

Comunicació Interna

Codi: 104780
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	2	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Maria José Recoder Sellarés
Correu electrònic: MariaJosep.Recoder@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)
Grup íntegre en anglès: No
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Francisco Baiges Planas
Jesús Martínez Fernández

Prerequisits

La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries. Aquesta guia està pensada per a impartir tota la docència de manera presencial.

En ser una assignatura de segon curs, es dóna per descomptat que l'estudiant ha de ser capaç d'expressar-se per escrit i oralment en les llengües pròpies. Ha de tenir iniciativa i capacitat d'aprendre, i ha d'estar al corrent dels temes d'actualitat.

Han de tenir coneixements d'anglès, perquè alguna lectura pot estar en aquesta llengua.

Caldrà que els estudiants consultin el correu electrònic oficial i l'espai obert a les Aules Moodle perquè seran eines de comunicació entre el professorat i els estudiants al llarg del semestre.

Objectius

Els objectius de l'assignatura són els següents:

- Aprendre els sistemes de difusió de la informació interna i dels Gabinetes de comunicació i dominar-ne les tècniques (redacció, preparació d'actes, creació d'agenda, etc.).
- Saber quins són els elements a tenir en compte per a l'elaboració d'un pla de comunicació intern d'una organització, en funció de les seves característiques.
- Tenir elements de judici per saber gestionar les crisis informatives que puguin generar o afectar els treballadors de la Organització.

- Valorar l'ètica de la comunicació, la deontologia periodística i les relacions professionals entre els Gabinetes de Comunicació i els seus públics interns.

Competències

- Concebre, planificar i executar projectes de comunicació sobre l'organització en tot tipus de suports per als públics interns i externs.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar i aplicar les estratègies més adequades per a la comunicació de les organitzacions i els seus treballadors, clients i usuaris i la societat en general.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Realitzar l'anàlisi comunicativa de l'organització i aplicar-la per a elaborar un pla de comunicació que inclogui comunicació interna, externa i de crisi.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se a noves situacions relacionades amb un entorn professional en contínua transformació.
2. Aplicar l'anàlisi DAFO a les característiques dels diferents tipus d'organització, tenint en compte ubicació territorial, serveis o productes que ofereix, públic objectiu, nombre de treballadors, etc.
3. Comunicar-se amb els periodistes i els membres de l'organització i públics externs.
4. Crear els mecanismes que permetin a l'organització i als membres dels seus gabinets de comunicació explicar a tota mena de públics els seus objectius, funcions i idea de negoci.
5. Demostrar capacitats de lideratge i iniciativa.
6. Generar idees creatives en el seu entorn de desenvolupament professional.
7. Idear i desenvolupar mecanismes de comunicació de diferent índole tenint en compte les característiques de l'organització.
8. Identificar i descriure els objectius comunicatius de les organitzacions, per aconseguir avantatges competitius respecte dels seus públics externs i interns.
9. Organitzar les activitats dels gabinets de comunicació a curt, mitjà i llarg terminis.
10. Respectar les diferents religions, ètnies, cultures, identitats sexuals, etc., de les persones que formen part de l'organització.
11. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.

Continguts

El temari de l'assignatura està conformat per les següents unitats:

1. LA COMUNICACIÓ INTERNA

- Definicions

- Història

- Utilitat

- Públics

- Cultura de la organització

2. EL PLA DE COMUNICACIÓ INTERNA

- Planificació
- Execució
- Avaluació

3. EINES DE DIFUSIÓ DE LA COMUNICACIÓ INTERNA

- Els canals i mitjans de transmissió. Què cal tenir en compte?

Exemples:

Intranet

Reunions periòdiques amb membres de l'organització (assemblees, reunions en petit comitè, sessions de benvinguda i comiat...)

Publicacions pròpies: revistes, memòries, newsletters ...

Cartelleria

Correu electrònic

Altres

4. COMUNICACIÓ INTERNA I ESTRATÈGIA EMPRESARIAL

- Marca corporativa i negoci
- La comunicació empresarial
- La comunicació en las organitzacions multinacionals
- Les organitzacions virtuals
- Comunicació interna i teletreball

5. GESTIÓ I ELEMENTS DE LA COMUNICACIÓ INTERNA

- Perfils professionals dels comunicadors
- La relació del gabinet de comunicació i altres departaments de la organització
- La gestió de les crisis
- Deontologia professional

Tots aquests temes entraran en les avaluacions a realitzar en cada moment (teoria i pràctica). Si alguna sessió no es pogués donar per raons alienes a la voluntat del professorat, el seu contingut es donarà per impartit i serà avaluat sobre la base de bibliografia específica, el guió detallat del temari, etc.

