

## 63064 - Gestión de la comunicación estratégica

### Información del Plan Docente

<b>Año académico</b>	2016/17
<b>Centro académico</b>	103 - Facultad de Filosofía y Letras
<b>Titulación</b>	565 - Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital
<b>Créditos</b>	6.0
<b>Curso</b>	1
<b>Periodo de impartición</b>	Primer Semestre
<b>Clase de asignatura</b>	Obligatoria
<b>Módulo</b>	---

### 1. Información Básica

#### 1.1. Recomendaciones para cursar esta asignatura

Asignatura obligatoria. Tiene dos partes diferenciadas. La primera parte presenta los fines y los ámbitos de la comunicación estratégica en las organizaciones públicas y privadas. Y la segunda parte presentare los fundamentos y el método para la elaboración y evaluación de un plan de comunicación corporativo, con una orientación especial a la realización de consultoría en este ámbito.

#### 1.2. Actividades y fechas clave de la asignatura

La asignatura se imparte en modalidad semipresencial con el apoyo de una plataforma digital docente y recursos de *e-learning*. Se han programado siete sesiones presenciales de 80 minutos con una periodicidad aproximada de catorce días a impartir durante la tarde del último día lectivo de la semana correspondiente. También existen unas fechas fijadas para la entrega de actividades por los estudiantes que opten por el sistema de evaluación continua. El calendario de clases presenciales y de actividades se publicará el primer día lectivo en la plataforma digital.

### 2. Inicio

#### 2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante al superar la asignatura es capaz de:

1. Analizar la situación de la gestión de la comunicación estratégica digital en una organización.
2. Planificar el desarrollo de proyectos de consultoría de comunicación digital de calidad, documentarlos y presentarlos.
3. Implantar un plan de gestión de comunicación corporativa digital en cualquier tipo de organización.
4. Evaluar la consecución de los objetivos de un proyecto de consultoría de comunicación digital.
5. Colaborar en el diseño de la política de comunicación y transparencia de una organización.
6. Liderar equipos de trabajo que lleven a cabo consultorías de comunicación digital.

#### 2.2. Introducción

Asignatura obligatoria de 6 créditos que se imparte durante el primer semestre. Es una asignatura de carácter procedimental, por lo que tiene un carácter predominantemente práctico.

## 63064 - Gestión de la comunicación estratégica

### 3.Contexto y competencias

#### 3.1.Objetivos

1. Conocer y comprender cuáles son los fines, áreas y elementos de la comunicación estratégica.
2. Identificar y aplicar los modelos de éxito que guían la planificación, el diseño y la planificación de un sistema de comunicación corporativa digital.
3. Elaborar y aplicar un plan de comunicación estratégica de una organización.
4. Establecer los objetivos, los indicadores y el procedimiento para la evaluación del plan de comunicación de una organización.

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

Forma parte de la materia "Comunicación corporativa". Esta asignatura ofrece un conocimiento avanzado sobre los fundamentos, el fin y la implantación de planes de comunicación estratégica, de interés para las dos especialidades del Máster. Además, establece el marco de referencia metodológico de la consultoría en el ámbito de la comunicación estratégica, cuyas estrategias y herramientas se desarrollarán en las asignaturas instrumentales de la especialidad "Comunicación corporativa". También dota de las competencias necesarias para realizar prácticas externas relacionadas con la comunicación en las organizaciones.

#### 3.3.Competencias

El estudiante al superar la asignatura será más competente para:

CG 01 Adquirir conocimientos avanzados y demostrar una comprensión fundamentada de la metodología de la gestión de la información y la comunicación digital en una organización.

CG 02 Capacidad de dirigir y coordinar la planificación, el diseño y la evaluación de una consultoría en información y comunicación digital

CE 05 Establecer un plan de comunicación estratégica adaptado a las necesidades y el entorno específico de una organización.

CE 07 Utilizar las técnicas y herramientas para implantar y evaluar el plan de comunicación de una organización.

CE 09 Desarrollar y aplicar directrices y criterios conformes a las normas y las directrices operantes para el diseño y la implantación de la política de información, comunicación y transparencia de una organización.

#### 3.4.Importancia de los resultados de aprendizaje

El estudiante es capaz durante una consultoría de evaluar el estado de la comunicación estratégica en una organización y de planificar, diseñar y ejecutar un plan de comunicación adaptado a las necesidades y objetivos estratégicos de una organización.

### 4.Evaluación

#### Primera convocatoria:

Sistema de evaluación continua.

## 63064 - Gestión de la comunicación estratégica

- Trabajo académico consistente en la elaboración de un portafolio con ejercicios y actividades prácticas sobre los contenidos de la asignatura. Existen dos entregas que se efectuarán a través de la plataforma digital en las fechas indicadas el primer día de clase. Criterios de evaluación: calidad de los contenidos, sistematización de la información, uso correcto de las herramientas, variedad y adecuación de los recursos de información empleados, uso correcto del registro escrito y precisión en el uso de la terminología. Valor: 60 % de la calificación (30% cada entrega).

- Ejercicio escrito de 60 minutos el último día de clase presencial sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos y desarrollados en la asignatura. Criterios de evaluación: corrección de los contenidos, exhaustividad en el desarrollo, capacidad de síntesis, organización y presentación, claridad expositiva y precisión en el uso de la terminología. Valor: 40 % de la calificación.

Prueba global de evaluación.

- Realización de un ejercicio escrito presencial de 60 minutos sobre los contenidos teóricos y prácticos impartidos y desarrollados en la asignatura en la fecha indicada en el calendario de exámenes de la Facultad de Filosofía y Letras. Valor: 40 % de la calificación.

- Entrega del trabajo académico con los ejercicios y actividades propuestos para la evaluación continua a través de la plataforma digital con esa fecha como límite. Valor: 60 % de la calificación.

Los criterios de evaluación son los mismos que en el sistema de evaluación continua.

### **Segunda convocatoria:**

Idéntica a la prueba global de evaluación de la primera convocatoria.

## **5.Actividades y recursos**

### **5.1.Presentación metodológica general**

Véanse Actividades de aprendizaje y programa.

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión.

### **5.2.Actividades de aprendizaje**

- Clases teóricas.
- Clases prácticas.
- Trabajo y estudio personal.
- Pruebas o actividades de evaluación.

### **5.3.Programa**

1. Ámbitos de la comunicación estratégica.

2. Planificación y evaluación del proceso de consultoría de comunicación digital.

## 63064 - Gestión de la comunicación estratégica

3. Creación y ejecución del plan de comunicación: situación, objetivos, públicos, mensajes, canales, calendario y presupuesto.

### 5.4. Planificación y calendario

Véase el Calendario académico de la Universidad de Zaragoza (<http://academico.unizar.es/calendario-academico/calendario>) y la web de la Facultad de Filosofía y Letras (horario de clases: <https://fyl.unizar.es/horario-de-clases#overlay-context=horario-de-clases>; fechas de exámenes: <https://fyl.unizar.es/calendario-de-examenes#overlay-context=>)

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión.

### 5.5. Bibliografía y recursos recomendados

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión. Se presentará una bibliografía específica en la descripción de cada unidad didáctica.