

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Dirección e Innovación en Comunicación Corporativa

Descripción: La comunicación corporativa ha ido ganando relevancia dentro de las organizaciones en los últimos años, aspecto que se ha visto también reflejado en los organigramas corporativos. El Director de Comunicación (DIRCOM), que se sitúa al frente del Departamento de Comunicación, es el último responsable de la comunicación tanto interna como externa y una de sus principales misiones es la consolidación de importantes activos intangibles para la empresa.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Contextualización: El alumno, una vez conoce los pilares de la estrategia de comunicación corporativa, debe profundizar en la figura del DIRCOM, como máximo responsable de esta dentro de las organizaciones. Esta asignatura pretende dotar al alumno no sólo de conocimientos, sino también de habilidades de gran relevancia tanto de carácter directivo como creativo.

Modalidad: Online

Temario:

1. Dirección de Comunicación Corporativa:
 - a. Modelos de Departamento de Comunicación y su impacto en su posición en el organigrama corporativo. Estructura interna del Departamento de Comunicación.
 - b. Innovación en comunicación corporativa: nuevos agentes, nuevas perspectivas y nuevos modelos. La participación y papel de los influencers.
2. El Plan de Comunicación:
 - a. Metodologías avanzadas para el diagnóstico de situación y la fijación de objetivos de comunicación.
 - b. Diseño del Plan de Comunicación corporativa: adaptación a entidades lucrativas y no lucrativas. Área de influencia, públicos y audiencias.
 - c. Los grupos de interés en el Plan de Comunicación: relaciones con el consumidor, los medios, los inversores, la comunidad y el sector público.
3. Técnicas para la monitorización y seguimiento del cumplimiento del Plan de Comunicación.
4. La figura del Director de Comunicación (DIRCOM):
 - a. Habilidades directivas aplicadas a la figura del DIRCOM: resolución de conflictos, trabajo en equipo, coaching e inteligencia emocional.
 - b. Ética, deontología y buenas prácticas del DIRCOM. Estudio de casos relevantes

Competencias:

- Básicas: CB-06, CB-07, CB-08, CB-09 y CB-10.
- Específicas: CE-03, CE-04 y CE05.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	10	100%
Clases prácticas de análisis: estudio de casos y resolución de problemas	5	100%

Clases prácticas profesionales: simulación y diseño de proyectos	5	100%
Talleres profesionales	5	100%
Tutorías	10	30%
Trabajo autónomo	113	0%
Realización de la prueba	2	100%

Metodologías docentes:

- Lección magistral y lección magistral participativa.
- Revisión bibliográfica.
- Estudio de casos.
- Resolución de problemas.
- Simulación.
- Diseño de proyectos.
- Seguimiento.
- Trabajo cooperativo.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio. Actividad teórica	10%	15%
Evaluación del Portafolio. Actividad de análisis	15%	25%
Evaluación del Portafolio. Actividad profesional	25%	40%
Evaluación de la prueba	20%	50%

Normativa específica: No aplica

Bibliografía:

Referencia bibliográfica básica: Merino Bobillo, M., & Sánchez Valle, M. (2020). *Comunicación corporativa: estrategia e innovación*. Madrid: Síntesis.

La bibliografía complementaria será aportada por el docente responsable de la asignatura al comienzo de impartición de la misma.