



GUÍA DOCENTE

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Comunicación integral
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Comunicación Corporativa
MATERIA:	Dirección y gestión de la comunicación corporativa
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	3
CURSO:	Primero
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español
PROFESORADO:	Dra. Mónica Gracia
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	monica.gracia@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none">- Tema 1. Ámbitos y procesos de Comunicación Corporativa.<ul style="list-style-type: none">- Subtema 1.1. Comunicación externa- Subtema 1.2. Comunicación interna- Tema 2. Análisis de la comunicación en la empresa desde una perspectiva integral.<ul style="list-style-type: none">- Subtema 2.1. Comunicación integral- Subtema 2.2. Identidad e imagen corporativa- Subtema 2.3. Responsabilidad social corporativa (RSC)- Tema 3. Perspectiva estratégica de la comunicación en la empresa.<ul style="list-style-type: none">- Subtema 3.1. Plan estratégico de comunicación- Subtema 3.1. Plan de medios- Subtema 3.2. Plan de comunicación interna- Tema 4. Usos de medios y recursos para la comunicación interna y externa.



- Subtema 4.1. Tipos de medios
- Subtema 4.2. Publicidad
- Subtema 4.3. Comunicación *online*
- Tema 5. Ámbitos y competencias en los departamentos de Comunicación de la empresa.
 - Subtema 5.1. Departamento de comunicación
 - Subtema 5.2. La dirección en comunicación

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1 - Poseer la formación para la comprensión de procesos y prácticas de comunicación en diferentes contextos.
- CG3 - Poseer la formación para resolver problemas de comunicación en diversos contextos organizativos y en nuevos escenarios de comunicación.
- CG5 - Tener la capacitación para comunicar sus conocimientos de modo claro a diversos tipos de público.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE1- Demostrar y aplicar los procesos y prácticas de comunicación en ámbitos empresariales y corporativos que implique en el diseño, dirección, planificación y evaluación de estrategias en proyectos de comunicación.
- CE2- Aplicar técnicas y herramientas para la dirección y gestión de estrategias de comunicación interna en empresas y corporaciones haciendo uso de recursos y medios de comunicación tradicionales y digitales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Saber analizar las realidades y perspectivas de la comunicación corporativa en la época actual.
- Comprender desde una perspectiva estratégica la gestión de la comunicación en la empresa.
- Desarrollar habilidades para el desempeño en departamentos de comunicación en la empresa.
- Dominar los principios, conceptos y recursos necesarios para llevar a cabo un proyecto de comunicación en la empresa.
- Aplicar las técnicas de evaluación de proyectos de comunicación corporativa.
- Aplicar conceptos y procesos de comunicación corporativa desde una perspectiva integral en los entornos empresariales.

- Dominar los ámbitos de trabajo en la comunicación interna y externa en la empresa.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje cooperativo
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno llevará a cabo las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividades supervisadas	Actividades de foro
	Supervisión de actividades
	Tutorías individuales
Actividades autónomas	Sesiones expositivas virtuales
	Preparación de las actividades de foro
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos individuales
	Realización de actividades de autoevaluación

El día de inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividades de debate	20%
Trabajo	30%
Prueba tipo test en línea	50%

Para más información, consúltese [aquí](#).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad de debate de la convocatoria ordinaria	20%
Realización de un trabajo individual	30%
Realización de una prueba tipo test	50%

Para más información, consúltese [aquí](#).

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas en orden de importancia:

- Magro, H. (s.f.) Comunicación integral. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- Morales, F. y Enrique, A. (2007). *La figura del Dircom. Su importancia en el modelo de comunicación integral*. Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura, núm. 35. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/74256>
- de la Luz, M. (s.f.) Comunicación integral e industria publicitaria. En *Razón y Palabra*. Núm. 62. Recuperado el 23 de noviembre de 2017 de <http://www.razonypalabra.org.mx/n63/varia/madelaluz.html>
- Asociación de directivos de comunicación (s.f.). *El Decálogo dircom. 10 preguntas y 10 respuestas sobre la función de Dirección de Comunicación*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de: <http://www.dircom.org/catalunya/decalogo-dircom.pdf>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente:

- AERCO-PSM (2012) *Community manager: Gestión de Comunidades virtuales*.
- Argenti, Paul A (2014) *Comunicación estratégica*. Madrid: LID Editorial.



- Berceruelo, B. (coord.) (2011). *Comunicación Interna en la Empresa*. Madrid: Wolters Kluwer España.
- Caldevilla, D. (2012). *Claves de la comunicación interna como sistema de gestión empresarial actual*. *Diálogos de la Comunicación*. Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/83/83-revista-dialogo-claves-de-la-comunicacion-interna-como-sistema-de-gestion-empresarial-actual.pdf>
- Enrique, Ana M^a (2008), *La planificación de la comunicación empresarial*. Barcelona: Univ. Autònoma de Barcelona.
- Marín, Francisco (2009) *Comunicación de crisis*, Madrid LID Editorial.
- Matilla, C. (2007). *Aportaciones para un modelo global de Planificación Estratégica en Relaciones Públicas y Comunicación Integral. Análisis de un caso: el uso de los modelos de Planificación Estratégica en algunas agencias y consultoras de Relaciones Públicas y Comunicación*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de: <http://tdx.cat/handle/10803/9222>
- Matilla, K. y Marca, G. (2011). *La función estratégica del Dircom en España en 2010*. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, nº 2, Vol. 1 (pp. 11-23). Recuperado el 16 de noviembre de 2017 de: <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/19/32>
- Muñoz, José Javier (2004): *Nuevo diccionario de publicidad relaciones públicas y comunicación corporativa*. Buenos Aires: Libros en Red.
- Sánchez Herrera, Joaquín y Pintado Blanco, Teresa (2011). *Nuevas Tendencias en Comunicación*. Madrid: ESIC Editorial.
- Villafañe, Justo (2001). *La reputación corporativa como factor de liderazgo*. *Revista científica Área Abierta*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

WEBS DE REFERENCIA:

- *Asociación de directivos de comunicación*: www.dircom.org

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.