

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Comunicación Corporativa

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

GRUPO: 2526-T1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)

ECTS: 6,0

CURSO: 2º

TEMPORALIDAD: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: RAQUEL PAJARES FERNÁNDEZ

EMAIL: rpajares@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 11:00 horas

CV DOCENTE:

Desde su andadura como profesional ha participado en numerosas formaciones organizadas por la UEMC o Universidad de Valladolid impartiendo talleres y conferencias relacionadas con el tercer sector, las relaciones públicas, el periodismo o la comunicación. Durante 4 ediciones ha sido ponente en los talleres de Periodismo social organizados en Valladolid y Segovia. Además, desde su ámbito profesional ha participado como ponente en congresos nacionales presentando como casos de éxito campañas de relaciones públicas que se llevan a cabo desde el departamento que dirige. Desde hace 6 años imparte clases en la Universidad Europea Miguel de Cervantes como profesora asociada y desde hace un año en la Universidad de Valladolid

CV PROFESIONAL:

Especialista en Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social. Actualmente es docente en la Universidad de Valladolid y en la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Licenciada en Periodismo y Máster de Comunicación Institucional y Política por la Universidad Carlos III de Madrid.

Tras dar mis primeros pasos como periodista para la Agencia EFE y Radio Televisión Castilla y León comienza su andadura en el campo de la comunicación institucional en la agencia de RRPP Evercom, donde desarrolló tareas para consumo trabajando con clientes como Burguer King, Disney y Dieta Dukan, entre otros. En los últimos años he desarrollado funciones como Directora de Comunicación en ASPAYM Castilla y León y Cruz Roja en Castilla y León. Actualmente, compagina la docencia con su tarea investigadora como doctoranda bajo el programa de Doctorado en Español: Lingüística, Literatura y Comunicación. Además, desempeño funciones como coordinadora del Grado de Publicidad y RRPP en la modalidad presencial en la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

CV INVESTIGACIÓN:

Desde hace dos años es doctoranda en comunicación dentro del programa Doctorado en Español: lingüística, literatura y comunicación de la Universidad de Valladolid. Su rama de estudio versa sobre la comunicación de las organizaciones en materia de sostenibilidad a través de sus canales digitales. Ha participado en numerosos congresos del ámbito de las relaciones públicas y la comunicación con publicaciones centradas en la evolución de dichas disciplinas y cómo afecta a las destrezas de los profesionales.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura 'Comunicación corporativa: marca y reputación' es de suma importancia para la formación de alumnado, ya que es la primera toma de contacto con la comunicación corporativa, así como de todas las fases que vehiculan el proceso.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. La comunicación corporativa.

1. Introducción: concepto, aproximación histórica y estrategia de dirección y gestión. Identidad, imagen, cultura, reputación y comportamiento corporativos.
2. Fundamentos del plan de estratégico y el manual de gestión de comunicación.
3. La generación de la imagen y la percepción de las organizaciones: comunicación interna, de crisis y externa.
4. Herramientas, canales y soportes para la comunicación corporativa: relación con los medios de comunicación y la nota prensa.
5. Fundamentos básicos del patrocinio y mecenazgo, del protocolo y la gestión de eventos.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Casos reales, recursos audiovisuales, encuentro con profesionales de la comunicación corporativa.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales"
- GC04. Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SC4.1_Subcompetencia_Interpretar objetivos y estrategias de comunicación para una comunicación corporativa de calidad.
- SbC4.2_Subcompetencia_Elaborar correctamente un plan de comunicación adaptado a las necesidades del mercado y la sociedad.
- C4.1_Conocimiento_Conocer la información sobre el comportamiento de los grupos de interés para el desarrollo y las estrategias de la comunicación corporativa.
- C4.2_Conocimiento_Comprender las estrategias de la comunicación corporativa para su posterior aplicación.
- H4.1_Habilidad o destreza_Analizar y desarrollar un plan de comunicación efectivo.

- H4.2_Habilidad o destreza_Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- CT4.1_Competencia transversal, valor o actitud_Developar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- María Carmen Erviti Ilundáin (2022): Manual básico de comunicación corporativa. Ediciones Universidad de Navarra. ISBN: 978-84-313-3739-1
- Miguel Túniz López (2020): Comunicación corporativa. Claves y escenarios. . Editorial Uoc, S.L.. ISBN: 9788490643662
- Justo Villafañe (2020): La gestión profesional de la imagen corporativa. Ediciones Pirámide . ISBN: 978-8436834871
- José Vicente García Santamaría (2019): Las nuevas fronteras de la comunicación corporativa . Editorial Uoc, S.L.. ISBN: 9788491806615

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Dircom, Asociación de Directivos de Comunicación](https://www.dircom.org/)(<https://www.dircom.org/>)

Dircom es la asociación profesional de referencia en España que agrupa a más de 1.200 directivos de comunicación, reputación y asuntos corporativos. Su objetivo es poner en valor la importancia estratégica de esta función en las organizaciones y su aportación a la sociedad.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

A través de la exposición de temas y contenidos, de forma teórica y práctica.

