



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Estrategias de comunicación corporativa*

Título: *Grado en Comunicación*

Materia: *Planificación y estratégica*

Créditos: *6 ECTS*

Código: *21GCOM*

Curso: *2023-2024*

Índice

| | |
|---|---|
| 1. Organización general..... | 3 |
| 1.1. Datos de la asignatura | 3 |
| 1.2. Equipo docente | 3 |
| 1.3. Introducción a la asignatura | 3 |
| 1.4. Competencias y resultados de aprendizaje | 4 |
| 2. Contenidos/temario..... | 5 |
| 3. Metodología | 6 |
| 4. Actividades formativas | 6 |
| 5. Evaluación | 7 |
| 5.1. Sistema de evaluación | 7 |
| 5.2. Sistema de calificación..... | 8 |
| 6. Bibliografía..... | 9 |
| 6.1. Bibliografía de referencia | 9 |
| 6.2. Bibliografía complementaria..... | 9 |

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

| | |
|---------------------------------------|---|
| MÓDULO | Módulo de formación obligatoria |
| MATERIA | Planificación y estratégica |
| ASIGNATURA | Estrategias de comunicación corporativa 6 ECTS |
| Carácter | Obligatorio |
| Curso | 2023/2024 |
| Cuatrimestre | 1º |
| Idioma en que se imparte | Castellano |
| Requisitos previos | Para el acceso a este Grado, se deben cumplir los requisitos de acceso que prevé el artículo 3 del Real Decreto 412/2014 de 6 de junio. |
| Dedicación al estudio por ECTS | 25 horas |

1.2. Equipo docente

| | |
|-----------------|---|
| Profesor | Dra. Teresa Bruno Carlos Doctora en Comunicación teresa.bruno@campusviu.es |
|-----------------|---|

1.3. Introducción a la asignatura

La asignatura introduce al alumnado al conocimiento y aplicación de las principales estrategias de comunicación corporativa. Parte del estudio de la comunicación corporativa, sus características y principales ámbitos, así como las formas de gestión de esta, principalmente, a través de los gabinetes y las agencias de comunicación. A través del estudio del plan de comunicación el alumnado conocerá la herramienta que permite el logro de los objetivos de comunicación de las organizaciones, sus principales fases y elementos. Se profundizará en las áreas de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las organizaciones, así como en la organización de eventos como ámbitos a destacar en la comunicación corporativa en la actualidad.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

CE30 – Utilizar adecuadamente estrategias de comunicación corporativa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 – Conocer las características de la comunicación corporativa y saber identificar sus ámbitos en las organizaciones.

RA2 - Conocer los tipos de gabinetes y agencias de comunicación desde los que se puede gestionar la función comunicativa en las organizaciones.

RA3 - Analizar las principales herramientas para la comunicación de programas y acciones de RSC en las organizaciones.

RA4 - Conocer y diseñar la estructura de planes de comunicación.

RA5 - Conocer y establecer los elementos fundamentales en el diseño de eventos corporativos.

2. Contenidos/temario

Unidad 1. Estructura comunicativa en las organizaciones e instituciones

- 1.1. La comunicación corporativa: definición y características
- 1.2. Ámbitos de la comunicación corporativa y su gestión en las organizaciones e instituciones

Unidad 2. Modalidades en la gestión de la comunicación corporativa

- 2.1. Los gabinetes de comunicación
- 2.2. Las agencias de comunicación

Unidad 3. Reputación y Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

- 3.1. La gestión de los intangibles en las organizaciones: la reputación corporativa
- 3.2. Responsabilidad Social Corporativa
 - 3.2.1 Definición y características
 - 3.2.2 La gestión de la RSC en las organizaciones: el plan director
 - 3.2.3 La comunicación de la RSC

Unidad 4. Herramientas para el desarrollo de un plan de comunicación

- 4.1. El plan de comunicación: definición y características
- 4.2. Etapas y herramientas del plan de comunicación

Unidad 5. Organización de eventos y la figura de los jefes de gabinete

- 5.1. Eventos corporativos: definición y tipología
- 5.2. Planificación de eventos

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas, se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- c. Estudio y seguimiento de material interactivo

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono. Los trabajos podrán hacerse de manera individual o grupal.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas, se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

| Sistema de Evaluación | Ponderación |
|--|-------------|
| Portafolio* | 60 % |
| <p><i>Colección de tareas realizadas por el alumnado y establecidas por el profesorado. La mayoría de las tareas aquí recopiladas son el resultado del trabajo realizado dirigido por el profesorado en las clases prácticas, tutorías colectivas, etc. Esto permite evaluar, además de las competencias conceptuales, otras de carácter más práctico, procedimental o actitudinal.</i></p> <p><i>Las actividades evaluables que conforman el portafolio son las siguientes:</i></p> | |

| <ul style="list-style-type: none"> - Estudio de casos: 30% - Resolución de problemas: 30% | |
|--|-------------|
| Sistema de Evaluación | Ponderación |
| Prueba final* | 40 % |
| <i>La realización de una prueba con preguntas de tipo test cuyas características específicas serán definidas por el profesor</i> | |

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final)** con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

| Nivel de aprendizaje | Calificación numérica | Calificación cualitativa |
|----------------------|-----------------------|--------------------------|
| Muy competente | 9,0 - 10 | Sobresaliente |
| Competente | 7,0 - 8,9 | Notable |
| Aceptable | 5,0 -6,9 | Aprobado |
| Aún no competente | 0,0 -4,9 | Suspenso |

Sin detrimento de lo anterior, el estudiante dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje.**

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

- Almansa Martínez, A. (2005). Relaciones públicas y gabinetes de comunicación. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 32, 117-132. Disponible en <https://ddd.uab.cat/record/5414>
- Barrio Fraile, E. (2019). *Responsabilidad social corporativa: De la noción a la gestión*. Editorial UOC. <https://go.exlibris.link/XdvQBQsy>
- Jiménez-Morales, M. y Panizo Alonso, J.M. (2017). *Eventos y protocolo: La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales*. Editorial UOC. <https://go.exlibris.link/HYMw4tC2>
- Merino Bobillo, M. y Sánchez Valle, M. (2020). *Comunicación corporativa: Estrategia e innovación*. Editorial Síntesis. <https://go.exlibris.link/JyhFT0zD>
- Morató Bullido, J. (2016). *La comunicación corporativa*. Editorial UOC. <https://go.exlibris.link/rYpNBSPR>
- Túñez López, M. y Costa-Sánchez, C. (2014) (Eds.). *Comunicación corporativa: Claves y escenarios*. Editorial UOC. <https://go.exlibris.link/JHqzVXwW>

6.2. Bibliografía complementaria

- DIRCOM (2016). El Decálogo DIRCOM. 10 preguntas y 10 respuestas sobre la función de dirección de comunicación. Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM) <https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2021/03/decalogo-dircom.pdf>
- Estanyol, E., García, E. y Lalueza, F. (2017) (Coord). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?*. Editorial UOC. <https://go.exlibris.link/Pyk5LNgT>
- Otero Alvarado, M. T. (2013). *Protocolo y organización de eventos*. Editorial UOC. <https://go.exlibris.link/BxPQQ5sB>
- Villafañe, J. (2001). La reputación corporativa como factor de liderazgo. *Área Abierta*, 1. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1354464>