**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS**

|  |
| --- |
| **I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN** |
| 1. Unidad Académica: **Facultad de Arquitectura y Diseño** |
| 2. Programa de estudio: **Licenciatura en Diseño Gráfico** | 3. Vigencia del plan: **2006-2** |
| 4. Unidad de aprendizaje: **Pensamiento contemporáneo**  | 5. Clave: **8298** |
| 6. HC: **2** | HL: | HT:  | HPC: | HE: **2** | CR: **4** |
| 7. Ciclo escolar: **2010-1** | 8. Etapa de formación a la que pertenece: **Terminal** |
| 9. Carácter de la unidad de aprendizaje: **Obligatoria** |
| 10. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje:  | **Ninguno** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Elaboró: | **Víctor Cuadras De León y Beatriz Adriana Torres Román** | Vo.Bo.: **Arq.** **Mario Macalpin Coronado** |
| Fecha: **Julio 2014** | Puesto: **Subdirector** |

|  |
| --- |
| **II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO.** |
| Esta asignatura obligatoria de la etapa terminal y del área de las humanidades tiene como propósito aportar a alumno una visión sólida sobre las principales formas del pensamiento humano contemporáneo en cuatro de sus vertientes: el cultural, el organizacional, el comunicativo y el estratégico. De esta manera, el alumno podrá ubicar mejor el contexto de la producción de diseño gráfico. |

|  |
| --- |
| **III. COMPETENCIA DEL CURSO.** |
| Elaborar productos gráficos que resuelvan problemas de comunicación dentro de organizaciones a partir del análisis del contexto cultural, organizacional y administrativo para así participar de manera activa en el alcance de objetivos dentro de un entorno en forma responsable y con respeto.  |

|  |
| --- |
| **IV. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO.** |
| Diseñar objetos gráficos diversos a partir de una problemática específica apoyándose en las bases de la administración estratégica, la comunicación y cultura organizacionales. |

|  |
| --- |
| **V. DESARROLLO POR UNIDADES.** |
| **Introducción: Duración: 1 hora****ENCUADRE E INTRODUCCIÓN AL CONTENIDO DEL CURSO**Presentación del programa de la asignatura y el calendario de actividades, explicando el propósito del curso, las competencias, los contenidos temáticos generales de cada unidad, la forma de trabajo, condiciones de revisiones periódicas, uso de la bibliografía y apoyo de propuestas, entregas, reportes, así como el criterio de evaluación, asignación de calificaciones y requisitos de acreditación.  |
| **Unidad I: Duración: 7 horas****PENSAMIENTO CULTURAL**  **Competencia:**Reconocer a la cultura como un elemento de construcción social que influye directamente en los procesos organizacionales, por medio de la revisión histórica para entender las problemáticas sociales y culturales, con una actitud crítica.**Contenido:** * 1. ¿Qué es cultura?
	2. Concepto histórico.
	3. Mitos y ritos.
	4. Esencia de la cultura.
	5. Cultura y organización.
	6. Clima organizacional.
	7. Elementos básicos de la cultura en la empresa.
	8. Microcultura y macrocultura en la organización.
	9. Identidad y cultura corporativa.
 |
| **Unidad II: Duración: 8 horas** **PENSAMIENTO ORGANIZACIONAL****Competencia:**Analizar la relación existente entre la comunicación y la administración, para conocer cuáles son los requisitos de la validez de una deducción, por medio del análisis de casos, con una actitud analítica y crítica.**Contenido:** * 1. Antecedentes históricos de la administración y la comunicación.
	2. Perspectiva humanística de la administración.
	3. Tipos de organizaciones.
	4. Elementos claves de las organizaciones.
	5. Públicos de la organización.
	6. Estructuras empresariales (mecánica, funcional, matricial, entre otras).
 |
| **Unidad III: Duración: 8 horas** **PENSAMIENTO COMUNICATIVO****Competencia:**Comprender a la comunicación organizacional como un proceso que incluye elementos internos en una empresa, por medio de el conocimiento de los fundamentos de la comunicación corporativa, para entender los modelos mentales que permiten representar pensamientos o premisas, con actitud crítica.**Contenido:*** 1. Fundamentos de la comunicación humana.
	2. Conceptos y procesos de comunicación.
	3. La comunicación interna y la comunicación externa
	4. Mensaje y acción.
	5. Los canales, barreras y ruidos de la comunicación.
	6. Efectividad de la comunicación.
	7. Comunicación e información.
	8. Comunicación y educación en las organizaciones.
	9. Comunicación corporativa.
	10. Corrientes de comunicación corporativa: europea, estadounidense e Iberoamericana.
	11. Herramientas de comunicación corporativa.
 |
| **Unidad IV: Duración: 8 horas** **PENSAMIENTO ESTRATÉGICO****Competencia:**Diseñar la estrategia comunicacional de una organización por medio de la comprensión de los procesos de comunicación, para crear la imagen interna y externa de la empresa, con honestidad y responsabilidad.**Contenido:*** 1. Relación entre cultura, comunicación y organización.
	2. ¿Qué es pensamiento estratégico?
	3. Misión, visión y valores.
	4. Conocimiento y capital intelectual.
	5. Comunicación y decisión estratégica.
	6. Gestión del cambio y planeación estratégica.
	7. Tendencias del marketing (tipos de marketing).
 |

|  |
| --- |
| **VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO.** |
| Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento del ejercicio a resolver. Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos. Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase, elaboración de trabajos escritos de análisis e investigación del marco conceptual. Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual. Implementación de dinámicas grupales (repentinas, mesas de discusión, investigaciones). |

|  |
| --- |
| **VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.** |
| **Criterios de acreditación:**Tener 80% de asistencia como mínimo y cumplir con al menos 80% de los ejercicios.El promedio de calificación de los ejercicios debe ser aprobatorio.Elaborar todos los exámenes parciales.**Criterios de calificación y valor porcentual de las actividades realizadas:**Los exámenes tienen el mismo valor que las tares, sin embargo el examen final valdrá 20% de la calificación final.  La calificación promedio de los ejercicios tienen un valor del 80% de la calificación final. **Criterios de evaluación cualitativos:** Entrega puntual de los ejercicios * Limpieza y calidad en los trabajos.
 |

|  |
| --- |
| **IX. BIBLIOGRAFÍA** |
| **Básica** | **Complementaria.** |
| **Hellriegel, Don**. (2009). *Administración un enfoque basado en competencias.* Cengage Learning.**Hitt A. Michael, Ireland, R. Duane. (**2004). *Administración Estratégica.* Thomson. **Libaert, Thierry.** (2008). *El plan de comunicación organizacional: cómo definir y organizar la estrategia de comunicación.* Limusa.**Fernández Collado, Carlos. (**2005). *La comunicación en las organizaciones*. Trillas. | **Adler, Ronald B. Ronald Brian.** (2005). *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*. Mc Graw-Hill.**Robbins, S., Judge, T. (**2009). *Comportamiento Organizacional.* Pearson.**Peters Tom. (**2003). *Re-imagina.* Pearson. |