




UNIVERSIDAD DE COLIMA

Dirección General de Relaciones Internacionales y Cooperación Académica

Formato de registro de curso en línea en colaboración internacional



Imagen corporativa y cultura organizacional

<p>Nombre, correo electrónico y Universidad de Profesor 1</p>	<p>Lic. Julio César Cárdenas Vargas julio_cardenas@ucol.mx Con la colaboración de los profesores del módulo: Hiatziry Alejandra Castrejón Martínez y Juan Carlos Flores Carrillo</p>  <p>UNIVERSIDAD DE COLIMA</p>	
<p>Nombre, correo electrónico y Universidad de Profesor 2</p>	<p>Mtra. Tania Alejandra Guimac Oblitas tania.guimac@udep.edu.pe</p>  <p>UNIVERSIDAD DE PIURA</p>	
	<p>Profesor 1</p>	<p>Profesor 2</p>
<p>Programa Académico</p>	<p>Publicidad y Relaciones Públicas (Escuela de Mercadotecnia)</p>	<p>Administración de Empresas (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales)</p>
<p>Nombre del curso/ materia</p>	<p>Sociología de las Relaciones Públicas</p>	<p>Comportamiento Organizacional</p>
<p>Nivel académico</p>	<p>Licenciatura</p>	<p>Licenciatura</p>
<p>Número de estudiantes</p>	<p>60 estudiantes</p>	<p>36</p>
<p>Fecha de inicio</p>	<p>9 de mayo de 2022</p>	
<p>Fecha de término</p>	<p>3 de junio de 2022</p>	
<p>Describe brevemente los objetivos y alcances de la colaboración, así como, las actividades a desarrollar.</p>	<p>Objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explorar herramientas para identificar las actitudes y percepciones de los públicos internos y externos de una organización. 2. Identificar, comprender y analizar el comportamiento dentro de las organizaciones para fomentar las buenas relaciones entre todos los colaboradores de la misma. 3. Fomentar iniciativas de comunicación interna y externa para una adecuada gestión de la organización en cuanto al cumplimiento de sus objetivos estratégicos. 	



UNIVERSIDAD DE COLIMA

Dirección General de Relaciones Internacionales y Cooperación Académica

	Actividades: <ol style="list-style-type: none">1. Diseño y aplicación de técnica(s) de investigación a público interno/externo de organizaciones de un mismo sector comercial.2. Análisis de las percepciones en cuanto a la cultura e imagen de las organizaciones para encontrar similitudes y diferencias, y generar conclusiones representadas en un vídeo informe realizado de manera colaborativa.	
Resultados de aprendizaje esperados en un entorno internacional o componente internacional:	1. Que los estudiantes tengan en cuenta la planeación adecuada en la difusión de los objetivos y políticas de una empresa para las buenas relaciones entre todos los niveles de la misma.	1. Los estudiantes podrán contrastar la teoría de cultura organizacional con la realidad de la empresa estudiada.
	2. Que los estudiantes identifiquen técnicas de comunicación interna y externa que ayudan a que los públicos de la empresa se identifiquen con ella y transmitan una imagen positiva.	2. Los estudiantes podrán identificar y describir los elementos más importantes de la cultura organizacional de la empresa estudiada.
	3. Que los estudiantes conozcan cómo la comunicación interna y externa ayudará a lograr los objetivos corporativos y culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de una empresa.	3. Los estudiantes propondrán actividades para mantener viva la cultura de la empresa estudiada.
Idioma de la colaboración:	Español	
Herramienta virtual que utilizarán para el desarrollo de la colaboración:	Classroom	Canvas
	Zoom: <u>Sesión de Presentación</u> <u>Sesión de Cierre</u>	

Evidencias del trabajo realizado [disponibles aquí](#).