MÉTODO DIALÉCTICO:

A través de discusiones, debates, análisis de textos y audiovisuales, presentaciones y encuentros con profesionales.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Con el aprendizaje y manejo de herramientas, así como con estrategias para resolver problemas, lanzar hipótesis y llegar a conclusiones.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Los cinco temas de la asignatura se desarrollarán de forma simétrica a lo largo de las quince semanas de la asignatura.

Semanas 1: Tema 1

Semana 2: Tema 1

Semanas 3: Práctica tema 1 + Tema 2

Semana 4: Tema 2 + Salida a Madrid

Semana 5: Tema 2 + Visita experto comunicación de crisis

Semanas 6: Práctica. Simulacro de crisis + Tema 3

Semana 7: Tema 3

Semana 8: Tema 3 +

Semanas 9: Plató de TV

Semana 10: Práctica Tema 3. Nota de Prensa + Tema 4

Semana 11: Tema 4

Semana 12: Tema 4

Semanas 13: Práctica Tema 4 + Tema 5

Semana 14: Tema 5

Semana 15: Exposición trabajo final de la asignatura.

Esta planificación estimativa puede verse modificada por causas ajenas a la organización académica presentada en primer lugar. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones específicas.

El profesor podrá incorporar medidas de carácter aleatorio o fijo (sustentación oral del resultado, incluir variaciones en los enunciados, aplicaciones de los resultados a otros contextos, etc.), antes, durante o al finalizar cada actividad formativa, con el propósito de confirmar el uso apropiado de la herramienta de inteligencia artificial.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Práctica Tema 1			X													X	X	X
Práctica Tema 2. Simulacro de crisis						X										X	X	X
Práctica Tema 3. Nota de Prensa										X						X	X	X
Práctica Tema 4.												X				X	X	X
Trabajo final + exposición oral															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

El tipo de evaluación implica un proceso de aprendizaje participativo profesor-alumno durante la impartición de la asignatura, teniendo en cuenta las actividades realizadas en el aula y las competencias adquiridas. Los criterios de evaluación priorizan la realización de prácticas: un 25% se vincula a la realización de cuatro prácticas en el aula al final de cada uno de los temas; un 25% se atribuye a la elaboración de un trabajo final de la asignatura en grupo y un 10% a su presentación oral. En todos los casos es imprescindible alcanzar una nota de 5 sobre 10 para superarla.

La prueba final en convocatoria ordinaria será una prueba escrita teórico-práctica (35% de la nota) y se dedicará un 5% a técnicas de observación. Para superar la asignatura es imprescindible sacar un mínimo de 5 en las prácticas a realizar tras cada tema, el proyecto final y la prueba final. En caso de no superarse, se acudirá a la convocatoria extraordinaria y la nota máxima que aparecerá en el acta será un 3.

No se admiten plagios ni faltas de ortografía: una falta de ortografía es causa de suspenso de exámenes y pruebas y la ausencia de tildes está penalizada: cada omisión resta 0,20 puntos y con cinco o más se suspense automáticamente la prueba o examen.

Asimismo, el uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los alumnos que hayan suspendido las prácticas a realizar tras cada tema, el proyecto final o la prueba final tendrán que presentarse a la convocatoria extraordinaria. En caso de no haber superado el trabajo final,

entregarán uno de similares características a las del proyecto final (35%) realizado de manera individual; si tienen que superar alguna de las prácticas, se pedirá recuperar la práctica suspensa teniendo el mismo valor que en evaluación ordinaria (25%), teniendo en cuenta que se guardan las nota de las pruebas aprobadas. La entrega se realizará en la fecha establecida en conversación con el profesor.

La prueba final (40%) será de nuevo una prueba teórico-práctica de desarrollo que superarán con un mínimo de 5 sobre 10.

No se admiten plagios ni faltas de ortografía: una falta de ortografía es causa de suspenso de exámenes y pruebas y la ausencia de tildes está penalizada: cada omisión resta 0,20 puntos y con cinco o más se suspenso automáticamente la prueba o examen.

Asimismo, el uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Ejecución de prácticas	50%
Pruebas escritas	35%
Pruebas orales	10%
Técnicas de observación	5%