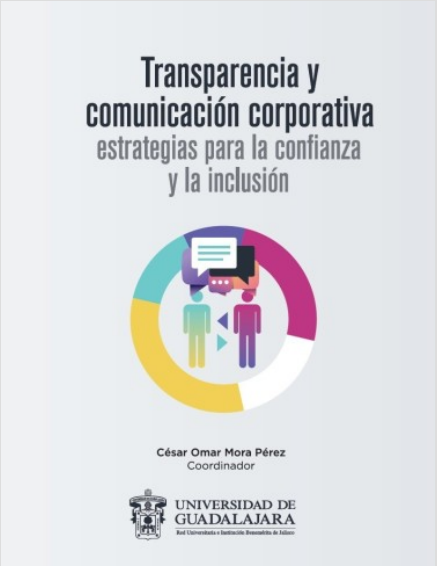
EDITORIAL UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Transparencia y comunicación corporativa

Estrategias para la confianza y la inclusión

Autor

César Omar Mora Pérez



Sinopsis

Transparencia y Comunicación Corporativa: Estrategias para la Confianza y la Inclusión es una obra que emerge del Programa de Investigación Temprana del Departamento de Administración del CUCEA, y se presenta como una valiosa herramienta para profesionales, estudiantes y académicos interesados en comprender la relevancia estratégica de la transparencia en el ámbito organizacional y gubernamental. En un contexto donde la confianza del público es un activo intangible fundamental, el libro analiza de forma clara y práctica cómo las relaciones públicas y la comunicación institucional pueden convertirse en mecanismos clave para generar entornos éticos, confiables e inclusivos.La obra transita desde los fundamentos de la transparencia como factor determinante en la reputación corporativa, hasta las implicaciones de la inteligencia artificial en la administración pública. A través de sus capítulos, se explora el papel del departamento de relaciones públicas, la responsabilidad social corporativa, la gestión de crisis con enfoque transparente y el impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana. Cada apartado revela cómo la transparencia va más allá de una obligación ética para convertirse en una estrategia organizacional que fortalece la legitimidad y el compromiso social.

E-Book

Año de publicación: 2025

Presentación: PDF (Digital (suministrado electrónicamente))

Tamaño: 1.72 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 176 Páginas

ISBN13: 9786075815688

$0 MXN

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Además de ofrecer herramientas y marcos analíticos, el libro incluye estudios de caso como el del INEGI, que permite examinar el ejercicio de la rendición de cuentas en órganos constitucionales autónomos, y análisis sobre la comunicación política y la confianza ciudadana en el estado de Jalisco. Esta obra constituye, en suma, una guía esencial para comprender y aplicar la transparencia como principio rector de la comunicación institucional, fortaleciendo así el vínculo entre las organizaciones y sus públicos en tiempos de cambio y exigencia social.



Sobre el autor

César Omar Mora Pérez

Doctor en Estudios Fiscales con orientación en Hacienda Pública, Maestro en Administración y Licenciado en Administración.

Palabras clave

Transparencia organizacional; Comunicación corporativa; Relaciones públicas; Confianza ciudadana; Rendición de cuentas; Gestión de crisis; Reputación corporativa; Comunicación política; Jalisco; ética administrativa

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Actualmente cursa una Maestría en Gobierno Electrónico.Dentro de su experiencia laboral en el sector público ha fungido como Coordinador de Información, encargado de la Dirección de Comunicación Social y Coordinador de Información y Relaciones Públicas de la Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas del Estado de Jalisco.En la Universidad de Guadalajara fue Coordinador de la Licenciatura de Administración, Secretario Administrativo, Asesor y actualmente se desempeña como Jefe del Departamento de Administración y como Profesor de tiempo completo, adscrito al Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativo de la Universidad de Guadalajara.Es miembro del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI), del Colectivo de Ciudadanos por Municipios Transparentes (CIMTRA) y de la Red Académica de Gobierno Abierto Mx.

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen