

FICHA DE ASIGNATURA

Título: El Presente y Futuro de la Comunicación Corporativa: Los Medios Digitales

Descripción: Es innegable que los medios digitales han adquirido una presencia relevante en la comunicación corporativa, permitiendo llegar de manera prácticamente instantánea a millones de personas. Esto supone un reto y un riesgo, pues hoy en día la reputación on-line de una compañía es uno de sus grandes activos. Además, la irrupción de internet ha generado nuevas tendencias en materia, por ejemplo, de creación de contenidos.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Contextualización: Esta asignatura, integrada en la materia Comunicación Corporativa Integral, pretende ofrecer al estudiante un acercamiento integral a la comunicación corporativa digital, abordando cuestiones tan diversas como el uso de las redes sociales y del big data o la creación de páginas web y contenido digital. Como ocurre con otras asignaturas, se enfoca desde un punto de vista práctico, que persigue que el estudiante no sólo adquiera conocimientos, sino también habilidades y competencias.

Modalidad: Online

Temario:

1. Estrategia de comunicación digital:
 - a. Integración de la estrategia de comunicación digital en la estrategia de comunicación corporativa.
 - b. Características de la narrativa informativa y audiovisual en entornos on-line en contextos empresariales.
2. Redes Sociales y reputación on-line:
 - a. Social Media Plan integrado en la estrategia global de comunicación.
 - b. Técnicas y herramientas para la creación de contenidos adaptado a las diferentes redes sociales.
 - c. Metodologías para el seguimiento de las redes sociales.
3. Gestión de proyectos de diseño y re-diseño de la web corporativa y aplicaciones móviles. Definición de funcionalidades y creación del user interface.
4. Herramientas para la comunicación digital:
 - a. Posicionamiento en buscadores: SEO, SEM y SMO.
 - b. Analítica web: Google Analytics y uso de cuadros de mando.
 - c. Big Data y Business Intelligence: herramientas para la gestión de datos en contextos de comunicación corporativa.
 - d. Introducción a las técnicas de netnografía.

Competencias:

- Básicas: CB-06, CB-07, CB-08, CB-09 y CB-10.
- Específicas: CE-14 y CE-15.

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: Costa-Sánchez, C., & Martínez Costa, S. (2018). *Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias*. Barcelona: UOC.

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