

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Elaboró:	Mtra. María Verónica Kushelewich Salazar	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. Judith Negrete Méndez	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Alejandro Sampetro Mendoza	Unidad Académica Profesional Huehuetoca

Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
	<u>23 de Enero de 2023</u>	<u>23 de Enero de 2023</u>

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Unidad Académica Profesional Huehuetoca**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación, 2018**

Unidad de aprendizaje **Comunicación estratégica**

Carga académica	2	2	4	6
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatoria** Tipo **Curso-taller** Periodo escolar **Octavo**

Área curricular **Comunicación** Núcleo de formación **Integral**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común
Licenciatura
No presenta



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



II. Presentación del programa de estudios.

Los cambios en el macroambiente derivados de la tecnología y las nuevas formas de socialización, obligan tanto a los individuos como a las organizaciones a buscar y generar nuevas formas de interacción. En este contexto es que cobra vital importancia la comunicación organizacional, Norberto Chaves (2010) comenta que la comunicación ha pasado de ser área táctica a ser parte estratégica del desarrollo organizacional.

En este contexto es que el programa de la unidad de aprendizaje Comunicación Estratégica resalta no solo la necesidad de desarrollar habilidades que permitan diagnosticar las condiciones comunicativas de una organización pública o privada, sino de ser capaz de desarrollar estrategias que destaquen sus fortalezas y sus áreas de oportunidad de modo que sea capaz de subsistir y crecer en un ambiente altamente competitivo y cambiante.

El programa de la UA Comunicación Estratégica está conformado por tres unidades temáticas: la primera comprende los pilares fundamentales de la materia, comunicación estratégica, en la cual se definirá qué es la estrategia y sus dimensiones, dando paso al abordaje del pensamiento estratégico para la toma de decisiones, considerando las nuevas formas de liderazgo, para posteriormente exponer los elementos de la comunicación asertiva.

En la segunda unidad temática se analizan las dimensiones que sustentan tanto la identidad como la imagen institucional y fortalezcan el proceso de semiosis institucional a partir de la adecuada utilización de las herramientas humanas y tecnológicas disponibles. Asimismo, se plantea el desarrollo de un plan de comunicación adecuado que contemple las nuevas perspectivas y herramientas comunicativas, específicamente en el ámbito digital.

La tercera unidad temática se enfoca en identificar situaciones de crisis y aplicar las estrategias comunicativas para enfrentarlas de manera adecuada. De la misma manera, se analizarán casos que ejemplifiquen lo anterior para que el alumno sea capaz de llevar a la praxis todo lo anterior.

