

30147 - Comunicación corporativa

Información del Plan Docente

Año académico: 2019/20

Asignatura: 30147 - Comunicación corporativa

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

Materia: ---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

Comunicación Corporativa tiene dos objetivos principales:

1. Que el alumno comprenda la importancia estratégica que tiene la comunicación para las organizaciones y, en particular, para las instituciones responsables de la Defensa y las Fuerzas Armadas.
2. Que el alumno adquiera un conocimiento teórico y práctico de los órganos, los métodos y las principales herramientas de difusión interna y externa de los mensajes corporativos.

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

El Grado de Ingeniería de Organización Industrial (Perfil Defensa) 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 funcionamiento interno de cualquier institución como para la adquisición de la legitimidad social necesaria para el cumplimiento de sus fines corporativos.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Como se trata de una asignatura de la especialidad, el alumno debe haber aprobado la mayor parte de las materias de la titulación hasta tercer curso para poder matricularse en ella.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

Tras cursar la asignatura, el estudiante poseerá:

- La capacidad de planificar, presupuestar, organizar, dirigir y controlar tareas, personas y recursos.
- La capacidad de resolver problemas y tomar decisiones con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico.
- La capacidad de comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas en castellano.
- La capacidad de trabajar en un grupo multidisciplinar y en un entorno multilingüe.
- La capacidad de aprender de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.

2.2. Resultados de aprendizaje

Para superar esta asignatura, el estudiante deberá:

- 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.

2.3.Importancia de los resultados de aprendizaje

Los egresados en Ingeniería de Organización Industrial (Perfil Defensa) que cursen esta asignatura serán capaces 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 reputación corporativa necesaria para obtener el respaldo social a sus actividades. Los conocimientos aportados también les ayudarán a diseñar un Plan Estratégico de Comunicación y a ponerlo en práctica.

3.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

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

- Examen final (50%). La prueba constará de varias preguntas cortas y de una más larga tipo ensayo.
- Estudios de caso (20%).
- Elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación para una unidad del Ejército de Tierra (25%).
- Actitud y participación en clase (5%).

Es necesario aprobar el examen final con una nota igual o superior a 5 para superar la asignatura, tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria.

Los alumnos que suspendan la asignatura en la convocatoria de febrero, deberán realizar un examen de las mismas características en la convocatoria de agosto. La nota de esta nueva prueba mediará con las calificaciones obtenidas durante el curso en el resto de las actividades.

4.Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1.Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en clases magistrales, sesiones prácticas, un trabajo en grupo dirigido y el estudio personal.

4.2.Actividades de aprendizaje

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

- A. Clases magistrales. 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. Sesiones prácticas. Al hilo de las explicaciones teóricas, el alumno deberá llevar a cabo varios estudios de caso y ejercicios de redacción. Estos se detallarán en el momento de su realización.
- C. Trabajo en grupo dirigido. Los alumnos elaborarán en grupo, bajo la supervisión de la profesora, un Plan Estratégico de Comunicación.
- D. Estudio personal.

4.3.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

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de clases y actividades planificados para esta asignatura se dará a conocer a los alumnos al inicio del curso.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

http://biblos.unizar.es/br/br_citas.php?codigo=30147&year=2019