



Comunicación corporativa

Tema.

Identidad Corporativa y Cultura Organizacional. Retos, dificultades y perspectivas.

Sumilla.

- Conceptos y diferenciación de la cultura y la identidad Corporativa.
- El área de comunicaciones y el nexos con el área de RRHH.
- Psicología y comportamiento organizacional.
- El clima laboral como componente de cultura e identidad.
- Beneficios de la identidad corporativa y la cultura organizacional a los objetivos empresariales.
- Cambios y tendencias en la gestión de la cultura organizacional.

Bibliografía recomendada:

(General)

- **Tuñez Lopez, Miguel y Costa-Sánchez, Carmen** (coord.) (2014). *Comunicación corporativa. Claves y escenarios*. Barcelona: UOC
- **Capriotti Peri, Paul** (2009). *Branding corporativo: fundamentos para la gestión estratégica de la identidad Corporativa*. [recurso electrónico].
<http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>
- **Hausan, Jim**. (2010) *El arte del compromiso. Métodos probados para involucrar a sus empleados en todos los niveles*. México D.F Graw-Hill. (código Biblioteca Ulima: 658.4012 H25).
- **Chiavenato, Idalberto**. (2009) *Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones*. México: McGraw-Hill. (Código Biblioteca Ulima: 198.7 CH44 2009).
- **Robbins, S. P., Judge, T. A., & Pineda, A. L. E.** (2013) *Comportamiento organizacional*. México: Pearson.
- **Villalba Calles, José Javier**. (2014) *Administración del capital humano*. Bogotá: Ediciones de la U. (Código Biblioteca Ulima: 658.3 V66).
- **Ucero, O. J. M.** (2011) *Desarrollo organizacional: Cultura y cambio*. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial. (Código Biblioteca Ulima: 658.406 U16).



-
- **Comunicación interna 2.0: un desafío cultural** [recurso electrónico] Formanchuk, Alejandro.
<http://formanchuk.com.ar/todosignifica/wp-content/uploads/E-book-Comunicacion-interna-2.0-Un-desafio-cultural-Version-0.1-Formanchuk.pdf>
 - **Bradley, A. J., & McDonald, M. P.** (2012) *La organización social: Convertir en resultados las oportunidades de las redes sociales*. Barcelona: Profit. (Código Biblioteca ULima: 658.804 B32).
 - **Hofstede, Geert.** (2010) *Cultures and organizations: software of the minds*. 3a edición. New York: McGraw-Hill. (Código Biblioteca ULima: 306 H66).

Sitios web:

- Harvard Deusto Business Review <http://www.harvard-deusto.com>
- Los Recursos Humanos: www.losrecursoshumanos.com
- El Portal del Capital Humano <http://www.infocapitalhumano.pe>
- El Observatorio de la Comunicación Interna e Identidad corporativa <http://observatoriocomunicacioninterna.es>
- International Association of Business Communicators: www.iabc.com
- THT Consulting (Trompenaars& Hampden): www.thtconsulting.com



Comunicación para el desarrollo

Tema.

Licencia social, Desarrollo y Comunicación.

Sumilla.

- La industria extractiva peruana (minería, petróleo y gas) y su propuesta de desarrollo.
- Las estrategias de comunicación de la industria extractiva para lograr Licencia social.
- Los conflictos sociales vinculados a la actividad de la industria extractiva.
- El rol de los actores involucrados en el desarrollo del país vinculado a la industria extractiva.

Bibliografía fundamental de la especialidad:

- **Uribe, M. C.** (2008). *Un modelo para armar: Teorías y conceptos de desarrollo*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo Editorial (código Biblioteca ULima 338.9 U77).
- **Sen, Amartya** (2003). *Desarrollo y Libertad*. Bogotá: Ed. Planeta (código Biblioteca ULima 338.9001 S38D).
- **Sen, Amartya** (2005). *Primero la gente: una mirada desde la ética del desarrollo a los principales problemas del mundo globalizado*. Barcelona: Duesto (código Biblioteca ULima 658.0017 S42).
- **Calderón, Francisco** (2008). "Thinking on development enfoques teóricos y paradigmas del desarrollo". Ver en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/409/>.
- **Stiglitz, J. E., Diéguez, A., & Gómez, C. P.** (2006). *Cómo hacer que funcione la globalización*. México: Taurus (código Biblioteca ULima 337G S81C).
- **Servaes, Jan.** "Comunicación para el Desarrollo: tres paradigmas, dos modelos". En: *Temas y problemas de comunicación*. Año 8. Vol. 10. Universidad de Río Cuarto. Ver en: <http://www.infoamerica.org/selecciones/articulo2.htm>.

Bibliografía temática:

- **Merino Lucero, Beatriz. CENGAGE** (2013). *Consulta previa a los pueblos indígenas : el desafío del diálogo intercultural en el Perú*. Lima : Cengage. (código Biblioteca ULima 349.8 M43).