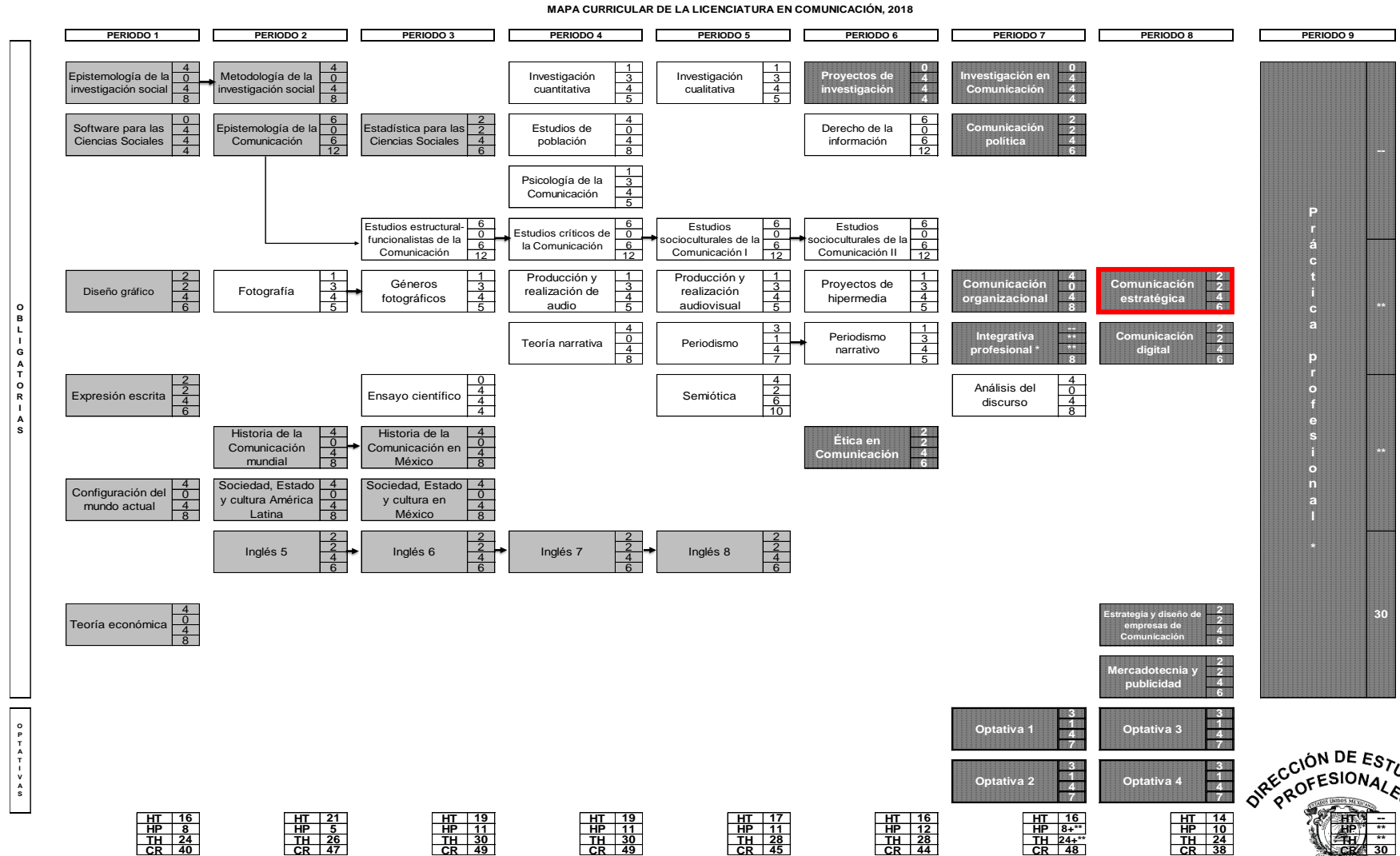


Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





**Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales**



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8																
						<table border="1"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Guionismo	3		1		4		7									
Guionismo	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Producción editorial</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Producción editorial	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Periodismo digital	3		1		4		7
Producción editorial	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Periodismo digital	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y cambio social	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y educación	3		1		4		7
Comunicación y cambio social	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Comunicación y educación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Relaciones públicas	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estrategias de Comunicación política	3		1		4		7
Relaciones públicas	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estrategias de Comunicación política	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Derechos de autor	3		1		4		7								
Derechos de autor	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td><i>Intercultural communication</i>¹</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	<i>Intercultural communication</i> ¹	3		1		4		7								
<i>Intercultural communication</i> ¹	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Arte y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Arte y Comunicación	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estudios sobre cine	3		1		4		7
Arte y Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estudios sobre cine	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Economía política de la Comunicación	3		1		4		7									
Economía política de la Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 11 líneas de seriación
Créditos mínimos 22 y máximos 49 por período escolar.
* Actividad académica.
** Las horas de la actividad académica.
¹ UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

■	Núcleo básico obligatorio.
■	Núcleo sustantivo obligatorio.
■	Núcleo integral obligatorio.
■	Núcleo integral optativo

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52
	18
	70
	122

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58
	34
	92
	150

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2 *	16
	20+ ^{**}
	36+ ^{**}
	90

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 UA	12
	4
	16
	28

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

UA obligatorias	46 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.

Objetivos del núcleo de formación:

Proveer al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones de intervención profesional o campos emergentes de la misma.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural funcionalismo, estudios críticos y estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico-metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura.

Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y organizacional.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar, desde los diferentes enfoques teóricos y metodológicos, los escenarios en los cuales debe desarrollarse la comunicación, mediante el examen de los elementos que intervienen en la comunicación estratégica, a partir de la valoración de las reacciones internas y externas de las organizaciones para alcanzar una determinada meta y contribuir a la elección adecuada de las alternativas posibles.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad temática 1. Comunicación y estrategia

Objetivo: Distinguir los pilares fundamentales de la comunicación estratégica, partiendo de la definición de la estrategia y sus dimensiones para posteriormente exponer los elementos de la comunicación asertiva.

Temas:

- 1.1 La estrategia
 - 1.1.1 Dimensiones de la estrategia
 - 1.1.2 Pensamiento estratégico para la toma de decisiones
 - 1.1.3 Nuevas formas de liderazgo
- 1.2 ¿Qué es la comunicación estratégica?
 - 1.2.1 Ámbitos de la comunicación estratégica
 - 1.2.2 Comunicación táctica
- 1.3 Articulación comunicación estratégica-estrategias de comunicación
 - 1.3.1 Gestión del conflicto
 - 1.3.2 Comunicación asertiva

Unidad temática 2. Diagnóstico y diseño de estrategias

Objetivo: Distinguir los elementos necesarios para realizar un diagnóstico organizacional y, a partir de él, deconstruir el proceso de semiosis institucional para el adecuado diseño de las estrategias de comunicación en una organización.

