



Centro de Estudios en
Ciencias de la Comunicación
F C P y S - U N A M

PROGRAMA DE ASIGNATURA

Clave: 1611

Entorno Social De Las Organizaciones

Profesora: PLIEGO MENDOZA, NIEVES

SEMESTRE: 6	ÁREA POR ORIENTACIÓN DE CONTENIDO: TEÓRICA	CRÉDITOS: 8
CARÁCTER: OBLIGATORIA	TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE: 64	HORAS A LA SEMANA: 4
PROGRAMA DE ASIGNATURA EN EL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE		

MÉTODO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Esta asignatura se encuentra ubicada dentro de la opción de Comunicación Organizacional, tiene la finalidad entre uno de sus objetivos, que el alumno identifique, la importancia de los factores, característica del Entorno Social en las Organizaciones nacionales e internacionales, y la comunicación, así como las variables. Lo anterior obliga a los estudiantes por su parte analizar, identificar e interpretar, las características y los factores en nuestra sociedad se encuentra inmersa de fenómenos, sociales, políticos, culturales, económicos financieros, laborales e ideológicos entre otros. Como objeto de estudios donde le permitan a los estudiantes organizar el pensamiento y puedan adentrarse a los fenómenos socio-comunicacionales. Por otra parte requiere reconocer diversas concepciones teóricas es el eje central de la asignatura explicación y descripción de los hechos históricos sociales a partir de grandes propuestas paradigmáticas. Los alumnos por su parte utilizarán los diversos conceptos teóricos, para lograr el mejoramiento y contar con un máximo aprovechamiento que responda al análisis del entorno en las organizaciones para una mejor eficiencia laboral.

OBJETIVO GENERAL

El alumno identificará, analizará, sintetizará e interpretará las características del entorno en las organizaciones y la comunicación, así como sus variables dentro del contexto nacional e internacional.

OBJETIVOS PARTICULARES:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO • FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
División de Estudios Profesionales • Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación

w w w . p o l i t i c a s . u n a m . m x



Entorno Social De Las Organizaciones

Profesora: **PLIEGO MENDOZA, NIEVES**

- Analizará cada uno de los temas y contenidos para construir su propio conocimiento para aplicarlos en su proyecto final al concluir el curso.
- Reconocerá las categorías sociales y las diversas conceptualizaciones contemporáneas, para retomarlas y aplicarlas en su trabajo final.
- Comprender y explicar los componentes internos y externos del entorno social, donde interactúan las diferentes organizaciones sociales en nuestro país.

CONTENIDOS TEMATICOS:

UNIDAD I. LA IMPORTANCIA DE LAS ORGANIZACIONES

- 1.1 Tipología y clasificación de las organizaciones
- 1.2 Escuelas, modelos, paradigmas teóricos y su aplicación
- 1.3 Entorno actual de las organizaciones y las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación

UNIDAD 2 EL ENTORNO SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES

- 2.1 Niveles del entorno organizacional: mediato e inmediato
- 2.2 Matriz de entorno, sus características
- 2.3 Factores de análisis del entorno organizacional

UNIDAD 3 FACTORES DE ANÁLISIS DEL ENTORNO ORGANIZACIONAL



Entorno Social De Las Organizaciones

Profesora: **PLIEGO MENDOZA, NIEVES**

- 3.1 Económicos-Financieros
- 3.2 Políticos
- 3.3 Tecnológicos
- 3.4 Demográficas y Culturales

- 3.5 Laborales
- 3.6 Ecológicos

UNIDAD 4 ANÁLISIS FODA

UNIDAD 5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN, DE PLANES, PROGRAMAS Y/O PROYECTOS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS, HAY QUE TOMAR EN CUENTA USUARIOS, PROVEEDORES, COMPETIDORES Y CONSIDERAR EL FLUJO DE LAS VARIABLES...ETC.

5.1. informe final de las organizaciones y su relación con el entorno

FORMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

El curso de Entorno Social de las Organizaciones, se evaluará con el 80 % de asistencia, 2 exámenes del 15 % cada uno, Una Presentación en Power Point 30 % controles de lectura 10 % y un trabajo final donde se aplique por escrito, lo visto en el curso, contará un 30 %.

BIBLIOGRAFÍA



Entorno Social De Las Organizaciones

Profesora: PLIEGO MENDOZA, NIEVES

Álvarez de Mon, Cardona Soriano, et. al Paradigmas del Liderazgo: Claves de la dirección de personas. Madrid, Mc Graw Hill, 2001, 227pp.

- Fernández Collado, Carlos (Coord) et. al. La Comunicación en las Organizaciones. México, Ed. Trillas, 2009, 271p.
- Fernández Collado, Carlos. Teorías de la comunicación. México, Mc Graw Hill.
- Krieger, Mario. Sociología de las Organizaciones; una introducción al comportamiento organizacional. Argentina, Prentice Hall, 2005.(Capítulos 6y7)
- Lévy-Leboyer, Claude. La motivación en la empresa; modelos y estrategias, Gestión 2000, España, 2001.
- López Palomino, Raúl. La inteligencia sistémica en acción: Una estrategia efectiva de cambio. México, Eds. Castillo, 2001. 215pp.
- Martínez Avella, Mario Ernesto. Ideas para el cambio y el aprendizaje en la organización. Bogotá: Ecoe bEds., 2005, 239pp.
- Martínez Ávila, Alejandra. (compilado) Sociología de las Organizaciones, México, McGraw-Hill, 1999.
- Montane, Ramón. Dirigir con nuevas tecnologías. Barcelona, Gestión 2000
- Ongallo, Carlos. Manual de Comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. 2a ed. Madrid, Dykinson, 2007, 262pp.
- Ruíz Olabuenaga, José Ignacio. Sociología de las organizaciones. Bilbao, Universidad de Deusto, 1995.
- Vidal Arizabaleta, Elizabeth. Diagnóstico Organizacional: Evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era digital. 2a. Ed. Bogotá, Ecoe Ediciones, 2005, 309p.



Centro de Estudios en
Ciencias de la Comunicación
F C P y S - U N A M

PROGRAMA DE ASIGNATURA

Clave: 1611

Entorno Social De Las Organizaciones

Profesora: PLIEGO MENDOZA, NIEVES

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Álvarez, Héctor Felipe. Fundamentos de Dirección Estratégica. Argentina, EUDECOR, Ediciones, 2000. 240pp.
- Ávila González, Rafael. Crítica de la Comunicación Organizacional. México, UNAM, 2004, 216pp.
- Covi Druetta, Delia María y María de los Ángeles (et. al) Redes sociales: análisis y aplicaciones. México, Plaza y Valdés, 2009, 96p.
- Luhmann, Niklas. Sistemas Sociales: lineamientos para una teoría general. México, Alianza Ed., 2000.
- Paz Pellat, Marco A. Redes Sociales: La nueva oportunidad, México, INFOTEC, 2009, 215pp.

CORREO ELECTRÓNICO: nievespliego@yahoo.com