Sistemas de Comunicación en las Organizaciones

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 08/12/2018 01:22:25**

Departamento asignado a la asignatura:

Coordinador/a: MOLINA CAÑABATE, JUAN PEDRO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre :

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Los básicos de admisión al máster.

OBJETIVOS

El/la estudiante obtendrá los conocimientos necesarios para comprender los procesos de comunicación que se plantean en empresas e instituciones.

El estudiante aprenderá a analizar e investigar los procesos de comunicación que se emplean en las empresas e instituciones.

El alumno será capaz de diseñar una imagen corporativa, plantear las estrategias comunicacionales necesarias y establecer una metodología de análisis para evaluar los resultados.

El estudiante será capaz de organizar y gestionar los procesos de comunicación de una empresa o de una institución

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Tema 1: Concepto de imagen corporativa. Elementos que la componen y proceso de construcción.
Tema 2: Estrategias y planes de comunicación.
Tema 3: Elaboración de argumentarios. La retórica de los mensajes.
Tema 4: Procesos y relaciones con los medios de comunicación.
Tema 5: Análisis de impacto y efectos de los mensajes.
Tema 6: Organización y gestión de los procesos de comunicación empresarial e institucional.

Proyecto: Diseño de un plan de comunicación aplicado a una empresa o institución .

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

. Contextualización teórica del proceso de comunicación corporativa dentro del sistema de medios de medios de comunicación: 1 ECTS.

. Investigación en diseño de imagen corporativa, impacto y efecto de los mensajes: 2 ECTS.

. Elaboración de un plan de comunicación aplicado a una empresa o institución. Definición de estrategias y argumentarios: 2 ECTS.

. Presentación y defensa del plan de comunicación: 1 ECTS

La metodología docente se aplicará en tres fases: La primera de ellas consistirá en la realización de sesiones de trabajo con los alumnos, para trasmitirles los conceptos necesarios sobre imagen corporativa y comunicación empresarial. Esta fase estará en relación con la adquisición de conocimientos básicos para poder realizar las investigaciones pertinentes y estudios de casos.
Una segunda parte se dedicará a la tutoría personal en investigaciones sobre imagen corporativa y en

la realización de un plan de comunicación aplicado, donde se establezcan estrategias, argumentarios y análisis de efectos.
La tercera parte se basará en el debate y defensa de las propuestas realizadas. Mejora de las mismas y elaboración de un informe.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen/Prueba Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

El examen teórico representa el 60% de la nota final. La parte práctica representa el 40% restante.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Aced, Cristina Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital, UOC, 2013

- Capriotti, Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel, 2005 , .

- Costa, Joan. De la comunicación integrada al DIRCOM. En Master DIRCOM. Desing. Barcelona, 2005 , .

- Costa-Sánchez, C.; Martínez Costa, S. (eds.): Comunicación corporativa audiovisual y online, UOC, 2018

- Losada, Jose Carlos. Periodismo institucional: nuevo estilo de hacer periodismo. Salamanca, 2003 , .

- Pintado Blanco, T.; Sánchez Herrera, J.: Nuevas tendencias en comunicación estratégica, ESIC, 2017

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Aljure, Andrés. El plan estratégico de comunicación. En Costa, Joan. Master DIRCOM. Desing. Barcelona, 2005. , .

- B.M. van Riel, Cees. Métodos de medición. En Comunicación corporativa. Prentice Hall. Madrid, 1990. , .

- Bosavsky, Guillermo. Auditoria de imagen global. En Costa, Joan. Master DIRCOM. Desing. Barcelona, 2005. Costa, Joan. Los lenguajes de la comunicació , .

- Díaz Noci, Javier. Preguntas de un DIRCOM. En Los resúmenes de prensa en los gabinetes de comunicación: una aproximación jurídica. Netbiblo, 2004. , .

- Fernández del Moral, Javier. Las comunicación aplicada a las organizaciones desde la ciencias de la información. En Bell, Ignacio Edit. En Comunicar , .

- Fita Trias, Jaume. Comunicación de crisis. En Losada, José Carlos. Gestión de la comunicación en las organizaciones : comunicación interna, corporati , .

- Fuentes, Sandra I. El mapa integral de la comunicación. En Costa, Joan. Master DIRCOM. Desing. Barcelona, 2005. , .

- Galán Gamero, Javier. Periodismo institucional: nuevo estilo de hacer periodismo. En Losada, José Carlos. En El periodismo de fuente. Salamanca, 2003. , .

- García Orosa, Berta. Auditoria-Evaluación del trabajo en comunicación: una asignatura pendiente.. En Los altavoces de la actualidad. Netbiblo. Madrid, , .

- García Orosa, Berta. Introducción histórica a la comunicación organizacional. En los altavoces de la actualidad. Netbiblo. Madrid, 2005.. , .

- La reputación comercial: claves de la fidelidad de los clientes. En Justo Villafañe. Informe anual, 2006. Pearson. Madrid, 2006. , .

- Losada Díez, José Carlos. Los medios de comunicación en la formación de la imagen corporativa. En Prensa e imagen corporativa. Salamanca, 2002. , .

- Marín Martín, Fernando. Evolución histórica de la comunicación empresarial e institucional. En Comunicación Institucional y empresarial. Universitas. , .

- Marín Martín, Fernando. Objetivos de la entrevista. En Comunicación Institucional y empresarial. Universitas. Madrid, 2003. , .

- Paniagua Gallart, Carlos. La gestión de la comunicación en situación de crisis. En Bell, Ignacio Edit. En Comunicar para crear valor. Eunsa. Pamplona , .

- Pelayo Valdeolivos, José Emilio. Comunicar, una necesidad. En Del Rio Martínez, Miguel (Editor). Gabinetes de prensa: la comunicación en las instituci , .

- Petit Caro, Antonio. . El plan de comunicación: génesis y desarrollo. En Bell, Ignacio Edit. En Comunicar para crear valor. Eunsa. Pamplona,2004.. , .

- Pizzolante Negrón, Italo. Portavocía. En Losada, José Carlos. Gestión de la comunicación en las organizaciones : comunicación interna, corporativa y d , .

- Piñuel Raigada, José Luis. La comunicación corporativa externa en las relaciones de prensa. En Teoría de la comunicación y gestión de las organizacion , .

- Ramírez de la Piscina, Txema. Comunicación externa: puesta en escena. En Gabinetes de comunicación. Dossat. Barcelona, 1997. , .

- Ramírez de la Piscina, Txema. La retórica como arma. En Formación de portavoces : los movimientos sociales ante la esfera pública. Boch. Madrid, 2007. , .

- Tuñez, Miguel. Relaciones informativas. En Losada, José Carlos. Gestión de la comunicación en las organizaciones : comunicación interna, corporativa , .

- Westphalen, M.H. (Piñuel, J.L.). Particularidades de la comunicación de crisis: la técnica. En La dirección de comunicación. Del Prado. Madrid, 1993. , .