

## 25369 - Comunicación estratégica e inteligencia organizacional

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2024/25

**Asignatura:** 25369 - Comunicación estratégica e inteligencia organizacional

**Centro académico:** 103 - Facultad de Filosofía y Letras

**Titulación:** 272 - Graduado en Periodismo

**Créditos:** 6.0

**Curso:**

**Periodo de impartición:** Segundo cuatrimestre

**Clase de asignatura:** Optativa

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

La asignatura es una introducción a la comunicación estratégica y la inteligencia organizacional en las instituciones públicas y privadas, las empresas, las organizaciones del tercer sector y los territorios. Se aprende en un nivel básico los métodos de elaboración de planes de comunicación, informes de inteligencia y campañas de influencia, con incidencia en las técnicas para la creación y difusión de información persuasiva destinada a fortalecer la identidad y el logro de los objetivos de una organización. La comprensión del lobbying articula el desarrollo de las clases y la realización de las actividades propuestas.

La orientación de la asignatura es práctica con objeto de ayudar al estudiante a aplicar las competencias del periodista en un contexto profesional de gran proyección, como es la comunicación estratégica.

### 2. Resultados de aprendizaje

Los resultados de aprendizaje se derivan directamente de la adquisición de las siguientes competencias:

1. Identificar, gestionar y valorar los intangibles de una organización vinculados con la comunicación interna y externa (marca, credibilidad, reputación, relaciones con públicos, fidelización, capacidad de influencia, gestión del conocimiento...).
2. Comprender los fines y los instrumentos de la responsabilidad social corporativa y las actividades de influencia en los asuntos públicos y de lobbying.
3. Comprender el fin y las características de los planes y programas de comunicación de una organización.
4. Comprender y aplicar técnicas básicas de análisis y evaluación de información para la producción de inteligencia organizacional.
5. Aplicar la creación y comunicación de mensajes y contenidos para el logro de los objetivos de planes de comunicación estratégica y organizacional específicos.
6. Analizar y desarrollar estrategias y técnicas de comunicación para la gestión de crisis.
7. Identificar y comprender las funciones y las acciones de la Dirección de Comunicación.

### 3. Programa de la asignatura

1. Fin y funciones de la comunicación estratégica y la inteligencia en las organizaciones.
2. Conceptos y terminología: inteligencia organizacional, gestión del conocimiento, comunicación corporativa interna, relaciones públicas, identidad, estrategia, marca, imagen, reputación e influencia.
3. La Dirección de Comunicación. Las consultoras de comunicación estratégica.
4. Método y técnicas básicas de la comunicación estratégica.
5. Método y técnicas básicas de la inteligencia organizacional. El ciclo de inteligencia.
6. Uso de la Inteligencia Artificial en la comunicación estratégica.
7. La actividad de lobbying.
8. Comunicación e inteligencia para la gestión de crisis.
9. Perfiles profesionales. Funciones y competencias del periodista.
10. Ética y deontología en la comunicación estratégica.

### 4. Actividades académicas

Clase expositiva.

Ánalisis de documentos y eventos.

Creación de productos de comunicación.

Evaluación.

## 5. Sistema de evaluación

### PRIMERA CONVOCATORIA.

#### ***Evaluación continua (100%) (en su caso).***

- Análisis individual de un artículo académico sobre la materia. Valor: 10 % de la calificación.
- Análisis individual de un caso de éxito de comunicación estratégica e inteligencia organizacional. Valor: 10 %.
- Diseño y elaboración en grupos de una campaña de influencia y lobbying. Valor: 50 %.
- Elaboración de una pieza informativa individual de apoyo para la campaña de influencia diseñada, con empleo de programas de Inteligencia Artificial Generativa. Valor: 15 %
- Diseño y elaboración en grupos de una respuesta a una situación de crisis reputacional. Valor: 15%.

*Criterios de evaluación:* Capacidad de análisis crítico de las acciones de comunicación estratégica e inteligencia. Pertinencia de los contenidos. Creatividad y originalidad en el diseño de propuestas y elaboración de productos. Claridad y corrección en la redacción y expresión. Uso adecuado de herramientas de Inteligencia Artificial.

#### ***Evaluación global (100%).***

Entrega de un portfolio con las cuatro actividades de la evaluación continua. Mismos criterios de evaluación que en la evaluación continua.

### SEGUNDA CONVOCATORIA.

#### ***Evaluación global (100%) idéntica a la de la 1.ª convocatoria.***

## 6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

- 4 - Educación de Calidad
- 16 - Paz, Justicia e Instituciones Sólidas
- 17 - Alianzas para lograr los Objetivos