

30147 - Comunicación corporativa

Información del Plan Docente

Año académico	2017/18
Centro académico	179 - Centro Universitario de la Defensa - Zaragoza
Titulación	457 - Graduado en Ingeniería de Organización Industrial 563 - Graduado en Ingeniería de Organización Industrial
Créditos	6.0
Curso	4
Periodo de impartición	Primer Semestre
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Introducción

Breve presentación de la asignatura

La comunicación corporativa es una función estratégica de vital importancia en cualquier organización, también en la militar, y sus responsables precisan de una formación que les capacite para su ejercicio en el día a día de las unidades y también en las operaciones en el exterior. *Comunicación Corporativa* trata de acercar, de un modo teórico y práctico, al futuro oficial del Ejército de Tierra a la realidad de la comunicación institucional. Esta asignatura aportará al graduado un conocimiento de la historia y evolución de la disciplina, así como de las principales técnicas y herramientas de las que se compone, para que pueda llevar a cabo una adecuada gestión de la comunicación interna y externa dentro de la institución a la que pertenece.

1.2. Recomendaciones para cursar la asignatura

Se trata de una asignatura de la especialidad, en la que, para poder matricularse, el alumno debe haber superado la mayor parte de la titulación hasta el tercer curso.

1.3. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

El Grado de Ingeniería de Organización Industrial está orientado a capacitar al alumno para la gestión y dirección de empresas industriales y de servicios en todas sus áreas. En concreto, *Comunicación Corporativa* se centra en la preparación del graduado en el ámbito de la gestión de la comunicación, un aspecto clave tanto para el correcto funcionamiento interno de cualquier institución como para la adquisición de la legitimidad y la notoriedad social necesarias para el desarrollo de su actividad y el cumplimiento de sus fines.

1.4. Actividades y fechas clave de la asignatura

Las actividades previstas en esta asignatura y las fechas y los horarios en los que tendrán lugar se darán a conocer al alumno, a través de la plataforma moodle, al inicio del curso.

2. Resultados de aprendizaje

2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

30147 - Comunicación corporativa

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados:

Conocer los fundamentos de la comunicación corporativa.

Analizar, definir y proyectar la estructura de la comunicación interna de una organización.

Analizar, definir y proyectar la estructura de la comunicación externa de una organización.

Diseñar un plan estratégico de comunicación para una unidad del Ejército de Tierra.

2.2.Importancia de los resultados de aprendizaje

El egresado en Ingeniería de Organización Industrial (perfil Defensa) que curse esta asignatura será capaz de comprender la importancia que tiene la comunicación corporativa en la dirección de las instituciones encargadas de la Defensa, por su contribución a la construcción de la imagen y la reputación corporativas necesarias para obtener el respaldo social a sus actividades. Los conocimientos aportados en esta materia también le ayudarán a diseñar un plan de comunicación para alcanzar los objetivos estratégicos previstos por su organización y a ponerlo en práctica.

3.Objetivos y competencias

3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

Comunicación corporativa tiene como objetivo primordial que el alumno adquiera un conocimiento teórico y/o práctico de la naturaleza de la comunicación que se genera en las instituciones y, en concreto, en las organizaciones de la Defensa y de las Fuerzas Armadas; los órganos, los métodos y las herramientas de difusión interna y externa de los mensajes, y los procesos de elaboración de textos, especialmente, los destinados a los medios de comunicación.

3.2.Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para:

Planificar, presupuestar, organizar, dirigir y controlar tareas, personas y recursos.

Resolver problemas y tomar decisiones con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico.

Comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas en castellano.

Trabajar en un grupo multidisciplinar y en un entorno multilingüe.

Aprender de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.

Conocer los fundamentos de la comunicación corporativa.

4.Evaluación

4.1.Tipo de pruebas, criterios de evaluación y niveles de exigencia

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes

30147 - Comunicación corporativa

actividades de evaluación:

* Examen final (40%). La prueba constará de varias preguntas teóricas de extensión media y de una más larga de carácter teórico-práctico.

* Estudios de caso y ejercicios de redacción (30%).

* Elaboración en grupo de un plan estratégico de comunicación para una unidad del Ejército de Tierra (25%).

* Actitud y participación en clase (5%).

Para ser APTO en la asignatura se deberán aprobar todas las actividades de que consta con una nota igual o superior a 5. Quienes no superen alguna de ellas, deberán presentarse para su recuperación en la prueba global de evaluación final.

5. Metodología, actividades, programa y recursos

5.1. Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en clases magistrales, estudio de casos, prácticas de redacción y trabajos en grupo dirigidos.

5.2. Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades:

A. Clases teóricas. El alumno debe asistir a las clases presenciales para familiarizarse con los conceptos básicos de la materia, cuyo estudio completará a través de los materiales bibliográficos que se indiquen durante el curso.

B. Estudios de caso y ejercicios de redacción. Al hilo de las explicaciones teóricas, el alumno deberá resolver, en clase o fuera de ella, de forma individual o grupal, por escrito o de manera oral, algunos estudios de caso. También realizará varias prácticas de redacción, que se detallarán en el momento de su realización.

C. Trabajo en grupo dirigido. Los alumnos elaborarán en grupo y fuera del aula un plan estratégico de comunicación a partir de las explicaciones conceptuales realizadas en clase, las lecturas bibliográficas y las orientaciones del profesor en las tutorías.

5.3. Programa

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende los siguientes temas:

1. LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA O LA GESTIÓN DE INTANGIBLES

2. NATURALEZA ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

3. COMUNICACIÓN Y LIDERAZGO

4. LA COMUNICACIÓN CON EL ENTORNO

5. LA COMUNICACIÓN DE CRISIS

6. LA COMUNICACIÓN DE LA DEFENSA

5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de clases, actividades y trabajos planificados para esta asignatura se dará a conocer a los alumnos al comienzo de la asignatura.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

- Argenti, P. A. *Comunicación estratégica y su contribución a la reputación*. Madrid: LID Editorial, 2014.
- Bel Mallén, J. I. *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Pamplona: Eunsa, 2005.
- Capriotti, P. *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago de Chile: Colección Libros de Empresa, 2009.
- Grunig, J.; Hunt, T. *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Losada Díez, J. C. (coord.). *Gestión de la comunicación en las organizaciones: comunicación interna, comunicación corporativa y de marketing*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Sánchez Moreno, V. "El Oficial de Información Pública: factor clave en la nueva comunicación de la Defensa". Documento de Opinión, Instituto Español de Estudios Estratégicos, marzo de 2014.
- Sotelo Enríquez, C. *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Ariel, 2008.
- Túñez, J. M. *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Zamora: Comunicación Social, 2011.