



PROYECTO FINAL DEL MASTER EN GESTIÓN DE LA
COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS EN LAS
ORGANIZACIONES. EDICIÓN 2006 - 2008

LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL COMO VALOR ESTRATÉGICO EN EL POSICIONAMIENTO DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA EN CIUDAD DE MÉXICO

CASO: UNIVERSIDAD ANÁHUAC MÉXICO SUR

Autor: Lic. José Rodrigo Pozón López

Director: Dr. José Daniel Barquero

Tutora: Mtra. Martha González Peláez

AGRADECIMIENTOS

A Dios

A Carmina, mi esposa, por su infinito amor. Por apoyarme e impulsarme en este proceso de formación y porque con su ejemplo siempre motiva e ilusiona. A tu lado todo es posible.

A mis padres, porque sin el amor y la educación que me ofrecieron y me siguen ofreciendo, hoy no sería la misma persona ni tendría las oportunidades que Dios está poniendo en mi camino. A mis hermanos, porque con su ejemplo y su guía me hacen mejor persona.

A Carmina y Luis, mis suegros, por acogerme, tratarme y quererme como a un hijo.

Al Dr. Javier Vargas, por su confianza, por su amistad y por permitirme la enorme bendición de trabajar a su lado.

A Javier Bravo y Jorge González, maestros de la comunicación. Gracias por su amistad sincera y por creer en mí.

A la Universidad Anáhuac México Sur y a toda la gente buena que conocí aquí. Estaré siempre agradecido porque me hacen sentir en familia.

A Martha González y Nuria Aguilar, por hacer más fácil y más enriquecedora esta experiencia.

INDICE

Índice

Justificación	1
Introducción	3
Sobre la organización	6
Análisis DAFO	13
Análisis del entorno comunicacional	25
Fundamentos del Plan de Comunicación Institucional	46
Líneas estratégicas del plan de Comunicación Institucional	49
Conclusión	78
Bibliografía	82