-
- **Maquet, M. P., Mendoza, N. A., Romero, C. A., CooperAcción & Red Peruana por una Globalización con Equidad.** (2014). *Caminos de transición: Alternativas al extractivismo y propuestas para otros desarrollos en el Perú.* Lima : CooperAcción (código Biblioteca ULima 338.2 C).
 - **Oficina Nacional de Diálogo y Sostenibilidad -ONDS/PCM** (2013). *WILLQNIKI3 Informe de diferencias, controversias y conflictos sociales.*
Ver en: <http://www.pcm.gob.pe/transparencia/willaqniki/willaqniki03.pdf>
 - **Carrillo, Sandra. Tesis PUCP** (2011) *Comunidades y Minería: La Comunicación en el Conflicto..* Ver en:
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1396/CARRILLO_HOYOS_SANDRA_COMUNIDADES_MINERIA.pdf?sequence=1
 - **Eckhardt K., y A. Gironda. Ediciones ESAN.** (2009). *Empresas mineras y población: estrategias de comunicación y relacionamiento.*
En: <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/02/25/mineria-y-poblacion.pdf>
 - **Minnign Intelligence Series. Bussines News Americas.** (2009). *Licencia social en Perú: Explorando el origen de la discordia.*
En:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/A71867AC09B0749205257A5A007A4EF1/\\$FILE/Peru-4-10-espanol.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/A71867AC09B0749205257A5A007A4EF1/$FILE/Peru-4-10-espanol.pdf)



Periodismo y Gestión de la Información

Tema:

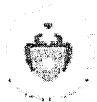
Tratamiento informativo de la economía peruana.

Sumilla:

Cobertura informativa y gestión de la información. Equilibrio informativo y grupos de poder económico. Manejo de fuentes en entidades públicas, privadas y académicas. Tratamiento informativo del modelo económico. Seguimiento informativo de la macroeconomía, microeconomía y economía del desarrollo. Crecimiento y desaceleración económica. Medición monetaria y no monetaria de la pobreza. Políticas públicas y seguimiento periodístico.

Bibliografía general:

- **Kovach, Bill** (2004). *Los elementos del periodismo*. Bogotá: El País (código Biblioteca ULima: 070.4070 K78).
- **Strentz, Herbert** (1983). *Periodistas y fuentes informativas*. Buenos Aires: Marymar (código Biblioteca ULima: 070 S83).
- **Restrepo, Javier Darío** (2005). *Ética periodística*. Bogotá: Norma (código Biblioteca ULima: 070.4017 H44).
- **Mankiw, N. Gregory**. (2012). *Principios de Economía*. México DF: Cengage, 2012. (Código de Biblioteca U Lima: 330 M224 2012)
- **Ghezzi, Piero; Gallardo, José**. *¿Qué se puede hacer con el Perú? Ideas para sostener el crecimiento económico en el largo plazo*. Lima: Universidad del Pacífico y Pontificia Universidad Católica del Perú, 2013. (Código de Biblioteca U Lima: 338.985 G42)
- **Paredes, Carlos**. *¿Ya fueron las vacas gordas? Nueva guía para la economía peruana*. Lima: Empresa Editora El Comercio, 2014. (Solicitar copia en la Facultad de Comunicación)



Publicidad y marketing

Tema.

Impacto de los medios digitales en la comunicación de marca

Sumilla.

- La comunicación de marca en la era digital; nuevas plataformas y nuevas estrategias.
- Medios on line: Funcionamiento / alcances / medición de su impacto y efectividad.
- Estrategias de comunicación en la industria publicitaria actual: principales cambios y sus consecuencias.
- La era del internet / redes sociales y su alcance.
- Comunicación móvil.

Bibliografía recomendada:

- **Barker, Melissa S** (2015). *Marketing para Medios Sociales: un planteamiento estratégico*. Primera edición. (Código Biblioteca ULima 658.804 M1)
- **Sanchez Herrera, J. y Teresa Pintado Blanco** (2010). *Nuevas tendencias de la comunicación*. Segunda edición. Madrid: Editorial Esic (código Biblioteca ULima 658.8 N).
- **Kerpen, Dave** (2012). *Me gusta : conseguir el éxito en las redes sociales*. Primera edición. Madrid: Editorial Anaya (código Biblioteca ULima 658.872 K44).
- **Martí, J. / Muñoz, P.** (2008). *Engagement Marketing. Una nueva publicidad para un marketing de compromiso*. Madrid : Pearson Educación (código Biblioteca ULima 658.8 M2684).
- **Williams, Eliza** (2010). *La nueva publicidad. Las mejores campañas*. Primera edición, Barcelona: Gustavo Gili (código Biblioteca ULima 659.113 W72).
- **Cooper, A.** (2006). *Planning: Cómo hacer el planeamiento estratégico de las comunicaciones*. Primera edición. Buenos Aires: Thompson Learning (código Biblioteca ULima 659.1019 P665).



- **Roberts, Kevin** (2006). *El futuro en pantalla. SISOMO. Creación de conexiones emocionales en el mercado con sight, sound y motion*. Primera Edición. México D.F.: Editorial Empresa Activa. (código Biblioteca ULima 658.812 R713)

Artículos en la Web:

Diez, Solange. *Las nuevas tecnologías, un desafío para los publicitarios.* (Universidad de Palermo)

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8987&id_libro=434

Videos:

Sobre Branded Content: ¿la nueva publicidad?

<https://www.youtube.com/watch?v=MNGGKVLdvs8>