

## GUÍA DOCENTE

\*Pendiente de actualización

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Comunicación corporativa e Institucional
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Optativa
<b>ECTS:</b>	6
<b>SEMESTRE:</b>	Segundo
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>	Castellano
<b>PROFESORADO:</b>	Dr. Javier Odriozola Chéné
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>	javier.odriozola@uneatlantico.es

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>REQUISITOS PREVIOS:</b>
No aplica
<b>CONTENIDOS:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tema 1. Comunicación y empresa             <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. Principios de la comunicación corporativa</li> <li>1.2. El Departamento de Comunicación Corporativa</li> </ul> </li> <li>• Tema 2. Comunicación e imagen de la empresa</li> </ul>

- 2.1. La identidad corporativa
- 2.2. La imagen corporativa
- 2.3. La reputación
- 2.4. La marca
  
- Tema 3. Necesidades y estrategias de comunicación.
  - 3.1. Proceso de investigación en la comunicación corporativa
  - 3.2. Programas y campañas de comunicación corporativa
  - 3.3. Proceso de evaluación de la comunicación corporativa
  
- Tema 4. Comunicación entre empresas y clientes/consumidores
  - 4.1. El briefing en la comunicación corporativa
  - 4.2. El contrabriefing y el desarrollo final de la campaña
  
- Tema 5. Las comunicaciones administrativas y comerciales.
  - 5.1. Tipologías de comunicación administrativa y comercial
  - 5.2. La marca
  
- Tema 6. Comunicación interna, medios y marketing.
  - 6.1. Comunicación interna
  - 6.2. El protocolo

## COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1 Analizar y sintetizar información sobre temas relacionados con la administración y dirección de empresas.
- CG2 Organizar y planificar adecuadamente tareas en el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG3 Comunicarse adecuadamente de manera oral y escrita en lengua nativa en diferentes escenarios y situaciones de empresa.
- CG5 Analizar y buscar información sobre administración y dirección de empresas proveniente de fuentes diversas.

- CG6 Resolver problemas relacionados con el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG8 Trabajar en equipo y colaborar eficazmente con otras personas en la resolución de tareas en el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG9 Trabajar en un contexto internacional e interdisciplinar relacionado con el campo de la administración y dirección de empresas.
- CG10 Habilidad en las relaciones interpersonales dentro del ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG11 Ejercer la crítica y la autocrítica con fundamentos sólidos, teniendo en cuenta la diversidad y complejidad de las personas y de los procesos en el terreno empresarial.
- CG12 Asumir la responsabilidad y el compromiso ético en el ámbito de las actividades relativas al ejercicio de la profesión empresarial.
- CG13 Aprender de forma autónoma conceptos relacionados con la administración y dirección de empresas.
- CG15 Resolver problemas de forma creativa e innovadora en el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG18 Mostrar preocupación y sensibilización hacia temas medioambientales y sociales como parte intrínseca de la administración y dirección de empresas.

#### COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

Que los alumnos sean capaces de:

- Desarrollar habilidades para emprender estrategias y gestión de procesos de comunicación corporativa en empresas e instituciones.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

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

- Identificar los fundamentos y características de la comunicación corporativa e institucional.
- Conocer los diversos procesos que se desarrollan en la empresa y aplicar estrategias para la gestión de la comunicación.
- Distinguir metodologías necesarias para analizar el estado corporativo y evaluarlo mediante auditoría.
- Comprender los requerimientos para el buen direccionamiento de los departamentos de comunicación e imagen 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 basado en problemas
- Aprendizaje cooperativo/ trabajo en grupo
- 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 dirigidas	Clases expositivas
	Clases prácticas
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades
	Tutorías (individual / en grupo)
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo individual en campus virtual

El primer día de clase, el profesor/a proporcionará información más detallada al respecto.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### CONVOCATORIA ORDINARIA:

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

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	Prueba parcial	10%
	3 trabajos analíticos grupales	10%
	Caso práctico grupal desarrollado en tres fases (10%-5%-10%)	25%
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5%
Evaluación final	Prueba final teórico-práctica	50%

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una prueba teórico-práctica con un valor del 50% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L. y Pasquel, G. (2017): “Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica”, *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 0(72), pp.521-539. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1177/27en.html> (Consulta 10 de enero de 2018).
- Betancourt-Suárez, L. (2016): *Comunicación corporativa e institucional*. Material didáctico propio de la institución.
- Morales, F. y Enrique, A.M. (2007): “La figura del Dircom. Su importancia en el modelo de comunicación integral”, *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura* Vol. 0(35). Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/74256/0> (Consulta 28 de enero de 2018).
- San Nicolás-Romera, C. (2004): “La marca: símbolo de consumo”, en J.C. Losada, *Gestión de la comunicación en organizaciones: comunicación interna, corporativa y de marketing*, Barcelona, Ariel, pp. 351-364.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Capriotti, P. (2013): *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Disponible en: [http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC\\_4ed.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf) (Consulta 22 de diciembre 2017).
- Martín Martín, F. (2010): *Comunicación Empresarial e institucional*. Madrid, Universitas.
- Tuñez Lopez, M. (2014): *Comunicación corporativa. Claves y escenarios*. Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.
- Villafañe, J. (2003): *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid, Pirámide.

### WEBS DE REFERENCIA:



- Asociación de Directores de Comunicación (n.d.): *Dircom*. Disponible en: <http://www.dircom.org/> (Consulta 11 de enero de 2018).
- Axeleratum (n.d): *Axeleratum*. *Axeleratum*. Disponible en: <http://axeleratum.com/> (Consulta 18 de enero de 2018).