



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

Guía docente para el curso 2015 - 2016

Curso: , Semestre: , Créditos: 6.0

Información básica

Profesores

- Sira Hernandez Corchete -

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Se trata de una asignatura de la especialidad, en la que, para poder matricularse, el alumno debe haber superado la mayor parte de la titulación hasta el tercer curso.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Las actividades previstas en esta asignatura y las fechas y los horarios en los que tendrán lugar se darán a conocer al alumno, a través de la plataforma moodle, al inicio del curso.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

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

- 1:** Conocer los fundamentos de la comunicación corporativa.
- 2:** Analizar, definir y proyectar la estructura de la comunicación interna de una organización.
- 3:** Analizar, definir y proyectar la estructura de la comunicación externa de una organización.
- 4:** Diseñar un plan estratégico de comunicación para una unidad del Ejército de Tierra.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

La comunicación corporativa es una función estratégica de vital importancia en cualquier organización, también en la militar, y sus responsables precisan de una formación que les capacite para su ejercicio en el día a día de las unidades y también en las operaciones en el exterior. *Comunicación Corporativa* trata de acercar, de un modo teórico y práctico, al futuro oficial del Ejército de Tierra a la realidad de la comunicación institucional. Esta asignatura aportará al graduado un conocimiento de la historia y evolución de la disciplina, así como de las principales técnicas y herramientas de las que se compone, para que pueda llevar a cabo una adecuada gestión de la comunicación interna y externa dentro de la institución a la que pertenece.

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:

Comunicación corporativa tiene como objetivo primordial que el alumno adquiera un conocimiento teórico y/o práctico de la naturaleza de la comunicación que se genera en las instituciones y, en concreto, en las organizaciones de Defensa y de las Fuerzas Armadas; los órganos, los métodos y las herramientas de difusión interna y externa de los mensajes, y los procesos de elaboración de textos, especialmente, los destinados a los medios de comunicación.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

El Grado de Ingeniería de Organización Industrial está orientado a capacitar al alumno para la gestión y dirección de empresas industriales y de servicios en todas sus áreas. En concreto, *Comunicación Corporativa* se centra en la preparación del graduado en el ámbito de la gestión de la comunicación, un aspecto clave tanto para el correcto funcionamiento interno de cualquier institución como para la adquisición de la legitimidad y la notoriedad social necesarias para el desarrollo de su actividad y el cumplimiento de sus fines.

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

- 1: Planificar, presupuestar, organizar, dirigir y controlar tareas, personas y recursos.
- 2: Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico.
- 3: Trabajar en un grupo multidisciplinar y en un entorno multilingüe.
- 4: Aprender de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- 5: Comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas en castellano.
- 6: Identificar y gestionar intangibles relevantes para una institución, como la identidad y la imagen corporativas, la reputación o la responsabilidad social.

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:** Realización de un examen final sobre aspectos teóricos y teórico-prácticos. Dicha prueba constará de varias preguntas abiertas de extensión media, y una de desarrollo.
- 2:** Elaboración en grupo y presentación pública de un plan estratégico de comunicación para una unidad del Ejército de Tierra.
- 3:** Entrega de análisis y comentarios sobre diversos aspectos explicados en clase.

Para ser APTO en la asignatura se deberán aprobar todas las actividades de que consta con una nota igual o superior a 5. Quienes no superen alguna de ellas, deberán presentarse para su recuperación en la 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:

- A. Clases teóricas. El alumno debe asistir a las clases presenciales para familiarizarse con los conceptos básicos de la materia, cuyo estudio completará a través de los materiales bibliográficos que se indiquen durante el curso.
- B. Estudios de caso y ejercicios de análisis. Al hilo de las explicaciones teóricas, el alumno deberá realizar, en clase o fuera de ella, de forma individual o grupal, por escrito o de manera oral, algunos ejercicios de análisis y estudios de caso, que se detallarán en el momento de su realización.
- C. Trabajo en grupo tutorizado. Los alumnos elaborarán en grupo y fuera del aula un plan estratégico de comunicación a partir de las explicaciones conceptuales realizadas en clase, las lecturas bibliográficas y las orientaciones de la profesora en las tutorías.

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...

- 1:** La comunicación en las organizaciones
- 2:** Identidad, imagen, reputación y responsabilidad social corporativas
- 3:** La dirección estratégica de la comunicación
- 4:** La comunicación interna

5: La comunicación externa

6:
La comunicación de crisis

7:
La comunicación corporativa de las Fuerzas Armadas

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de clases, actividades y trabajos planificados para esta asignatura se dará a conocer a los alumnos al comienzo de la asignatura.

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- 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
- 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.
- 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.
- Marín Calahorro, Francisco. Responsabilidad social corporativa y comunicación / Francisco Marín Calahorro Madrid : Fragua, 2008
- Plan General de Asuntos Institucionales 2014(PGII-2014), octubre de 2013.
- 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
- Túñez, J.M. La gestión de la comunicación en las organizaciones. Zamora: Comunicación Social, 2011