

SÍLABO DEL CURSO DE IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA

I. INFORMACIÓN GENERAL:	
1.1 Facultad:	Comunicaciones
1.2 Carrera Profesional:	Comunicación Audiovisual en Medios Digitales /Comunicación Corporativa/ Comunicación y Periodismo/ Comunicación y Publicidad/ /Ciencias de la Comunicación
1.3 Departamento:	----
1.4 Requisito:	Fundamentos de Marketing y Publicidad – Ciclo 3. Malla 2012. 90 Créditos aprobados - Malla 2013
1.5 Periodo Lectivo:	2014-I
1.6 Ciclo de Estudios:	6to Ciclo Malla 2013 4to Ciclo Malla 2012
1.7 Inicio – Término:	24 marzo 2014 - 19 julio 2014
1.8 Extensión Horaria:	8 HT (04 HC - 4HNP)
1.9 Créditos:	4

II. SUMILLA:

Identidad y Comunicación Corporativa es un curso del área formativa que orienta al alumno a comprender los componentes organizacionales en función a desarrollar estrategias de comunicación orientadas a consolidar la imagen y reputación corporativa; explicar la importancia de gestionar y proyectar de manera integral los sistemas de comunicación de una empresa u organización, el liderar cambios, establecer programas de cultura e identidad corporativa, diagnosticar y planear estratégicamente la comunicación según los diferentes públicos y entornos.

El contenido del curso aborda los siguientes temas: comunicación interna y externa, diagnóstico de la comunicación, elaboración de planes de comunicación, etc.

III. LOGRO DEL CURSO:

El alumno al culminar el curso describirá los principios y dimensiones de la identidad e imagen corporativa y los vinculará a la gestión de comunicación con los diferentes *stakeholders*, propiciando una repercusión favorable a las actividades empresariales.

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE:

Nombre de Unidad I: Identidad Corporativa					
Logro de Unidad: al finalizar la unidad el estudiante analiza y compara el contexto histórico de la gestión de la comunicación a nivel internacional, sintetizándolo en el tiempo, además de comprender las características fundamentales y necesarias de la organización y la comunicación a través de la presentación de un informe.					
Semana	Contenidos				
	Saberes Básicos	Actividades de Aprendizaje		Recursos	Evaluación (criterios de evaluación)
		Horas Presenciales	Horas No Presenciales		
1	<p>Definición de comunicación organizacional</p> <p>La organización, empresa u organización: elementos, características, objetivos organizacionales, dimensiones, mediación dialéctica, características.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Revisa el contenido del sílabo y realiza preguntas para aclarar sus dudas Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente Forma equipo de trabajo a fin de realizar trabajos asignados por el docente. Participa con ejemplos en video y fotografía 	<p>Realiza búsqueda de información en textos para representar la línea del tiempo en el contexto histórico de la Comunicación Organizacional.</p> <p>Visualiza el video: <i>The Corporation</i> y presentar un informe sobre lo que es comunicación organizacional y su importancia en la organización</p>	<p>Material bibliográfico</p> <p>PPT</p> <p>Sillabus</p> <p>Videos</p>	<p>C1: Participación y discusión en clase</p> <p>C2: Presentación creativa de la línea del tiempo de la comunicación organizacional</p> <p>C3: Presentación ordenada, clara y bien redactada del informe de visualización</p>
2	<p>Definición de comunicación organizacional</p> <p>Concepto multidimensional de la comunicación corporativa.</p> <p>Identidad corporativa: misión, visión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Debate Definición de comunicación organizacional Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	<p>Realiza Búsqueda de información en textos para representar la línea del tiempo en el contexto histórico de la Comunicación Organizacional.</p>	<p>Material bibliográfico</p> <p>PPT</p> <p>Sillabus</p> <p>Videos</p>	<p>C1: Participación y discusión en clase</p> <p>C2: Presentación creativa de la línea del tiempo de la comunicación organizacional</p> <p>C3: Presentación ordenada, clara y bien redactada del informe de visualización</p>
3	<p>Identidad corporativa: Actitudes, valores, creencias</p> <p>La cultura corporativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> Debate sobre Identidad corporativa: Actitudes, valores, creencias Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente Participa con ejemplos sobre el tema de la 	<p>Revisa información sobre cómo se aplica la comunicación organizacional en otros ámbitos como el religioso, educativo, político y elabora un informe</p>	<p>Material bibliográfico</p> <p>PPT</p> <p>Sillabus</p> <p>Videos</p>	<p>C1: Participación en clase</p> <p>C2: Informe escrito: claro, conciso y bien redactado de la información seleccionada</p>

		sesión.			
4	El comportamiento corporativo El clima organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Debate sobre el comportamiento corporativo • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Revisa información sobre cómo se aplica la comunicación organizacional en otros ámbitos como el religioso, educativo, político y elabora un informe	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	C1: Participación en clase C1: Informe escrito: claro, conciso y bien redactado de la información seleccionada

