

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Comunicación y Relaciones Humanas
Clave de la asignatura:	LTF-1204
SATCA	3-2-5
Carrera :	Licenciatura en Turismo

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

La asignatura de Comunicación y Relaciones Humanas, tiene la particularidad de manejar contenidos pertinentes para la interrelación que deba emplearse en la prestación de un servicio turístico. A partir de esto se integran dos conceptos que permiten llegar a completar esa interrelación entre quien presta el servicio y quien lo recibe, por lo tanto, es un requisito para que el estudiante pueda desarrollarse en su campo de acción. Uno de ellos es la comunicación, que consiste en transmitir y recibir información dentro de su contexto, conformado por comunicaciones internas y externas.

Las relaciones humanas propician el primer acercamiento para desarrollar la actividad turística, mismas tienen como finalidad generar una comunicación óptima entre la institución y los públicos con quienes se relaciona mediante un manejo de las relaciones públicas, para generar un impacto social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

La asignatura propicia el desarrollo de habilidades efectivas de comunicación del Licenciado en Turismo, en los escenarios organizacionales; permitiendo dar respuesta a las necesidades y demandas de su entorno.

Intención didáctica

Este programa de estudio lo conforman cuatro temas:

El primer tema provee perspectivas generales de la comunicación: procesos y principios de comunicación, los tipos y niveles que existen dentro de una organización, desarrollando habilidades personales e imagen.

El segundo tema contempla elementos de la comunicación organizacional como son: interna y externa, redes y barreras organizacionales dentro del contexto empresarial.

El tercer tema aborda la importancia de las relaciones públicas, la responsabilidad social y la identidad corporativa de una institución para la proyección de la misma.

El cuarto tema analiza los medios de comunicación electrónicos e impresos, así como las tecnologías de la comunicación para ver el impacto en las organizaciones dentro de un contexto globalizado.

Abordando estos contenidos el estudiante tendrá las herramientas para desenvolverse de manera óptima con sus compañeros de trabajo, clientes, mejorar técnicas de venta de productos o servicios y trabajar en equipo. El docente debe dar la pauta para que el estudiante desarrolle competencias que le sirvan en su campo profesional tales como uso del lenguaje apropiado, proyección de una imagen ejecutiva y profesional y un manejo apropiado de los medios de comunicación.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Evento
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Valle de Bravo, del 27 de febrero al 1 de marzo de 2012.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Boca del Río, San Luis Potosí, La Paz, Superior de Puerto Vallarta, Bahía de Banderas, Morelia, Colima, Nuevo Laredo, Costa Grande y Superior de Valle de Bravo.	Reunión Nacional de Diseño e Innovación Curricular para el Desarrollo y Formación de Competencias Profesionales de la Carrera de la Licenciatura en Turismo.
Desarrollo de Programas en Competencias Profesionales por los Institutos Tecnológicos del 2 de marzo al 25 de junio de 2012.	Academias de la Licenciatura en Turismo de los Institutos Tecnológicos de: Bahía de Banderas y Estudios Superiores de Valle de Bravo.	Elaboración del programa de estudio propuesto en la Reunión Nacional de Diseño Curricular de la Carrera de la Licenciatura en Turismo.
Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas, del 26 al 29 de junio de 2012.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Boca del Río, San Luis Potosí, La Paz, Superior de Puerto Vallarta, Bahía de Banderas, Morelia, Colima, Costa Grande y Superior de Valle de Bravo.	Reunión Nacional de Consolidación de los Programas en Competencias Profesionales de la Carrera de la Licenciatura en Turismo.
Tecnológico Nacional de México, del 5 al 8 de diciembre de 2017.	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Bahía de Banderas, Superior de Escárcega, Estudios Superiores de Valle de Bravo.	Reunión Nacional de Seguimiento Curricular de los Programas Educativos de Ingeniería en Animación Digital y Efectos Visuales, Ingeniería en Sistemas Automotrices y Licenciatura en Turismo.

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
<ul style="list-style-type: none"> Identificar las perspectivas generales de la comunicación, tanto a nivel individual como organizacional para aplicarlos en diferentes ámbitos de la actividad turística, con el propósito de utilizar una comunicación eficaz.

5. Competencias previas

<ul style="list-style-type: none"> Ninguna.
--

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Perspectivas Generales de la Comunicación	1.1 Proceso y principios de la comunicación: niveles, tipos y barreras. 1.2 Habilidades personales: comunicación verbal y no verbal. 1.3 Imagen y presentación personal. 1.4 Comunicación interna y externa.
2	Comunicación Organizacional	2.1 Redes de Comunicación. 2.2 Comunicación formal e informal. 2.3 Barreras Organizacionales. 2.4 Importancia de identidad corporativa. 2.5 Plan de Relaciones Públicas.
3	Comunicación Persuasiva	3.1 Concepto y función. 3.2 Dinámica de grupo y comunicación. 3.3 Fases de la persuasión. 3.4 Variables de mensaje en el proceso de persuasión.
4	Las organizaciones y los medios de comunicación	4.1 Los medios de comunicación masiva. 4.2 Usos de las tecnologías de la comunicación. 4.3 La comunicación en los procesos de globalización. 4.4 Tecnología de la comunicación y cambio social.

