

30147 - Comunicación corporativa

Información del Plan Docente

Año académico	2016/17
Centro académico	179 - Centro Universitario de la Defensa - Zaragoza
Titulación	457 - Graduado en Ingeniería de Organización Industrial 563 - Graduado en Ingeniería de Organización Industrial
Créditos	6.0
Curso	4
Periodo de impartición	Primer Semestre
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. 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.

1.2. 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.

2. Inicio

2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

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

Conocer los fundamentos de la comunicación corporativa.

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

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

Diseñar un plan estratégico de comunicación para una unidad del Ejército de Tierra.

2.2. 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

30147 - Comunicación corporativa

compone, para que pueda llevar a cabo una adecuada gestión de la comunicación interna y externa dentro de la institución a la que pertenece.

3.Contexto y competencias

3.1.Objetivos

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.

3.2.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.

3.3.Competencias

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

Planificar, presupuestar, organizar, dirigir y controlar tareas, personas y recursos.

Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico.

Trabajar en un grupo multidisciplinar y en un entorno multilingüe.

Aprender de forma continuada y desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.

Comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas en castellano.

Identificar y gestionar intangibles relevantes para una institución, como la identidad y la imagen corporativas, la reputación o la responsabilidad social.

3.4.Importancia de los resultados de aprendizaje

El egresado en Ingeniería de Organización Industrial (perfil Defensa) que curse esta asignatura optativa será capaz de comprender la importancia que tiene la comunicación corporativa en la dirección de las instituciones encargadas de la Defensa, por su contribución a la construcción de la imagen y la reputación corporativas necesarias para obtener el respaldo social a sus actividades. Los conocimientos aportados en esta asignatura también le ayudarán a diseñar un plan de comunicación para alcanzar los objetivos estratégicos previstos por su organización y a ponerlo en práctica.

4.Evaluación

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

30147 - Comunicación corporativa

* Examen final (40%). La prueba constará de varias preguntas teóricas de extensión media y de una más larga de carácter teórico-práctico.

* Estudios de caso y ejercicios de redacción (30%).

* Elaboración en grupo de un plan estratégico de comunicación para una unidad del Ejército de Tierra (25%).

* Actitud y participación en clase (5%).

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.

5.Actividades y recursos

5.1.Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en clases magistrales, estudio de casos, prácticas de redacción y trabajos en grupo dirigidos.

5.2.Actividades de aprendizaje

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

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 redacción. Al hilo de las explicaciones teóricas, el alumno deberá resolver, en clase o fuera de ella, de forma individual o grupal, por escrito o de manera oral, algunos estudios de caso. También realizará varias prácticas de redacción, que se detallarán en el momento de su realización.

C. Trabajo en grupo dirigido. 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.

5.3.Programa

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende los siguientes temas:

1. DEL CASTILLO INEXPUGNABLE AL PALACIO DE CRISTAL
2. LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA O LA GESTIÓN DE INTANGIBLES
3. NATURALEZA ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

30147 - Comunicación corporativa

4. COMUNICACIÓN Y LIDERAZGO

5. LA COMUNICACIÓN CON EL ENTORNO

6. LA COMUNICACIÓN DE CRISIS

7. LA COMUNICACIÓN DE LA DEFENSA

5.4. 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.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

- 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*. Sevilla, Zamora: Comunicación Social, 2009.
- Grunig, J.; Hunt, T. *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Instrucción técnica 04/06 Relaciones con los medios de comunicación, junio de 2006.
- Instrucción técnica 10/07 Publicaciones de comunicación institucional, octubre de 2007.
- Instrucción general 17/11 Sistema de Comunicación, diciembre de 2011.
- Losada Díez, J.C. (coord.). *Gestión de la comunicación en las organizaciones: comunicación interna, comunicación corporativa y de marketing*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Plan General de Asuntos Institucionales 2014 (PGII-2014), octubre de 2013.
- Sotelo Enríquez, Carlos. *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Ariel, 2008.
- Túñez, J.M. *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Zamora: Comunicación Social, 2011.