

## GUÍA DOCENTE 2021-2022

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

|   |  |
|---|--|
| <b>ASIGNATURA:</b>                      | Comunicación Integral  |
| <b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>                | Máster Universitario en Comunicación Corporativa                                 |
| <b>FACULTAD:</b>                        | Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades                                      |
| <b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>       | Obligatorio  |
| <b>ECTS:</b>                            | 3  |
| <b>CURSO:</b>                           | Primero  |
| <b>SEMESTRE:</b>                        | Primero  |
| <b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>        | Español  |
| <b>PROFESORADO:</b>                     | Dra. Mónica Gracia   |
| <b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b> | <a href="mailto:monica.gracia@uneatlantico.es">monica.gracia@uneatlantico.es</a> |

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

|  |
|--|
| <b>REQUISITOS PREVIOS:</b>   |
| No aplica.   |
| <b>CONTENIDOS:</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tema 1. Ámbitos y procesos de Comunicación Corporativa.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Subtema 1.1. Comunicación externa</li> <li>- Subtema 1.2. Comunicación interna</li> </ul> </li> <li>● Tema 2. Análisis de la comunicación en la empresa desde una perspectiva integral.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Subtema 2.1. Comunicación integral</li> <li>- Subtema 2.2. Identidad e imagen corporativa</li> <li>- Subtema 2.3. Responsabilidad social corporativa (RSC)</li> </ul> </li> </ul> |

- Tema 3. Perspectiva estratégica de la comunicación en la empresa.
  - 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
  
- Tema 6. La comunicación de crisis
  - Subtema 6.1. Definición y características de una crisis
  - Subtema 6.2. Crisis online
  - Subtema 6.3. Manual de crisis

## 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.
- CG4 - Poseer formación para integrar los conocimientos adquiridos y formular juicios críticos sobre los mismos.
- 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 los 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 participará en las siguientes actividades formativas:

| Actividades formativas   |   |
|--------------------------|---|
| Actividades supervisadas | Actividades de foro                           |
|                          | Supervisión de actividades                    |
|                          | Tutorías (individual / en grupo)              |
| Actividades autónomas    | Sesiones expositivas virtuales                |
|                          | Preparación de las actividades de foro        |
|                          | Estudio personal y lecturas                   |
|                          | Elaboración de trabajos (individual-en grupo) |
|                          | Realización de actividades de autoevaluación  |

El día del 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 por nivel de importancia:

- Magro, H. (2016) Comunicación integral. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- Vázquez-Sande, P., García-Abad, L. y Pineda-Martínez, P. (2019). Comunicación interna y crisis reputacional. El caso de la Universidad Rey Juan Carlos. *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 1748 a 1760. DOI: [10.4185/RLCS-2019-1408](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1408)
- Félix Mateus, A. (2014). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías - una visión histórica. *Historia Y Comunicación Social*, 19, 195-210.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.45021](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45021)
- 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.  
<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/74256>

### 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*. LID Editorial.
- Berceruelo, B. (coord.) (2011). *Comunicación Interna en la Empresa*. 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*.  
<http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/83/83-revista-dialogo-claves-de-lacomunicacion-interna-como-sistema-de-gestion-empresarial-actual.pdf>
- Enrique, Ana M<sup>a</sup> (2008). *La planificación de la comunicación empresarial*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Marín, F. (2009). *Comunicación de crisis*. 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*. <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).  
<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/19/32>
- Muñoz, J. J. (2004). *Nuevo diccionario de publicidad relaciones públicas y comunicación corporativa*. Libros en Red.



- Sánchez Herrera, J. y Pintado Blanco, T. (2011). Nuevas Tendencias en Comunicación. ESIC Editorial.

- Villafañe, Justo (2001). La reputación corporativa como factor de liderazgo. *Revista científica Área Abierta*. Universidad Complutense de Madrid.

**WEBS DE REFERENCIA:**

- Asociación de directivos de comunicación: [www.dircom.org](http://www.dircom.org)
- [Fundacom](http://Fundacom)

**OTRAS FUENTES DE CONSULTA:**

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