El contingut d'aquesta assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere.

Metodologia

Es farà una exposició detallada a l'aula dels continguts teòrics del temari, que és el que permetrà el desenvolupament de la docència pràctica i l'assoliment de les competències definides per a aquesta matèria.

Les classes magistrals han de propiciar la reflexió i el debat conjunt, i són un element necessari per a fomentar l'autoaprenentatge dels estudiants.

La docència pràctica permet que l'estudiant valori l'evolució del seu aprenentatge i el situa davant la simulació de casos reals. Les pràctiques estan complementades amb les consultes de tutories que tenen l'objectiu bàsic

de proporcionar orientació formativa, personal i professional, i especialment orientació per a fer els treballs de grup.

La base de la metodologia docent serà aconseguir un aprenentatge autònom per part del alumnat. L'activitat acadèmica tutelada pel professorat, amb una participació constant i activa de l'alumnat, permetrà que aquest assumeixi les competències genèriques i específiques que es van a plantejar en la matèria, aconseguint, d'aquesta forma, complir amb els objectius formulats.

La matèria està dividida en una sèrie de classes magistrals, seminaris i/o conferències i/o jornades específiques que aporten la base teòrica i metodològica i serveixen de nexa i guia per a realitzar les activitats d'aprenentatge (classes pràctiques) i d'autoaprenentatge que són essencials en el disseny de l'assignatura. Les classes de caire teòric i les activitats d'aprenentatge permetran que l'alumnat assumeixi els propòsits de la matèria.

Les pràctiques que es duuguin a terme han de tenir també la seva identificació amb els debats teòrics que es plantegin en l'assignatura. D'aquesta forma, existirà un fil conductor en tota l'assignatura amb la finalitat que els alumnes puguin créixer intel·lectualment i en la seva formació.

Les tutories són contemplades com un aspecte fonamental per a la guia i creixement de l'aprenentatge de l'alumnat. Aquestes tutories podran ser individuals, en grup, presencials o virtuals, en funció del desenvolupament del curs.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. Aquesta planificació detallada podrà estar subjecte a canvis degut a raons imprevistes i alienes a la voluntat del professorat (per exemple, convocatòria de vagues que afectessin la docència).

En cas de canvi de modalitat docent -semipresencial, virtual- per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques, exposicions de l'estudiant, debat, estudi de casos	27	1,08	4, 8
Tipus: Supervisades			
Tutories individuals i en grup	15	0,6	5, 6
Tipus: Autònomes			
Estudi autònom i realització d'exercicis	70	2,8	1, 2, 3, 6, 8, 9, 10, 11

Avaluació

En tractar-se d'una assignatura amb avaluació continuada, és obligatòria l'assistència a l'aula i per aprovar l'assignatura és obligatori realitzar totes les proves fixades. L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

Activitat A- 25% sobre la qualificació final. Examen: Es una prova teòrica de control de continguts. Hi entraran els continguts teòrics impartits i el material bibliogràfic indicat pels docents.

Activitat B- 25% sobre la qualificació final. Treball de curs. Activitat autònoma grupal amb supervisió dels docents. Creació d'un pla de comunicació interna per una Organització que no en tingui i/o auditoria d'un pla de comunicació interna ja existent. El professorat proporcionarà les característiques a tenir en compte per a la tria de la organització, que haurà de ser acceptada pels docents. El 5% de la qualificació correspondrà a la presentació oral davant dels docents i dels estudiants. El 20% de la qualificació serà per al contingut escrit del treball.

Activitat C- 40% sobre la qualificació final. Exercicis pràctics, habitualment individuals. De 5 a 7 proves a l'aula, dirigides i supervisades. Cada prova valdrà entre el 5 i el 10% en funció de la seva dificultat i serà explicat al document de Planificació docent de l'assignatura, on també s'indica el calendari detallat de les activitats a realitzar al llarg del semestre i que es penja a l'Aula Moodle a l'inici del semestre.

Activitat D- 10% sobre la qualificació final. Proves de control de coneixements a l'aula de teoria, sense previ avís, a partir del que s'hagi explicat a la sessió. Pot fer-se un debat o respondre o reflexionar sobre una qüestió presentada a l'aula tan presencialment com virtualment a partir del Forum del Campus virtual.

Per a aprovar l'assignatura i fer la nota mitjana proporcional, cadascuna de les parts haurà de ser aprovada (mínim de 5 punts sobre 10 a cadascun dels 4 blocs d'activitats). El resultat serà:

$A (25\%) + B (25\%) + C (40\%) + D (10\%) = 100\%$ nota final de l'assignatura.

