

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.

Análisis 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