

## **25338 - Proyectos de comunicación especializada: Comunicación corporativa**

### **Información del Plan Docente**

**Año académico:** 2024/25

**Asignatura:** 25338 - Proyectos de comunicación especializada: Comunicación corporativa

**Centro académico:** 103 - Facultad de Filosofía y Letras

**Titulación:** 272 - Graduado en Periodismo

**Créditos:** 9.0

**Curso:** 4

**Periodo de impartición:** Segundo cuatrimestre

**Clase de asignatura:** Obligatoria

**Materia:**

### **1. Información básica de la asignatura**

El Plan de Comunicación Integral (PCI) responde a las competencias propias de la Comunicación Corporativa. Es recomendable haber cursado la asignatura de Comunicación e Identidad Corporativa y tener una actitud crítica y pro-activa.

El Plan/proyecto es individual. Debe atender a un índice de contenidos completo, exacto y real que pueda ser llevado a presentación formal. El estudiante debe saber crear un PCI con la calidad necesaria y suficiente como para poder ser aplicado en una empresa real, teniendo en cuenta criterios de adaptabilidad y oportunidad. Se desarrolla a lo largo del segundo cuatrimestre de cuarto curso.

Los capítulos imprescindibles son: 1) Comunicación Interna; 2) Comunicación Externa; 3) Comunicación de Responsabilidad Social Corporativa; y 4) Comunicación de Crisis.

Además de los ODS del Apdo. 6, en esta asignatura se trabajan los ODS 16 Paz, justicia e instituciones sólidas y 17 Alianzas para lograr los objetivos.

### **2. Resultados de aprendizaje**

Los resultados de aprendizaje se derivan directamente de la adquisición de las siguientes competencias:

- Comprender una base de conocimientos de la planificación, diseño, etapas de desarrollo y realización de un proyecto de plan integral de comunicación corporativa, con indicadores: aplicar los conocimientos al análisis y planificación de planes integrales de comunicación corporativa.
- Comprender, gestionar y aplicar los conocimientos formales y los procesos técnicos a la realización de un plan integral de comunicación corporativa, con indicadores: aplicar los conocimientos a la elaboración y diseño de un plan de comunicación; aplicar los conocimientos a la realización de un plan de comunicación con sus modalidades de comunicación interna y con su programa de relaciones externas, así como de las actuaciones en situación de crisis.
- Adoptar una actitud favorable hacia el respeto de los valores fundamentales individuales y colectivos, con indicadores: determinar los valores de respeto a los derechos humanos en las actuaciones corporativas y desarrollar comportamientos éticos.
- Mostrar capacidad de trabajo en equipo que facilite el desarrollo de los conocimientos con un intercambio cultural crítico y responsable, con indicadores: mostrar aptitudes colaborativas.

### **3. Programa de la asignatura**

1. Concepto de comunicación estratégica
2. Evolución de las relaciones públicas
3. Ética y profesionalidad
4. Departamentos y consultoras
5. Proceso estratégico
6. Relaciones con los medios
7. Internet y medios sociales
8. Organización de eventos
9. Marca corporativa
10. Comunicación de crisis
11. Relaciones institucionales
12. Responsabilidad social corporativa

### **4. Actividades académicas**

La asignatura tiene una naturaleza eminentemente práctica y aplicada, consistente en el desarrollo de todas las fases de elaboración de un PCI. Previamente, se proponen una serie de actividades centradas en el análisis de PCIs reales para verificar las pautas teóricas e indicadores de calidad establecidos por los estudiantes mismos, o seleccionados de entre los PCIs existentes, que cumplan los criterios necesarios para confeccionar un PCI óptimo en su aplicación práctica.

Se imparten clases magistrales y sesiones tutorizadas, en las que se exponen los conceptos básicos sobre los que desarrollarán sus habilidades comunicativas.

## 5. Sistema de evaluación

### PRIMERA CONVOCATORIA.

#### *Evaluación global (100%).*

- 1) EVALUACIÓN DEL PCI escrito, en todo su desarrollo: (70%) basada en los conocimientos teóricos sobre Comunicación e Identidad Corporativa.
- 2) PRUEBA PRÁCTICA PRESENTACIÓN INDIVIDUAL (EN PÚBLICO): (30%) (Duración: 30 minutos aprox.).

Se valorará tanto la aplicación de los conocimientos, como la capacidad de crear y de poner la imaginación al servicio del conocimiento. También se tendrá en cuenta una lógica y coherencia argumental, así como la corrección en la redacción (sin errores ortográficos) y la presentación formal. Teniendo todo esto en cuenta, el criterio fundamental será la viabilidad del Proyecto, en términos de eficiencia.

En la presentación oral se evaluará tanto la capacidad comunicativa verbal como la comunicación no verbal, así como la claridad expositiva

### SEGUNDA CONVOCATORIA.

*Evaluación global (100%) idéntica a la de la 1.ª convocatoria.*

## 6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

- 4 - Educación de Calidad
- 5 - Igualdad de Género
- 10 - Reducción de las Desigualdades