Temas:

- 2.1 Diseño de estrategias
 - 2.1.1 Procesos de diseño
 - 2.1.2 Identidad e Imagen
 - 2.1.3 Semiosis institucional
- 2.2 Desarrollo del plan de comunicación estratégica
 - 2.2.1 Nuevas perspectivas de comunicación en las organizaciones
 - 2.2.2 Objetivos, mensajes y públicos
 - 2.2.3 Canales de comunicación para el despliegue
- 2.3 Comunicación digital
 - 2.3.1 Social Media Plan
 - 2.3.2 Web y blogs
 - 2.3.3 Newsletter
- 2.4 Evaluación del plan de comunicación
 - 2.4.1 Indicadores
 - 2.4.2 Métricas para el control y seguimiento



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



Unidad temática 3. Comunicación de crisis: definición y estudio de casos.

Objetivo: Distinguir las características del plan de comunicación estratégica para su adecuada implementación, a través de las diferentes herramientas, tanto en situaciones normales como en tiempos de crisis.

3.1 Comunicación de crisis

3.1.1 Definición y su impacto en la organización

3.1.2 Tipología y alcances

3.1.3 Análisis de contingencias

3.2 Estrategias de comunicación integral

3.2.1 Análisis de casos

3.2.2 Ámbitos de praxis



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

Carrillo, M. V. y Tato, J. L. (2004). *La nueva dimensión de comunicación empresarial en el entorno de los activos intangibles*. La comunicación espiral. *Razón y Palabra*, 39. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n39/carrillotato.html>

Deutsche Welle (2019). *Análisis de redes sociales*. Guía práctica para periodistas y otros profesionales de la comunicación. Disponible en: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj11-](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj11-LQoqf7AhXZC0QIHWaSAjCQFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Fstatic.dw.com%2Fdownloads%2F54781938%2Fdw-akademie-social-media-analyticsspanish.pdf&usg=AOvVaw0N7MGpVrXhQ5YSzdUhAIA_)

[LQoqf7AhXZC0QIHWaSAjCQFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Fstatic.dw.com%2Fdownloads%2F54781938%2Fdw-akademie-social-media-analyticsspanish.pdf&usg=AOvVaw0N7MGpVrXhQ5YSzdUhAIA_](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj11-LQoqf7AhXZC0QIHWaSAjCQFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Fstatic.dw.com%2Fdownloads%2F54781938%2Fdw-akademie-social-media-analyticsspanish.pdf&usg=AOvVaw0N7MGpVrXhQ5YSzdUhAIA_)

Losada, J.C. (2018). (No crisis) *Comunicación de crisis en un mundo conectado*. Barcelona, España: Editorial UOC

Maciel, M., Salcedo, J.A., Sampedro, A., y Rocha A. U. (2022). *Entropía: mal de amores organizacional. Hacia una retroacción comunicativa*.

Mateos-Aparicio, S. & Burrueco, A. (2022) Guía definitiva: métricas en redes sociales. Disponible en: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj11-](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj11-LQoqf7AhXZC0QIHWaSAjCQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fmedia.trustadiv.com%2Fproduct-downloadables%2FGR%2F4T%2F6LIDGVEKWXXKG.pdf&usg=AOvVaw0yQs8AKQiucc3wBZyoUKwW)

[LQoqf7AhXZC0QIHWaSAjCQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fmedia.trustadiv.com%2Fproduct-downloadables%2FGR%2F4T%2F6LIDGVEKWXXKG.pdf&usg=AOvVaw0yQs8AKQiucc3wBZyoUKwW](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwj11-LQoqf7AhXZC0QIHWaSAjCQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fmedia.trustadiv.com%2Fproduct-downloadables%2FGR%2F4T%2F6LIDGVEKWXXKG.pdf&usg=AOvVaw0yQs8AKQiucc3wBZyoUKwW)

Pérez, R. A. (2012). Comunicación estratégica: sí claro. Pero, ¿qué implica “estratégica”? *Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales*, n° 2. Disponible en <http://revistametacomunicacion.files.wordpress.com/2011/10/articulo-11.pdf>

Rodríguez M. D. (2016). *Diagnóstico Organizacional*, Chile, Alfaomega Grupo Editor.

VAN RIEL, C. (2003). Nuevas formas de comunicación organizacional. *Razón y Palabra*. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n34/cvanriel.html>

Complementario:

Carrillo D. M. V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5(2), 22-46. Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org>



Garrido, F. J. (2004). *Comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Barcelona: Gestión, 2000.

Rodríguez M., D. y Opazo Ma. Del Pilar. (2009). *Comunicaciones de la Organización*. México, Alfaomega Grupo Editor.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno