



## **PROGRAMA DE LA ASIGNATURA “CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES”**

*GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD 1*

*PROFA. DRA. NATALIA ABUÍN VENCES*

[nabuinve@ccinf.ucm.es](mailto:nabuinve@ccinf.ucm.es)

### **1. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA**

La empresa es un complejo sistema donde la cultura empresarial, en los actuales procesos de cambio social y económico, se presenta como una de las variables fundamentales a la hora de conseguir una organización eficaz.

La cultura empresarial es lo que identifica la forma de ser de un empresa y se manifiesta en las formas de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que son interiorizados en forma de creencias y talentos colectivos que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar.

El objetivo de esta asignatura es conseguir que el alumno comprenda qué es la cultura empresarial, cuáles son sus bases y sus elementos constituyentes, además de analizar los factores que influyen en su configuración, prestando especial atención a la comunicación. De forma complementaria se facilitarán instrumentos de diagnóstico cultural, así como ejemplos concretos de resultados generados en la marcha de diversas empresas.

De esta forma, el alumno del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas irá desarrollando sus aptitudes profesionales para planificar, organizar, dirigir y controlar la cultura empresarial de las diferentes organizaciones.



## 2. COMPETENCIAS

El alumno adquirirá, al final de cuatrimestre, las siguientes competencias:

- Conocer los elementos componentes de la cultura empresarial y comprender su proceso de formación y de modificación.
- Diagnosticar la cultura de una organización y de proponer actuaciones de mejora.
- Conocer ejemplos reales de la incidencia de la cultura en el éxito/fracaso empresarial.
- Conocer la empresa como un sistema global e identificar en ella las áreas funcionales, comprendiendo la importancia de entender la interrelación entre ellas y el entorno para poder dirigir, gestionar, plantear y proponer soluciones en las empresas y organizaciones.
- Conocer, analizar y entender la organización interna de las empresas, identificando la interrelación de la estructura con el entorno de la actividad empresarial.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Habilidad de búsqueda de información e investigación
- Aplicar los conocimientos a su trabajo y resolución de problemas dentro de su área de estudio
- Reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones
- Responsabilidad ética y social, sensibilidad hacia lo humano en la empresa y actitud emprendedora.



### **3. CONTENIDOS**

#### ***PRIMERA PARTE CONCEPTUALIZACIÓN***

##### **Tema 1: LA ORGANIZACIÓN**

- 1.1. Definición de organización
- 1.2. Agrupamientos: grupos, organizaciones e instituciones
- 1.3. Organizaciones cerradas y abiertas
- 1.4. Desarrollo histórico de las organizaciones cerradas y abiertas

##### **Tema 2: LA CULTURA**

- 2.1. Demarcación de la cultura: etimológica, conceptual y académica
- 2.2. Definición de cultura
- 2.3. Las culturas: formación y desarrollo
- 2.4. Los elementos de la cultura

##### **Tema 3: LA CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES**

- 3.1. Demarcación conceptual de la cultura organizacional
- 3.2. Componentes de la cultura
- 3.3. Niveles de la cultura corporativa
- 3.4. Funciones de la cultura en las empresas
- 3.5. Variables culturales

#### ***SEGUNDA PARTE DIAGNÓSTICO***

##### **Tema 4: Diagnóstico de la Cultura Corporativa**

- 4.1. Hacia una cultura de la complejidad
- 4.2. La necesidad del cambio cultural
- 4.3. Los principios del cambio cultural
- 4.4. La gestión del cambio cultural



### **Tema 5: Instrumentos de diagnóstico de la cultura corporativa**

- 5.1. Cuestionario de Harrison
- 5.2. Cuestionarios sobre posiciones culturales de Pumpin y Gan
- 5.3. Cuestionario de Porter
- 5.4. Método ADC de Villafañe
- 5.5. Método de la entrevista reiterada de Schein

## ***TERCERA PARTE***

### ***NUEVO PARADIGMA CULTURAL***

### **Tema 6: El cambio cultural**

- 6.1. El equipo
- 6.2. Análisis de los resultados del diagnóstico
- 6.3. Determinación del nuevo paradigma cultural
- 6.4. Ritmo y ámbito del cambio
- 6.5. Desarrollo del programa de cambio
- 6.6. La comunicación del cambio
- 6.7. La implantación del cambio
- 6.8. Evaluación y ajuste del cambio