Evaluación: (T1): Presentación de línea del tiempo + informe del vídeo + informe de cómo se aplica la comunicación organizacional

Nombre de Unidad II: Identidad visual

Logro de Unidad: Reconocer, analizar y validar los elementos de un identificador visual

Semana	Contenidos				Evaluación (criterios de evaluación)
	Saberes Básicos	Actividades de Aprendizaje		Recursos	
		Horas Presenciales	Horas No Presenciales		
5	El símbolo El logotipo: tipos La tipografía	<ul style="list-style-type: none"> • Debate la importancia de los símbolos, logotipos y la tipografía • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Confecciona una carpeta con identificadores visuales de un rubro. Analiza el uso de la tipografía y gama cromática en los identificadores visuales de la carpeta	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	C1: Participación en clase C2: Presentación ordenada y creativa de la carpeta C3: Presentación clara, bien redactada y analítica del identificador
6	La gama cromática Manual de identidad corporativo	<ul style="list-style-type: none"> • Debate sobre el manual de identidad corporativa • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Confecciona una carpeta con identificadores visuales de un rubro. Analiza el uso de la tipografía y gama cromática en los identificadores visuales de la carpeta	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	C1: Participación en clase C2: Presentación ordenada y creativa de la carpeta C3: Presentación clara, bien redactada y analítica del identificador

Evaluación T2: Presentación de carpeta + análisis de identificador + informe de visita

7	Visita a una empresa, organización o institución local: revisión del manual de identidad	Pautas para la presentación del informe	Relacionar aspectos observados con los conceptos aprendidos en clase	Revisión bibliográfica	Presentación de informe sobre visita.
---	--	---	--	------------------------	---------------------------------------

8 **EXAMEN PARCIAL:** examen teórico – práctico de conceptos

Nombre de Unidad III: Imagen corporativa.

Logro de Unidad: Comprender la diferencia entre identidad e imagen. Conseguir recopilar información de imagen utilizando herramientas válidas y apropiadas y presentar un discurso coherente

9	Imagen vs Identidad Componentes de la imagen corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Debate sobre la imagen vs Identidad • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Elige una empresa, institución u organización: recoger imagen utilizando los instrumentos adecuados	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	C1:Uso de instrumentos: recopilación de información
10	Estrategias de imagen Técnicas de medición	<ul style="list-style-type: none"> • Debate sobre estrategias de imagen • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Elige una empresa, institución u organización: recoger imagen utilizando los instrumentos adecuados	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	C1:Uso de instrumentos: recopilación de información
11	Públicos Reputación	<ul style="list-style-type: none"> • Debate sobre la reputación en las organizaciones. • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Elección de una empresa, institución u organización: presentar informe	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	C1:Presentación ordenada, clara bien redactada del informe

Evaluación (T3): Recoger información sobre imagen + presentar informe sobre imagen seleccionando los públicos adecuados

Nombre de Unidad IV: Comunicación corporativa.

Logro de Unidad: Investiga la comunicación (interna y externa) de una empresa y propone un plan de comunicación realizable

Seman a	Contenidos				
	<u>Saberes Básicos</u>	Actividades de Aprendizaje		Recursos	Evaluación (criterios de evaluación)
		Horas Presenciales	Horas No Presenciales		
12	Niveles de la comunicación corporativa: Comunicación masiva, relaciones interpersonales y experiencia personal	<ul style="list-style-type: none"> • Debate sobre los niveles de comunicación masiva • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Investiga sobre la comunicación interna y externa de una empresa	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	Participación activa en clase

13	Comunicación corporativa y web Comunicación interna Comunicación externa	<ul style="list-style-type: none"> • Debate sobre la comunicación corporativa en la web • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Investiga sobre la comunicación interna y externa de una empresa , incluye portal web	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	Participación activa en clase Presentación del avance de la investigación
14	Plan de Comunicación: Análisis FODA	<ul style="list-style-type: none"> • Debate la importancia de plan de comunicación en las organizaciones • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Propone y diseña un plan de comunicación	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	Participación activa en clase Presentación del avance de la investigación
Evaluación: (T4): Avances del plan de comunicación + exposición de la propuesta					
15	Plan de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza el plan de comunicación corporativo • Analiza la información proporcionada sobre el tema por el docente • Participa con ejemplos sobre el tema de la sesión. 	Diseña un plan de comunicación	Material bibliográfico PPT Sillabus Videos	Presentación oral de la propuesta
16	Evaluación Final: examen teórico – práctico de lo desarrollado en la asignatura				
17	Evaluación sustitutoria: NO HAY EXAMEN SUSTITUTORIO				

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- Aprendizaje basado en ejercicios de aplicación.
- Discusiones controversiales.
- Herramientas colaborativas.
- Trabajo en equipo.

VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL CURSO:

El cronograma de la evaluación continua del curso es el siguiente:

ESPECIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN CONTINUA EN EL CURSO		
T	Descripción	Semana
T1	Presentación de línea del tiempo Informe del vídeo Informe de cómo se aplica la comunicación organizacional	4
T2	Presentación de carpeta Análisis de identificador Informe de visita	6
T3	Recoger información sobre imagen Presentar informe sobre imagen seleccionando los públicos adecuados	11
T4	Dos avances del plan de comunicación Exposición de la propuesta	14

El peso de cada T es:

EVALUACIÓN	PESO (%)	ESCALA VIGESIMAL
T1	15	0,6
T2	20	1,8
T3	30	3,6
T4	35	6,0
TOTAL	100%	12

Los pesos ponderados de los resultados de evaluación son los siguientes:

EVALUACIÓN	PESO (%)	ESCALA VIGESIMAL
PARCIAL	25	5
CONTINUA (Ts)	35	10
FINAL	45	5
TOTAL	100%	20

Eventos UPN – Live (dirigido a docentes y estudiantes)

EVENTO	FECHA
WorldLeadershipForum (México)	09 y 10 de abril
World Innovation Forum (New York)	04 y 05 de junio
World Business Forum (New York)	07 y 08 de octubre

NOTA: La evaluación de la ortografía es un criterio transversal en todas las prácticas, trabajos y exámenes previstos en el curso. En este sentido, **cada falta ortográfica se sanciona con medio punto (0.25).**

VII. BIBLIOGRAFÍA:

1. Bibliografía Básica

N°	CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO	AÑO
2	659.2 MERC	MERCADO H., SALVADOR.	RELACIONES PÚBLICAS APLICADAS: UN CAMINO HACIA LA PRODUCTIVIDAD. MÉXICO.	2002
3	659.2 HARR	SHIRLEY HARRISON	RELACIONES PÚBLICAS, UNA INTRODUCCIÓN.	2002
9	658.45 COST/H	COSTA JOAN	DIRCOM ON LINE: EL MATER DE DIRECCION DE COMUNICACIÓN A DISTANCIA	2010

Páginas Web para consultar en Internet

N°	AUTOR	TÍTULO	LINK	AÑO
1	G.A. CABRERA	CLIMA ORGANIZACIONAL EN EMPRESAS CHILENAS	http://www.uel.br/ccb/psicologia/revista/oclima.htm	1999
2	A. GONCALVES	DIMENSIONES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL	http://www.calidad.org/articles/2dec9//.htm	2002
3	PUBLIC RELATIONS SOCIETY OF AMERICA		http://www.prsa.org	1998

2. Bibliografía Complementaria

N°	CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO	AÑO
1	658.45 COST 2009	Costa, Joan	Imagen corporativa en el siglo XXI /	1992

Páginas Web para consultar en Internet

N°	AUTOR	TÍTULO	LINK	AÑO
1	ASOCIACION INTERNACIONAL DE COMUNICADORES DE NEGOCIOS	Artículos de comunicación organizacional.	http://www.iabc.com	

VIII. ANEXOS

Competencias Generales UPN	
Competencias	Descripción
1. Liderazgo	Inspira confianza en un grupo, lo guía hacia el logro de una visión compartida y genera en ese proceso desarrollo personal y social.
2. Trabajo en Equipo	Trabaja en cooperación con otros de manera coordinada, supera conflictos y utiliza sus habilidades en favor de objetivos comunes.
3. Comunicación Efectiva	Intercambia información a través de diversas formas de expresión y asegura la comprensión mutua del mensaje.
4. Responsabilidad Social	Asegura que sus acciones producirán un impacto general positivo en la sociedad y en la promoción y protección de los derechos humanos.
5. Pensamiento Crítico	Analiza e Interpreta, en contextos específicos, argumentos o proposiciones. Evalúa y argumenta juicios de valor.
6. Aprendizaje Autónomo	Busca, identifica, evalúa, extrae y utiliza eficazmente información contenida en diferentes fuentes para satisfacer una necesidad personal de nuevo conocimiento.
7. Capacidad para Resolver Problemas	Reconoce y comprende un problema, diseña e implementa un proceso de solución y evalúa su impacto.
8. Emprendimiento	Transforma ideas en oportunidades y acciones concretas de creación de valor para la organización y la sociedad.