



COMUNICACIÓN INTERNA

**Titulación: Publicidad y Relaciones Públicas
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I
Universidad Complutense de Madrid**

Número de créditos: 4'5

Duración: cuatrimestral

Profesora: Nazareth Echart

I. OBJETIVOS

El objetivo fundamental de esta asignatura es preparar a los alumnos para que comprendan la importancia de la comunicación interna en el contexto de la comunicación organizacional y sean capaces tanto de analizar como de establecer pautas para mejorar la comunicación interna de cualquier organización.

Este objetivo obliga a combinar las perspectivas teórica y práctica de la materia. Las explicaciones teóricas, por tanto, se combinarán con el estudio de casos prácticos.

II. MÉTODO

Las clases prácticas se impartirán utilizando la metodología propia del Estudio de Caso.

La Profesora indicará, en cada caso, el tipo de fuentes que serán empleadas en las clases y proporcionará a los alumnos la documentación necesaria para las sesiones prácticas.

III. EVALUACIÓN

El examen final supondrá el 80% de la nota final. La asistencia, participación y trabajos de clase supondrán el 20% de la nota final.

Habrà la posibilidad de realizar un trabajo optativo. Éste supondrá un 20% de la nota final, siempre que se haya superado el examen.

IV. PROGRAMA

1. La comunicación organizacional.



- 1.1. La comunicación organizacional como campo de estudio. Evolución histórica.
2. Principales escuelas sobre el comportamiento humano en las organizaciones.
3. Comunicación interna y cultura empresarial.
4. La comunicación interna
 - 4.1. Definición
 - 4.2. Funciones
 - 4.3. Objetivos
 - 4.4. Estrategias
 - 4.5. Contenidos
 - 4.6. Actuaciones
 - 4.7. Técnicas
 - 4.8. Nuevas tecnologías
 - 4.9. Metodologías para el análisis de la comunicación interna.
5. Modelos de comunicación interna.
6. La comunicación como herramienta de la gestión empresarial y de las Administraciones públicas.
7. Comunicación interna y liderazgo
8. Comunicación interna, gestión del conocimiento y motivación.
9. Comunicación y reputación interna. La evaluación de las relaciones internas.
10. Nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación interna.
11. La documentación en la comunicación interna.

V. BIBLIOGRAFÍA

ADECEC, *El libro práctico de las Relaciones Públicas. El porqué y el cómo de una profesión apasionante*, Barcelona, 1996



José Ignacio Bel Mallén (coord.), *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*, Eunsa, Pamplona, 2004.

Gary Hamel, *Liderando la revolución*, Harvard Business School Press, Gestión 2000, Barcelona, 2000.

José Carlos Losada Díaz (coord.), *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones*, Ariel, Barcelona, 2004.

Antonio Lucas Marín, *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*, Bosch, Barcelona, 1997

Antonio Lucas Marín, Carmen García galera, José Antonio Ruiz San Román, *Sociología de la comunicación*, Trotta, Madrid, 1999.

O.I.T y C.E.O.E., *Comunicación y organizaciones empresariales*, Madrid, 1984

José Antonio Pérez López, *Fundamentos de la dirección de empresas*, Rialp,

Marisa del Pozo Lite, *Cultura empresarial y comunicación interna. Su influencia en la gestión estratégica*, Fragua, Madrid, 1997.

Marisa del Pozo Lite, *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones. Casos de empresa*, Eunsa, Pamplona, 2000.

Hans Johnsson, *La gestión de la comunicación. Guía profesional*, Ediciones de las Ciencias Sociales, 1991.

VV.AA., *Comunicación eficaz*, Harvard Business Review, Ediciones Deusto, 2000.