Sistema de Recuperació:

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Atès que l'assignatura té un sistema d'avaluació contínua, les activitats que queden excloses del procés de recuperació són la B (treball de curs) i el conjunt de la C (exercicis individuals). De tota manera, en el cas que algun estudiant no hagués pogut realitzar un exercici pràctic (activitat C) per causa de força major justificada, se li posarà una prova de recuperació específica en la data de recuperació de l'activitat A, en dia i hora marcada pel professorat i anunciada a la planificació docent que es trobarà a les Aules Moodle.

Segona Matricula:

Atès que és el primer curs en que s'imparteix aquesta assignatura, no hi haurà ningú que es matriculi per segona vegada.

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat...) es qualificarà amb 0 aquesta activitat d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen de contingut	25	3	0,12	2, 8
Exercicis pràctics	40%	20	0,8	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 11
Participació	10%	3	0,12	5, 11
Treball de curs	25	12	0,48	2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Bibliografia

Es donarà bibliografia específica per a cadascun dels temes.

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

Berceruelo, Benito (coord.) (2011). Comunicación interna en la empresa. Claves y desafíos. Vizcaya: Aedipe. ISBN: 978 84 87670 98 5

Berceruelo, Benito. (2014). Nueva Comunicación Interna en la empresa. Madrid: Estudio de Comunicación.

Caldevilla Domínguez, David. (2010) La cara interna de la comunicación en la empresa. Ed. Visión Libros. Madrid. -

Cuenca-Fontbona, Joan; Verazzi, Laura (2018). Guía fundamental de la comunicación interna. Barcelona: Editorial UOC. ISBN: 978 84 91802723

D'Almeida, Nicole; Libaert, Thierry (2018). La communication interne des entreprises. Malakoff: Dunod, 8ª éd. ISBN: 978 2 10 077484 5

BIBLOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

Argenti, Paul A. (2014). Comunicación estratégica y su contribución a la reputación. Madrid: LID editorial.

Carrillo-Durán, Maña-Victoria (2016). "Importancia del profesional de la información en la dirección de comunicación de las organizaciones". El profesional de la información, v. 25, n. 2, pp. 272-278.
<https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.14>

De-las-Heras-Pedrosa, Carlos; Ruiz-Mora, Isabel; Paniagua-Rojano, Francisco-Javier (2018). Gestión de la comunicación en las instituciones. Madrid: Pearson. ISBN: 978 1787268616

Ingelmo, Marta María. (2015). Utilización de las nuevas tecnologías en comunicación interna. Análisis del uso de los Social Media en la comunicación interna de las empresas españolas. Valladolid: Universidad de Valladolid.

Karanges, Emma; Johnston, Kim; Beatson, Amanda; Lings, Ian (2015). "The influence of internal communication on employee engagement: A pilot study". Public relations review, v. 41, n. 1, pp. 129-131.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.12.003>

Lucotti, Francisco. Pulso CI. Escucha activa: clave para la comunicación interna (2016) [Artículo en línea] Disponible en: <http://www.pulsoci.bwcomunicacion.com/escucha-activa-clave-para-la-comunicacion-interna/>

Medina-Aguerreberre, Pablo (2012). "El valor estratégico de la comunicación". Revista de comunicación y salud, v. 2, n. 1, pp. 19-28. [https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2012.2\(1\).19-28](https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2012.2(1).19-28)

Miquel-Segarra, Susana; Aced, Cristina (2019). "El perfil de los responsables de comunicación interna en España". Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, v. 6, n. 11, pp. 99-118.
<http://revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/184>

Mimoso, Marta. Los empleados, los portavoces más creíbles [Artículo en línea] Disponible en: <http://www.estudiodecomunicacion.com/extranet/los-empleados-losportavoces-mas-creibles/>

Morales, Francisca. RedDirCom. La comunicación interna. Herramienta estratégica de gestión para las empresas. [Artículo en línea] Disponible en: <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf> 3p. -

Muñiz, Rafael. Marketing XXI. La comunicación interna. [Artículo en línea] Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Penalba, Francisco. Confinem. Comunicación interna empresarial: Los canales de omunicación. [Artículo en línea] Disponible en: <http://www.mirelasolucion.es/blog/comunicacion-interna-canales/>

Sales, Xavier. EADA Bussiness School. La importancia de los activos intangibles en la empresa. [Artículo en línea] Disponible en: <http://blogs.eada.edu/2016/06/14/activos-intangibles-en-la-empresa/>

Verghese, Anisu K. (2015). Internal Communications: Insights, Practices and Models. Londres: Sage.

Vilanova-Giralt, Núria (2016). Micropoderes. Comunicación interna para empresas con futuro. 4ª ed. Barcelona: Plataforma Editorial. ISBN: 978 84 15750673