

## FICHA DE ASIGNATURA

### **Título:** Estrategia Organizacional y de Comunicación

**Descripción:** La comunicación corporativa es un elemento clave dentro de la estrategia de cualquier organización, pues, entre otras cosas, es el instrumento a través del cual ésta llega a los diferentes grupos de interés. Esta asignatura permite conocer cómo se formulan las estrategias organizacionales y cómo se enlazan con la comunicación corporativa.

**Carácter:** Obligatoria

**Créditos ECTS:** 6 ECTS

**Contextualización:** Esta asignatura, de carácter introductorio, sirve para asentar las bases conceptuales que permitirán profundizar sobre los distintos elementos que configuran la estrategia de comunicación corporativa, los cuales se abordan en los diferentes módulos del programa formativo.

**Modalidad:** Online

### **Temario:**

1. Estrategia de comunicación:
  - a. Los procesos de comunicación en las organizaciones: teorías, escuelas y tendencias.
  - b. Diseño de la estrategia de comunicación: técnicas creativas, briefs y mensajes.
  - c. Aplicación de teorías de comportamiento del consumidor a la formulación de la estrategia de comunicación corporativa.
  - d. Diseño de estrategias para aunar las voces de la organización: marketing y comunicación.
  - e. El impacto de las estrategias de internacionalización en la comunicación corporativa. Técnicas para mantener la coherencia en entidades de alcance global.
  - f. Las particularidades de la comunicación corporativa en las relaciones B2B.
2. Creación de ventajas competitivas mediante la comunicación corporativa.
3. Creación, mantenimiento y medición de la reputación corporativa. La importancia de la ética.
4. El Informe Anual como medio de comunicación de la estrategia y los resultados: tratamiento desde el punto de vista comunicativo.
5. La estrategia de comunicación en entidades no lucrativas: Administraciones Públicas, Asociaciones, Fundaciones y ONG.

### **Competencias:**

- Básicas: CB-06, CB-07, CB-08, CB-09 y CB-10.
- Específicas: CE-01 y CE02.

### **Actividades Formativas:**

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	10	100%
Clases prácticas de análisis: estudio de casos y resolución de problemas	5	100%
Clases prácticas profesionales: simulación y diseño de proyectos	5	100%
Talleres profesionales	5	100%

Tutorías	10	30%
Trabajo autónomo	113	0%
Realización de la prueba	2	100%

**Metodologías docentes:**

- Lección magistral y lección magistral participativa.
- Revisión bibliográfica.
- Estudio de casos.
- Resolución de problemas.
- Simulación.
- Diseño de proyectos.
- Seguimiento.
- Trabajo cooperativo.

**Sistema de Evaluación:**

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio. Actividad teórica	10%	15%
Evaluación del Portafolio. Actividad de análisis	15%	25%
Evaluación del Portafolio. Actividad profesional	25%	40%
Evaluación de la prueba	20%	50%

**Normativa específica:** No aplica

**Bibliografía:**

Referencia bibliográfica básica: Erviti Ilundáin, M.C. (2019). *Manual Básico de Comunicación Corporativa*. Pamplona: Eunsa. Ediciones Universidad de Navarra.

La bibliografía complementaria será aportada por el docente responsable de la asignatura al comienzo de impartición de la misma.