



## Grado en Ingeniería de Organización Industrial 30147 - Comunicación corporativa

Guía docente para el curso 2013 - 2014

Curso: 4, Semestre: 1, Créditos: 6.0

---

### Información básica

---

#### Profesores

- Sira Hernandez Corchete -

#### Recomendaciones para cursar esta asignatura

Se trata de una asignatura de la especialidad, que para poder matricularse el alumno debe haber superado la mayor parte de la titulación hasta el tercer curso, por lo que debería estar en condiciones de cursarla con éxito.

#### Actividades y fechas clave de la asignatura

En el momento de cierre de esta guía académica, no se ha incorporado el profesorado encargado de su impartición, por lo que estos aspectos serán informados al inicio de la asignatura, a través de la plataforma moodle.

---

### Inicio

---

## Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

**El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...**

**1:**

Identificar los fundamentos de la comunicación corporativa.

- Identificar los fundamentos de la comunicación corporativa.

~~Analizar, definir y proyectar la estructura de la comunicación interna de una empresa.~~

- Analizar, definir y proyectar la estructura de la comunicación externa de una empresa.

~~Analizar, definir y proyectar la estructura de la comunicación externa de una empresa.~~

Diseñar y planificar un Programa de Comunicación Corporativa y cómo se realiza.

## Introducción

### Breve presentación de la asignatura

---

## Contexto y competencias

---

### Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

#### Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

#### Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

- 1:
- Capacidad para planificar, presupuestar, organizar, dirigir y controlar tareas, personas y recursos
  - Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico
  - Capacidad para comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas en castellano
  - Capacidad para trabajar en un grupo multidisciplinar y en un entorno multilingüe
  - Capacidad para aprender de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo
  - Conocimiento de los fundamentos de la comunicación corporativa

#### Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

---

## Evaluación

---

### Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

- 1:
- Pruebas escritas durante el cuatrimestre sobre aspectos teóricos, prácticos o teórico-práctico. Constará de preguntas de respuesta libre, tanto dirigida como de desarrollo.

Otras pruebas de carácter práctico y pequeños trabajos.

Para ser APTO en la asignatura se deberá aprobar todas las Unidades Didácticas que componen la misma. La Nota de conocimientos de la asignatura deberá por tanto ser igual o superior a 5.

Quienes no superen la asignatura por evaluación continua, serán convocados a una prueba global de evaluación final.

---

## Actividades y recursos

---

## Presentación metodológica general

**El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:**

## **Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)**

**El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...**

<b>1:</b>	<b>TEMA I</b>	CONCEPTOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN, PRINCIPIOS, FORMAS Y TIPOS DE COMUNICACIÓN
	<b>TEMA II</b>	IDENTIDAD E IMAGEN: EL Mercado de la información, Corporación e institución, LOS VALORES DE LA INSTITUCIÓN
	<b>TEMA III</b>	IA COMUNICACIÓN CORPORATIVA i: Historia de la comunicación institucional. RELACIONES PÚBLICAS, ORIGEN, EVOLUCIÓN, RELACIÓN CON LAS REALIDADES SOCIALES, APORTACIONES.
	<b>TEMA IV</b>	IA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ii: PRINCIPALES ESCUELAS Y TEORÍAS, cONCEPTO, PRINCIPIOS FUNDAMENTALES.
	<b>TEMA V</b>	IA comunicación corporativa iii: ESTRUCTURA, COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA, EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DIRCOM, EL GABINETE DE COMUNICACIÓN.
	<b>TEMA VI</b>	Naturaleza estratégica de la comunicación corporativa, GESTIÓN Y DIMENSIONALIDAD DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA.
	<b>TEMA VII</b>	PRINCIPALES HERAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA. recursos, elementos, métodos y procedimientos
	<b>TEMA VIII</b>	LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN EL EJERCITO DE TIERRA.
	<b>TEMA IX</b>	EL Plan de comunicación.

## **Planificación y calendario**

### **Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos**

### **Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada**

- 10 ensayos de comunicación institucional. Mora, J. M. (ed.). Pamplona: Eunsa, 2009
- A handbook of corporate communication and public relations. Pure and applied. Oliver, S. (ed.). Londres: Routledge, 2004
- Álvarez, Tomás. Vendedores de imagen : los retos de los nuevos gabinetes de comunicación / Tomás Álvarez, Mercedes Caballero . - 1a ed. Barcelona [etc.] : Paidós, 1997
- Bel Mallén, J. I. Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona: Eunsa, 2005
- Capriotti, P. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel, 1999
- Directiva 01/08 de implantación del Plan de comunicación interna del ET, 15 de enero de 2008.
- Directiva del Ministro de la Defensa sobre la comunicación estratégica de la Defensa, marzo de 2013.
- Dolphin, R.R. The fundamentals of corporate communication. Oxford; Boston: Butterworth-Heinemann, 2000
- Fernández Cavia, J.; Huertas Roig, A. Redacción en relaciones públicas Madrid: Pearson Prentice Hall, 2009
- Fernández, B. Comunicación interna 2.0. La gestión de portales y redes sociales. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales, 2011
- García Orosa, Berta. Gabinetes de comunicación on line : claves para generar información corporativa en la red / Berta García Orosa Sevilla ; Zamora : Comunicación Social, 2009
- Gestión de la comunicación en las organizaciones: comunicación interna, comunicación corporativa y de marketing. Losada Díez, J.C. (coord.). . Barcelona: Ariel, 2004
- Grunig, J., Hunt, T. Dirección de Relaciones Públicas Barcelona: Gestión 2000, 2000
- Instrucción general 17/11 Sistema de Comunicación, diciembre de 2011.
- Instrucción técnica 04/06 Relaciones con los medios de comunicación, junio de 2006.
- Instrucción técnica 10/07 Publicaciones de comunicación institucional, octubre de 2007.
- Losada Díaz, J.C. Comunicación en la gestión de crisis. Lecciones prácticas. Barcelona: UOC, 2010
- Marín Calahorro, Francisco. Responsabilidad social corporativa y comunicación / Francisco Marín Calahorro Madrid : Fragua, 2008
- Martínez Solana, Y. La comunicación institucional. Análisis de sus problemas y sus soluciones. Madrid: Fragua, 2004
- Molina Cañabate, J.P. Introducción a la comunicación institucional a través de Internet Madrid: Grupo 5, 2011
- Plan General de Asuntos Institucionales 2014(PGII-2014), octubre de 2013.
- RAMOS, F. La comunicación corporativa e institucional. De la imagen al protocolo. Madrid: Universitas, 2002
- Riel, Cees B.M. van. Comunicación corporativa / Cees B.M. van Riel . - [1a. ed.] Madrid [etc.] : Prentice Hall, 1997
- Salmon, Christian. Storytelling : la máquina de fabricar historias y formatear las mentes / Christian Salmon ; prólogo de

Miguel Roig, traducción de Inés Bértolo . - 2ª ed. Barcelona : Península, 2008

- Sotelo Enríquez, Carlos. Introducción a la comunicación institucional / Carlos Sotelo Enríquez Barcelona : Ariel, 2008
- Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones. Gutiérrez, E. y La Porte, Mª T. (eds.). Barcelona: UOC, 2013
- TÚÑEZ, J.M. La gestión de la comunicación en las organizaciones. Zamora: Comunicación Social, 2011
- ULMER, R. Effective crisis communication: moving from crisis to opportunity . California: Sage Publications, 2007