



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE (S) RICARDO JAVIER APELLIDO (S): TRIANA SANDOVAL

NOMBRE (S) DIEGO ALEXANDER APELLIDO (S): LÓPEZ OLARTE

NOMBRE (S) LEONEL FERNANDO APELLIDO (S): CIFUENTES CARVAJAL

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE (S): DAYRA APELLIDO (S) SUÁREZ MARCIALES

TÍTULO DE LA TESIS: LA COMUNICACIÓN DE LA FILOSOFÍA

CORPORATIVA HACIA LOS DOCENTES DE PLANTA DE LA UNIVERSIDAD

FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

RESUMEN

El presente trabajo contiene el análisis de las estrategias de comunicación que ejecuta la UFPS., para promover la filosofía corporativa en los docentes de planta de la Institución. Para tal fin se toma como referencia la línea teórica del autor Paul Capriotti.

Como resultado se obtuvo que dentro de la institución no se manejan procesos de comunicación organizacional pensados estratégicamente para el posicionamiento y apropiación de la filosofía corporativa en los docentes de planta y se evidencia que los procesos de comunicación actual dentro de la universidad obedecen a un esquema de información debido a la carencia de profesionales en el área de comunicación corporativa.

PALABRAS CLAVES: Estrategias de comunicación, filosofía corporativa, Paul Capriotti.

PÁGINAS 122 PLANOS ILUSTRACIONES CD-ROM 1

LA COMUNICACIÓN DE LA FILOSOFÍA CORPORATIVA
HACIA LOS DOCENTES DE PLANTA DE LA UNIVERSIDAD
FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

RICARDO JAVIER TRIANA SANDOVAL
DIEGO ALEXANDER LÓPEZ OLARTE
LEONEL FERNANDO CIFUENTES CARVAJAL

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2013

LA COMUNICACIÓN DE LA FILOSOFÍA CORPORATIVA
HACIA LOS DOCENTES DE PLANTA DE LA UNIVERSIDAD
FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

RICARDO JAVIER TRIANA SANDOVAL
DIEGO ALEXANDER LÓPEZ OLARTE
LEONEL FERNANDO CIFUENTES CARVAJAL

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Comunicación Social

Directora
DAYRA SUÁREZ MARCIALES
Comunicadora Social, Especialista en Alta Gerencia

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SAN JOSÉ DE CÚCUTA
2013



ACTA DE SUSTENTACION DE UN TRABAJO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL


FECHA: San José de Cúcuta, 19 de Julio de 2013
HORA: 16:00 horas
LUGAR: Sala del tercer piso del CREAD

TITULO: "LA COMUNICACIÓN DE LA FILOSOFIA CORPORATIVA HACIA LOS DOCENTES
DE PLANTA DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER".

JURADOS: YORLANDY ANDREA QUIÑONEZ
JHON JAIRO JAIMES
FRANKLIN DIAZ MEDINA

DIRECTOR (A): DAYRA SUAREZ MARCIALES
Comunicador Social

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÓDIGO	CALIFICACION	A.M.L
RICARDO JAVIER TRIANA S.	1330021	4.0	APROBADA
DIEGO ALEXANDER LÓPEZ O.	1330023	4.0	APROBADA
LEONEL FERNANDO CIFUENTES C.	1330024	4.0	APROBADA


YORLANDY ANDREA QUIÑONEZ


JHON JAIRO JAIMES


FRANKLIN DIAZ MEDINA


FELIX JOAQUIN LOZANO CARDENAS
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. EL PROBLEMA	12
1.1 TÍTULO	12
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA	13
1.4 OBJETIVOS	13
1.4.1 Objetivo general.	13
1.4.2 Objetivos específicos	13
1.5 JUSTIFICACIÓN	13
2. MARCO DE REFERENCIA	15
2.1 ANTECEDENTES	15
2.2 MARCO TEÓRICO	20
2.2.1 Filosofía Corporativa: Principios y fundamentos de la organización.	20
2.2.2 Misión, visión y valores centrales Corporativos	23
2.2.3 Comunicación Corporativa: herramienta para la gestión estratégica de la organización	29
2.2.4 Identidad Corporativa: esencia de la Organización	38
2.3 MARCO CONCEPTUAL	41
2.4 MARCO CONTEXTUAL	43
3. DISEÑO METODOLÓGICO	49
3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	49
3.2 UNIVERSO Y MUESTRA	49
3.2.1 Universo	49

3.2.2 Muestra	50
3.3 FUENTES Y PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	51
4. LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA: “ESTRATEGIA DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN DE LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES DE LA ORGANIZACIÓN”	53
4.1 CAPÍTULO I: LA FILOSOFÍA CORPORATIVA COMO BASE ESTRUCTURAL PARA LA ORGANIZACIÓN	55
4.2 CAPÍTULO II: LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE LA FILOSOFÍA CORPORATIVA DE LA UFPS	61
5. CONCLUSIONES	71
6. RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	77