### **Tema 7: La comunicación interna y la integración del cambio cultural**

- 7.1. Principios y objetivos de la comunicación interna
- 7.2. Una concepción dinámica de la comunicación interna
- 7.3. Instrumentos de comunicación interna
- 7.4. El plan de comunicación interna (PCI)
- 7.5. EL PCI y el cambio en la cultura corporativa

### **TEMA 8: La cultura organizacional y el liderazgo**

- 8.1. Liderazgo y cultura
- 8.2. Liderazgo y personalidad

### **TEMA 9: Casos prácticos**

- 9.1. Apple
- 9.2. Google
- 9.3. Pixar
- 9.4. UPS



## BIBLIOGRAFÍA

- Albrecht, K., La misión de la empresa, Paidós, 1996.
- Aguirre, A., La cultura de las organizaciones, Ariel, 2004
- Capriotti, P., Planificación estratégica de la imagen corporativa, Ariel Comunicación, 1999
- Deal, T. E. y Kennedy, A. A. (1986): Culturas corporativas. Fondo de Desarrollo Interamericano. Méjico.
- Doppler K, Lauterburg, Ch., Change Management. Cómo configurar el cambio en las empresas, Ariel, 1998.
- Elías, J., Mascaray, J., Más allá de la Comunicación Interna, Gestión 2000, 1998.
- Kotter, J. P., Heskett, J. L., Cultura de empresa y rentabilidad. Díaz de Santos. Madrid, 1991.
- Lerssem, R., Gestión de la cultura corporativa. Díaz de Santos. Madrid, 1991.
- Lessem, R., Gestión de la Cultura Corporativa, Díaz de Santos, 1992.
- Ollins, W., Identidad Corporativa, Celeste, 1991
- Pümpin, C., García, S., Cultura empresarial. Díaz de Santos. Madrid, 1988.
- Ruiz de Olabuénaga, J. L., Sociología de las organizaciones. Capítulo VII Cultura organizacional. Universidad de Deusto. Bilbao, 1995.
- Sanz de la Tajada, L. A., Auditoría de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen, Síntesis, 1996.
- Sarabia, F., Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas, Pirámide, 1999.
- Schein, E., La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica, Plaza & Janés, 1988.
- Thevenet, M., Auditoría de la cultura empresarial, Díaz de Santos, 1992.
- Van Riel CBM, Comunicación Corporativa, Prentice Hall, 1997
- Villafañe, J. (ed), El Estado de la Publicidad y el Corporate en España y Latinoamérica, Pirámide, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004.
- Villafañe, J. (ed), La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica, Pirámide 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011.
- Villafañe, J., La buena reputación, Pirámide, 2003.
- Villafañe, J., La gestión profesional de la imagen corporativa, Pirámide, 1999.
- Villafañe, J., Quiero trabajar aquí. Las seis claves de la reputación interna. Pearson. 2006.
- Robbins, P., Comportamiento Organizacional. Editorial Pearson. Décima Edición.
- Jones, R., Teoría Organizacional, Prentice Hall, México, 2008.



## LECTURAS OBLIGATORIAS

Flamholtz, E.; Randle, Y. (2012): Corporate culture, Business models, competitive advantage, strategic assets and the bottom line. Theoretical and measurement issues, *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, Vol. 16 No. 2, 2012, pp. 76-94.

Fortado, B.; Fadil, P. (2012): The four faces of organizacional culture, *Competitiveness Review: An International Business Journal*, Vol. 22 No. 4, 2012 pp. 283-298.

Kowalczyk, S.; Pawlish, M. (2002): Corporate branding through external perception of organizational culture, *Corporate Reputation Review*; Fall 2002; 5, 2/3; ABI/INFORM Complete.

Millman, G. (2007): Corporate Culture: More Myth Than Reality? *Financial Executive*; Jul/Aug 2007; 23, 6; ABI/INFORM Complete, pg. 44.

Sadri, G.; Lees, B. (2001): Developing corporate culture as a competitive advantage, *The Journal of Management Development*; 2001; 20, 9/10; ABI/INFORM Complete, pg. 853.

Stebbins, L.; Dent, E. (2011): Job Satisfaction and Organizational Culture *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*; Jan 2011; 16, 1.

## EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

Examen al final del cuatrimestre y lecturas obligatorias: 80%

Asistencia: 20%