

## 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:** Obligatorio

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 2º

**SEMESTRE:** 2º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

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

## DATOS DEL PROFESOR

**NOMBRE Y APELLIDOS:** RAQUEL PAJARES FERNÁNDEZ

**EMAIL:** [rpajares@uemc.es](mailto: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 Burger 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\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Desarrollar 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 suspendida 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 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.

#### SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

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