

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB-6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB-7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB-8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB-9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE-01. Valorar la influencia de decisiones vinculadas a la comunicación corporativa en las distintas áreas funcionales de una organización.

CE-02. Diseñar acciones comerciales coherentes con la estrategia global de comunicación de la organización.

CE-03. Diseñar la estructura del Departamento de Comunicación de una organización en función de sus necesidades.

CE-04. Desarrollar un Plan de Comunicación integral de una organización acorde a sus objetivos y perspectivas futuras.

CE-05. Crear acciones de comunicación innovadoras mediante la aplicación de técnicas de creatividad y la participación de los empleados de la organización.

CE-06. Desarrollar una escritura corporativa diferenciada acorde a la imagen de la organización.

CE-07.- Diseñar una estrategia de relación bidireccional con los medios de comunicación adaptada a la política de comunicación corporativa de la organización.

CE-08. Determinar las dimensiones de la RSC de una organización en coherencia con su actividad y sus objetivos.

CE-09. Diseñar la estrategia de comunicación y reporte de una organización en lo referente a sus acciones de RSC y sostenibilidad.

CE-10.- Evaluar el impacto de las decisiones de promoción y distribución en la imagen corporativa de una empresa.

CE-11. Desarrollar el manual de identidad corporativa de una organización teniendo en cuenta su imagen de marca y sus objetivos.

CE-12.- Desarrollar el plan y el mapa de comunicación interna, seleccionando los lenguajes, medios y agentes más adecuados a las necesidades de la organización.

CE-13. Desarrollar estrategias de implantación de una cultura organizacional adaptada a los valores corporativos.

CE-14.- Desarrollar un proyecto de diseño o re-diseño de la web corporativa de una organización respetuoso con el plan de comunicación y sus objetivos estratégicos.

CE-15. Establecer indicadores para la monitorización de la actividad de la organización tanto en redes sociales como en web.

CE-16.- Desarrollar mecanismos para el control y medición de resultados de la estrategia de relaciones públicas externas e internas.

CE-17. Diseñar un evento acorde a las necesidades de la organización y el mensaje que quiera transmitir en cada momento.

CE-18. Conocer las vías de que dispone una organización para influir, de manera legal, ética y transparente, en las decisiones de los organismos públicos.

CE-19. Diseñar acciones comunicativas encaminadas a paliar los efectos de una situación de riesgo o de crisis para la organización.

CE-20. Definir el alcance, los estándares de calidad, los riesgos y los plazos para un proyecto de comunicación corporativa.

CE-21.- Diseñar una estrategia de financiación y análisis de la rentabilidad para un proyecto de comunicación corporativa.

CE-22. Identificar las situaciones que pueden implicar riesgos legales en un proyecto de comunicación corporativa.

CE-23.- Construir un discurso persuasivo teniendo en cuenta sus implicaciones cognitivas y emocionales sobre el receptor.

CE-24. Identificar la importancia de la comunicación verbal y no verbal en la figura del portavoz de una organización.