

27634 - Comunicación corporativa

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 27634 - Comunicación corporativa

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Créditos: 5.0

Curso: 4

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura tiene como objetivo profundizar en el papel de la comunicación corporativa en la imagen y la reputación de las organizaciones. Con ella se pretende capacitar al alumno para diseñar y desarrollar planes de comunicación corporativa. Finalmente, se persigue que el alumno analice, valore y tome decisiones respecto a la comunicación corporativa, adecuadas a la situación específica de una empresa.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas contribuyen al logro de los objetivos: 5: Igualdad de Género, 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico, y 12: Producción y Consumo Responsables.

Se recomienda haber superado las asignaturas "Introducción al Marketing", "Introducción a la Investigación de Mercados" y "Decisiones sobre Comunicación Comercial".

2. Resultados de aprendizaje

- Comprender la relevancia de la comunicación corporativa.
- Diferenciar e interrelacionar los conceptos de identidad, imagen y reputación.
- Comprender el proceso de planificación de las relaciones públicas.
- Conocer los métodos e instrumentos más adecuados para la comunicación de crisis.
- Conocer las técnicas de relaciones públicas con los medios de comunicación.
- Saber valorar y analizar de forma crítica las actividades de comunicación corporativa que desarrollan las organizaciones, proponiendo estrategias y acciones alternativas.
- Resolver y desarrollar de manera individual y/o en equipo, actividades y trabajos relacionados con los contenidos de la asignatura y planificar los mismos para la mejor consecución de los objetivos fijados y la optimización del tiempo.
- Comunicar con rigor, de forma oral y escrita, conocimientos, ideas y resultados de las actividades y trabajos realizados.

Todo lo anterior se realizará de acuerdo con los valores propios de la ética y las buenas prácticas profesionales, así como los valores democráticos y de respeto.

3. Programa de la asignatura

PARTE I: IMAGEN CORPORATIVA

TEMA 1: Identidad, Imagen y Reputación Corporativa

1.- Identidad corporativa

2.- Imagen corporativa

3.- Reputación corporativa

TEMA 2: Medición de la Imagen Corporativa

1.- Auditoría de imagen

2.- Observatorio permanente de la imagen corporativa

TEMA 3: Identidad Visual Corporativa

1.- Conceptos y estrategias

2.- Elementos y principios básicos

3.- El manual de identidad corporativa

PARTE II: RELACIONES PÚBLICAS

TEMA 4: RRPP: El Proceso de RRPP

1.- Concepto y teorías

2.- El proceso de relaciones públicas

3.- RRPP on line

TEMA 5: Comunicación de Crisis

1.- Análisis de la Crisis

2.- Estrategia de la comunicación de la crisis

3.- El plan de comunicación de crisis

TEMA 6: Las Relaciones con los Medios de Comunicación

1.- Introducción

2.- Técnicas de RRPP con los medios

4. Actividades académicas

El proceso de aprendizaje se basa en las siguientes actividades:

Clases magistrales participativas. En ellas se proporcionarán los conocimientos teóricos, acompañándose de ejemplos prácticos que faciliten su comprensión y aplicación.

Resolución y presentación de casos prácticos, elaboración de trabajos, búsqueda de ejemplos, comentario y valoración de lecturas y noticias, y discusión de temas de actualidad.

Actividades tutelares y/o seminarios: se podrán supervisar los trabajos realizados y aclarar dudas sobre los contenidos de la asignatura.

Trabajo autónomo: incluye actividades de análisis de los contenidos, resolución de las actividades prácticas, realización de trabajos, y búsqueda y análisis de información, entre otros.

Actividades de evaluación

La metodología de impartición de la docencia y su evaluación está prevista que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

5. Sistema de evaluación

La evaluación de la asignatura para la primera CONVOCATORÍA OFICIAL se podrá realizar a través de un SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA que consta de las siguientes actividades:

Trabajo 1 (T1): consistirá en la realización y entrega por parte del alumno de dos actividades interactivas en equipo consistentes en un seminario sobre la parte I y un seminario sobre la parte II. El trabajo realizado en estas actividades será presentado y debatido en las sesiones prácticas. Representa el 80% de la calificación (60% los trabajos entregados y 20% las presentaciones y debates realizados en las clases prácticas que serán calificados de forma individual).

Trabajo 2 (T2): consistirá en la realización por parte del alumno de actividades, individuales o en equipo, en las sesiones teórico-prácticas consistentes en la búsqueda de ejemplos, la resolución y presentación de casos prácticos, la discusión de algún tema de actualidad y/o comentarios y valoración de lecturas y noticias. Los resultados alcanzados se debatirán en clase. Representa el 20% de la calificación.

Para que el alumno pueda superar la asignatura será necesario que realice TODAS las actividades que la configuran (T1 y T2) y que obtenga como mínimo un 5 sobre 10. Además, para promediar dichas actividades, debe obtener una calificación mínima de 3 sobre 10 en cada una de las actividades que integran T1.

Los alumnos que no opten por la Evaluación Continua, no la superen o deseen mejorar su calificación, deberán realizar UNA PRUEBA GLOBAL, escrita u oral, en la que se evaluarán los objetivos de aprendizaje a través de preguntas teórico-prácticas y preguntas prácticas. Esta prueba se realizará en la fecha oficial establecida por el Centro.

En la segunda convocatoria, la evaluación se realizará a través de UNA PRUEBA GLOBAL, escrita u oral, que tendrá las mismas características que la prueba global de la primera convocatoria.

La detección de plagio en una actividad implicará la calificación de 0 puntos.