

EL PODER DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

María Antonieta Rebeil Corella
Celia RuízSandoval Reséndiz
(Coordinadoras)



Diseño de portada: D.C.G. Laura Mendoza Martínez

**EL PODER DE LA COMUNICACIÓN
EN LAS ORGANIZACIONES**

Primera edición: agosto de 1998

Primera reimpresión: mayo del 2000

© Plaza y Valdés Editores/Universidad Iberoamericana

Plaza y Valdés Editores

Manuel María Contreras No. 73

Col. San Rafael, C.P. 06470

México, D.F. Tel. 5705-5120

Derechos exclusivos de edición reservados para todos los países de habla española. Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización escrita de los editores

Esta primera reimpresión es una coedición entre

Plaza y Valdés Editores y la Universidad Iberoamericana

ISBN: 968-856-612-8

Contenido

PRÓLOGO

Bruno Newman Flores	
Serafina Llano Prieto	11

INTRODUCCIÓN

María Antonieta Rebeil Corella	
Abraham Nosnik Ostrowiak	13

PARTE I

ÁREAS DE OPORTUNIDAD E IDEOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL . . .	33
---	----

Capítulo I. La visión estratégica del comunicador organizacional	
Salvador R. Sánchez Gutiérrez	35

Capítulo II. ¿Por qué la Comunicación es Relevante a la Empresa?	
Abraham Nosnik Ostrowiak	75

Capítulo III. La Aplicación de Modelos de Comunicación en las Organizaciones	
Juan Guillermo Pérez Castillo	93

Capítulo IV. Perfil y expectativas del asociado real y potencial de la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO) Patricia Agraz Gómez Consultores en Investigación y Comunicación, S.C. (Cinco)	125
---	-----

PARTE II

LA DISCIPLINA Y LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES ORGANIZACIONALES . . .	157
---	------------

Capítulo I. Perfiles de la Comunicación en las Organizaciones María Antonieta Rebeil Corella	159
---	-----

Capítulo II. El Papel de la Universidad en la Formación de Recursos Humanos para la Comunicación Empresarial e Institucional José de Jesús González Almaguer	193
---	-----

Capítulo III. Elementos Fundamentales Dentro de una Organización Celia RuizSandoval Reséndiz	211
---	-----

Capítulo IV. La Comunicación Organizacional como Estrategia para el Logro de Resultados Educativos en las Escuelas de Comunicación Orlando Ocampo Angarita	229
---	-----

Capítulo V. Acercamiento a la Evolución del Campo Profesional de la Comunicación desde la Perspectiva de sus Egresados Claudia Benassini Félix	241
---	-----

PARTE III
APLICACIONES DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL AL MERCADO LABORAL . . . 261

Capítulo I. El Perfil del Comunicador Organizacional en el Mercado Laboral
Serafina Llano Prieto 263

Capítulo II. Estrategia de Comunicación en el Proceso de Reorientación de la Cultura Organizacional: Caso Gigante, S.A. de C.V.
Alejandro Berrocali Álvarez 281

Capítulo III. Comunicación con Calidad: Grupo Financiero INVERLAT
Luis Martín del Campo Covarrubias 309

Capítulo IV. La Comunicación Organizacional en una Institución Pública 367
Lissete Alvarado Rufz 339

PARTE IV
DIÁLOGOS ENTRE ACADÉMICOS Y CONSULTORES
Memoria del Encuentro La Comunicación en las Organizaciones: Perspectivas Laborales y Académicas
María Antonieta Rebeil Corella
Celia RuizSandoval Reséndiz 369