo en la Carrera de Lic. En Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora por 33 años, (1984-2016), año en el que se jubiló. Actualmente, es instructor externo de la Universidad de Sonora, asesor OnLine de materias virtuales en la Universidad del Desarrollo Profesional, UNIDEP y dirige junto con el Mtro. Jorge Estupiñán, ETC, despacho de consultoría en comunicación y desarrollo organizacional.

Está certificado en el diseño y ejecución de cursos de capacitación por CONOCER y ha brindado conferencias, cursos, diplomados y asesorías a directivos y personal de la Delegación Estatal y Oficinas Federales de INEGI, Hospital CIMA, Congreso del Estado de Sonora, Ayuntamiento de Hermosillo, Megacable y Liceo Thezia, entre otros organismos. Socio fundador de ETC, Estupiñán y Tena, Consultores en Comunicación y Desarrollo Organizacional.

Jorge Estupiñán Munguía. Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sonora y cuenta con estudios de Maestría en Comunicación por la UNAM. Es profesor de tiempo completo en la Carrera de Comunicación de la Universidad de Sonora desde hace 31 años. Actualmente es titular del espacio educativo: Prácticas Profesionales de la Comunicación Organizacional, coordina el Corporativo de Comunicación Organizacional y el Eje Especializante de Comunicación Organizacional de la misma carrera.

Fue Secretario y Director en Funciones de la División de Ciencias Sociales, Director de Extensión Universitaria por dos períodos durante los cuales diseñó y puso en operaciones el Programa Institucional de Educación Continua de la Universidad de Sonora y el Sistema CULTUREST de acreditaciones culturales.

Fue Vicepresidente del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencia de la Comunicación (CONEICC), Vocal por la Región Noroeste de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC), fundador y presidente del Colegio Mexicano de Gestores Culturales. Es miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionistas de Comunicación (AMIPCO).

Está certificado en Impartición de cursos de capacitación por CONOCER y ha participado en la coordinación, diseño, evaluación e instrumentación de planes, programas de estudio, capacitación y vinculación en los niveles de licenciatura, educación continua y posgrado en la Universidad de Sonora, Universidad Kino, Universidad Estatal de Sonora (antes CESUES), Universidad de Celaya, en Guanajuato, Universidad Autónoma Benito Juárez de Durango, Universidad Autónoma de Baja California Sur, en la Paz, Universidad de Occidente en Sinaloa.

Como capacitador externo ha brindado sus servicios al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), al Centro de Capacitación Regional de la CFE en Celaya, a la Subdirección Regional del INEGI, al Centro de Capacitación del Gobierno del Estado de Sonora (CECAP), al Programa Institucional de Educación Continua de la Universidad de Sonora; a CONAGUA, Megacable y a Comisión Federal de Electricidad entre otras instituciones y empresas.

Es socio fundador de Estupiñán&Tena Consultores (ETC), especializada en servicios de consultoría en Comunicación y Desarrollo Organizacional.

Alberto Bernal Maldonado. Profesor del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación, UNISON 2006-2 – 2010-2. Lic. en Ciencias de la Comunicación, (1990-1994 UNISON). Estudió la Maestría en Comunicación Pública. Profesor de comunicación organizacional, relaciones públicas, teorías de la comunicación, práctica de la comunicación en el ámbito de las organizaciones, planeación de estrategias de comunicación, intervención y evaluación de estrategias de comunicación, seminario teórico de comunicación

organizacional. Jefe de Recursos Humanos (enero de 2003 a Abril de 2006) en la Dirección de Seguridad Pública Municipal de Hermosillo, Sonora. Coordinador de Centro de Capacitación del Municipio de Hermosillo de Abril a Noviembre de 2006). Certificado por la CFE como auditor en los procesos de Gestión de la Calidad en las Organizaciones.

2005 y del cual se tituló en marzo del mismo año, obteniendo un reconocimiento especial por su trabajo de titulación en el tema de Educación, con el cual continuó sus estudios de posgrado en la Escuela Normal Superior de Hermosillo, donde obtuvo el grado de Maestro en Educación, campo: Formación Docente, en junio de 2008.

Alberto Bueno.

Es egresado de la Carrera de Lic. en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, especialista en Marketing Digital, Community Manager con más de 6 años de experiencia. Administrador de presencia en línea de más de 20 marcas en México y el Noroeste. Especialista en producción de contenidos CM de cuentas como IHOP, OCV Hermosillo, Chevrolet, Hotel San Angel, ExpoGan Sonora, entre otros.