7. Actividades de aprendizaje de los temas

Tema 1. Perspectivas Generales de la Comunicación	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar los principios generales de la comunicación para fortalecer habilidades personales e imagen ejecutiva. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Habilidades interpersonales. Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario. Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> Analizar las perspectivas generales de la comunicación mediante una línea del tiempo. Distinguir los diferentes tipos comunicación mediante un ejercicio grupal. Elaborar un diagrama de un proceso de comunicación personal. Investigar las barreras de comunicación personal presentándolas a través de técnicas grupales o ejercicios creativos. Investigar estilos de imagen ejecutiva de acuerdo al rol social que desempeñe. Identificar los tipos de redes de comunicación interna.
Tema 2. Comunicación Organizacional	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar el flujo de la comunicación interna y externa en un contexto organizacional para lograr una eficiente interacción con su entorno. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Habilidades interpersonales. Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario. Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> Investigar en forma individual los tipos de comunicación organizacional, así como su función y aplicaciones. Conocer los diferentes tipos de públicos. Elaborar un diseño de redes comunicación interna de una micro empresa. Analizar flujos de comunicación interna. Identificar los tipos de comunicación externa. Investigar las barreras de comunicación en una organización. Investigar características de los públicos en los diferentes ámbitos en los que se desarrolla.

Tema 3. Comunicación Persuasiva	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la función de la comunicación persuasiva e identificar los elementos que permitan interpretar a los individuos para una mejor comunicación. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades interpersonales. • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario. • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definir concepto y funciones de las relaciones públicas. • Identificar los diferentes tipos de públicos. • Investigar características de los públicos en los diferentes ámbitos en los que se desarrolla. • Identificar la importancia de la imagen corporativa de acuerdo a los requerimientos de los públicos. • Definir qué es la responsabilidad social y la proyección de la imagen corporativa. • Establecer la importancia de la identidad corporativa. • Investigar las características de las fases de persuasión y las variables del mensaje en el proceso de persuasión. • Investigar las variables de las personas que intervienen en el proceso de persuasión. • Identificar los cuatro códigos de comunicación. • Realizar una actividad de campo que permita llevar a la práctica la identificación de los cuatro códigos de comunicación. • Identificar los tipo de perfiles de personalidad.
Tema 4. Las organizaciones y los medios de comunicación	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la importancia e influencia de los medios de comunicación en la organización para su proyección local, nacional e internacional. <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades interpersonales. • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el impacto del uso de medios electrónicos e impresos • Investigar los medios de comunicación utilizados en diferentes empresas. • Indagar responsabilidad social en el uso de medios masivos de comunicación. • Analizar la importancia de los medios masivos ante las exigencias globales. • Investigar características de comunicación corporativa propias de

<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. 	cada cultura (en México, América Latina y otros países).
--	--

8. Práctica(s)

- Bitácora de observación de habilidades personales de comunicación y proyecto de mejora.
- Práctica individual donde el estudiante demuestre haber alcanzado el desarrollo de habilidades de comunicación, tanto personal como organizacional.
- Análisis de discursos de líderes empresariales o políticos.
- Análisis de colección de fotografías refiriendo los signos corporales básicos.
- Realizar visitas a diversas organizaciones de la localidad para conocer sus sistemas de comunicación.
- Diseñar un programa de relaciones públicas para una empresa hipotética o real.

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

10. Evaluación por competencias

- Ejercicios prácticos para el desarrollo de habilidades de comunicación.
- Presentación de reportes de investigaciones documentales y de campo que integren el análisis de los diferentes sistemas de comunicación utilizados en las organizaciones.
- Diseño de un plan de relaciones públicas para una empresa.
- Diseño de un manual de imagen corporativa.

11. Fuentes de información

1. Adler, Ronal B. (2001). *Comunicación organizacional*, 8va. Ed. Mc Graw-Hill.
2. Antonio S. (2000). *Gestión De la comunicación empresarial*. Ed. Gestión.
3. Barquero, Cabrera José Daniel. (2002). *Comunicación y relaciones públicas de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica*. México. Ed. Mc-Graw- Hill.
4. Barquero, José Daniel, (2000) *Manual de Relaciones Públicas Empresariales e institucionales*, Gestión.
5. Fernández C. Carlos, Galguera G. Laura (2008) *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, Tercera edición Mc Graw Hill, México.
6. Glass Lillian (2009) *Sé lo que estás pensando*. Octava reimpresión, México Paidós.
7. Harrison, Hirley. (2000). *Relaciones Públicas*, España: Editorial Paraninfo.
8. Mercado H. Salvador (2001). *Relaciones públicas aplicadas un camino hacia la productividad*, México. Ed. Thompson.
9. Xifara. Jordi. (2003) *Teoría y estructuras de las Relaciones Públicas*. Ed. McGraw-Hill.
10. Minguez Norberto. Un marco conceptual para la comunicación corporativa. <http://www.ehu.es/zer/zer7/minguez73.html>.
11. Mónica María. Comunicación institucional: la comunicación bien entendida empieza por casa <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/105viada.htm>, Viada.
12. <http://www.scribd.com/doc/6692680/ComunicaciOn-Organizacional>, Comunicación Organizacional. pp.
13. León Duarte Gustavo A, La comunicación organizacional en México: Enfoques, diseño y problemas en su desarrollo. <http://www.scribd.com/doc/6692680/ComunicaciOn-Organizacional>.
14. Gámez Gastélum Rosalinda, Comunicación y Cultura Organizacional en empresas chinas y japonesas: “Principales referentes teóricos de la comunicación organizacional”. <http://www.eumed.net/libros/2007a/221/1d.htm>.
15. Van Riel Cees, Nuevas formas de comunicación organizacional <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/cvanriel.html>.