

63064 - Gestión de la comunicación estratégica

Información del Plan Docente

Año académico: 2022/23

Asignatura: 63064 - Gestión de la comunicación estratégica

Centro académico: 103 - Facultad de Filosofía y Letras

Titulación: 565 - Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital

Créditos: 6.0

Curso: 1

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Obligatoria

Materia:

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

1. Conocer y comprender cuáles son los fines, áreas y elementos de la comunicación estratégica.
2. Identificar y aplicar los modelos de éxito que guían la planificación, el diseño y la planificación de un sistema de comunicación corporativa digital.
3. Elaborar y aplicar un plan de comunicación estratégica de una organización.
4. Establecer los objetivos, los indicadores y el procedimiento para la evaluación del plan de comunicación de una organización.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), de tal manera que la adquisición de los resultados de aprendizaje de la asignatura proporciona capacitación y competencia para contribuir en cierta medida a su logro: Educación de calidad (objetivo 4); Igualdad de género (objetivo 5); Reducción de las desigualdades (objetivo 10); Ciudades y comunidades sostenibles (objetivo 11); Paz, justicia e instituciones sólidas (objetivo 16); Alianzas para lograr los objetivos (objetivo 17).

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Forma parte de la materia ?Comunicación corporativa?. Esta asignatura ofrece un conocimiento avanzado sobre los fundamentos, el fin y la implantación de planes de comunicación estratégica, de interés para las dos especialidades del Máster. Además, establece el marco de referencia metodológico de la consultoría en el ámbito de la comunicación estratégica, cuyas estrategias y herramientas se desarrollarán en las asignaturas instrumentales de la especialidad ?Comunicación corporativa?. También dota de las competencias necesarias para realizar prácticas externas relacionadas con la comunicación en las organizaciones.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Asignatura obligatoria. Tiene dos partes diferenciadas. La primera parte presenta los fines y los ámbitos de la comunicación estratégica en las organizaciones públicas y privadas. Y la segunda parte presentare los fundamentos y el método para la elaboración y evaluación de un plan de comunicación corporativo, con una orientación especial a la realización de consultoría en este ámbito.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

El estudiante al superar la asignatura será más competente para:

CG 01 Adquirir conocimientos avanzados y demostrar una comprensión fundamentada de la metodología de la gestión de la información y la comunicación digital en una organización.

CG 02 Capacidad de dirigir y coordinar la planificación, el diseño y la evaluación de una consultoría en información y comunicación digital

CE 05 Establecer un plan de comunicación estratégica adaptado a las necesidades y el entorno específico de una organización.

CE 07 Utilizar las técnicas y herramientas para implantar y evaluar el plan de comunicación de una organización.

CE 09 Desarrollar y aplicar directrices y criterios conformes a las normas y las directrices operantes para el diseño y la implantación de la política de información, comunicación y transparencia de una organización.

2.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al superar la asignatura es capaz de:

1. Analizar la situación de la gestión de la comunicación estratégica digital en una organización.
2. Planificar el desarrollo de proyectos de consultoría de comunicación digital de calidad, documentarlos y presentarlos.
3. Implantar un plan de gestión de comunicación corporativa digital en cualquier tipo de organización.
4. Evaluar la consecución de los objetivos de un proyecto de consultoría de comunicación digital.
5. Colaborar en el diseño de la política de comunicación y transparencia de una organización.
6. Liderar equipos de trabajo que lleven a cabo consultorías de comunicación digital.

2.3. Importancia de los resultados de aprendizaje

El estudiante es capaz durante una consultoría de evaluar el estado de la comunicación estratégica en una organización y de planificar, diseñar y ejecutar un plan de comunicación adaptado a las necesidades y objetivos estratégicos de una organización.

3. Evaluación

3.1. Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

Primera convocatoria:

- Entrega de un trabajo académico consistente en la elaboración de un portafolio con ejercicios y actividades prácticas sobre los contenidos de la asignatura. Criterios de evaluación: calidad de los contenidos, uso correcto de las herramientas, variedad y adecuación de los recursos de información empleados, organización y presentación, precisión en el uso de la terminología y claridad expositiva. Valor: 60 % de la calificación.

- Realización de un ejercicio escrito de 60 minutos sobre los contenidos de la asignatura. Criterios de evaluación: adecuación y pertinencia de las respuestas, exhaustividad en el desarrollo, capacidad de análisis y de síntesis, precisión en el uso de la terminología y claridad expositiva. Valor: 40 % de la calificación.

El ejercicio escrito se realizará de modo presencial y el trabajo se entregará a través de la plataforma digital docente en la fecha indicada en el calendario de exámenes de la Facultad de Filosofía y Letras.

El primer día de curso se presentará un calendario recomendado de realización del portafolio complementario al de las clases, adaptado a la enseñanza semipresencial con objeto de facilitar la adquisición de las competencias.

Segunda convocatoria:

Idéntica a la prueba global de evaluación de la primera convocatoria.

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. Presentación metodológica general

Véanse Actividades de aprendizaje y programa.

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión.

4.2. Actividades de aprendizaje

- Clases teóricas.
- Clases prácticas.
- Trabajo y estudio personal.
- Pruebas o actividades de evaluación.

4.3. Programa

1. Ámbitos de la comunicación estratégica.
2. Planificación y evaluación del proceso de consultoría de comunicación digital.
3. Creación y ejecución del plan de comunicación: situación, objetivos, públicos, mensajes, canales, calendario y presupuesto.

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

Véase el Calendario académico de la Universidad de Zaragoza (<http://academico.unizar.es/calendario-academico/calendario>) y la web de la Facultad de Filosofía y Letras (horario de clases: <https://fyl.unizar.es/horario-de-clases#overlay-context=horario-de-clases>; fechas de exámenes: <https://fyl.unizar.es/calendario-de-examenes#overlay-context=>)

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión.

La asignatura se imparte en modalidad semipresencial con el apoyo de una plataforma digital docente y recursos de *e-learning*. Se han programado siete sesiones presenciales de 80 minutos con una periodicidad aproximada de catorce días a impartir durante la tarde del último día lectivo de la semana correspondiente. El calendario de clases presenciales y de actividades se publicará el primer día lectivo en la plataforma digital.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión. Se presentará una bibliografía específica en la descripción de cada unidad didáctica.