

Comunicació Corporativa: Plans Estratègics

Codi: 104779

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	2	1

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: Evandro Samuel Ribeiro Dos Santos Oliveira

Correu electrònic: Evandro.Oliveira@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Equip docent

Ileana Lis Zeler

Prerequisits

No és necessari cap requisit previ.

Objectius

Després de la introducció en el tema de la comunicació en organitzacions, comunicació corporativa, relacions públiques i comunicació estratègica, hi haurà la possibilitat de comprendre les propostes teòriques de comunicació estratègica i els seus components. Amb ella també es debatrà el concepte d'estratègia, els seus nivells de gestió, així com l'impacte ètic i social. A més, la recerca, la planificació, les parts interessades i l'avaluació, y les tècnics de missatgeria proporcionaran una visió i una pràctica en profunditat de la planificació estratègica. A més, els mètodes i la pràctica de les marques i campanyes conclouran aquest assinatura.

Competències

- Analitzar i avaluar lestructura dels diferents tipus dorganitzacions, dels mitjans de comunicació i de la relació entre tots dos.
- Concebre, planificar i executar projectes de comunicació sobre lorganització 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.

- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- 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 la consciència ètica en la creació de plans estratègics i la manera d'afrontar una crisi de comunicació i defensar la imatge pública.
3. 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.
4. Comunicar-se amb els periodistes i els membres de l'organització i públics externs.
5. 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.
6. Demostrar capacitats de lideratge i iniciativa.
7. Dominar les característiques i l'estructura dels mitjans de comunicació en la zona geogràfica d'influència de l'organització per elaborar-ne del pla de mitjans.
8. Generar idees creatives en el seu entorn de desenvolupament professional.
9. Idear i desenvolupar mecanismes de comunicació de diferent índole tenint en compte les característiques de l'organització.
10. Identificar i descriure els objectius comunicatius de les organitzacions, per aconseguir avantatges competitius respecte dels seus públics externs i interns.
11. Organitzar les activitats dels gabinets de comunicació a curt, mitjà i llarg terminis.
12. Planificar i executar treballs acadèmics en l'àmbit de la comunicació corporativa a partir de la creació de plans de comunicació estratègics.
13. Respectar les diferents religions, ètnies, cultures, identitats sexuals, etc., de les persones que formen part de l'organització.
14. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.

Continguts

- 1- Comunió en organitzacions, comunicació corporativa, relacions públiques i comunicació estratègica: Quo Vadis?
- 2- Teoria de la comunicació d'estratègia
- 3- El concepte d'estratègia
- 4- Nivells de gestió
- 5- Problemes de ètica i societal
- 6- Recerca
- 7 - Planificació de la comunicació estratègica
- 8 - Stakeholders
- 9 - Messatges
- 10 - Branding
- 11 - Campanyes

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

Metodologia

L'assignatura es divideix en sessions teòriques i pràctiques. Les sessions teòriques consisteixen en la presentació dels conceptes generals del tema, així com la reflexió i debat dels alumnes a partir de les lectures suggerides. I les sessions pràctiques constaran d'exercicis pràctics i activitats grupals amb la finalitat d'assimilar els aspectes teòrics presentats.

Respecte a les sessions pràctiques, la classe es dividirà en subgrups per a poder fer treballs personalitzats amb els tutors de seminari o pràctiques. En aquestes sessions, es realitzaran exercicis grupals, plantejats en classe, directament relacionats amb els temes desenvolupats en l'assignatura. En aquests exercicis s'implementarà el mètode de l'estudi de cas, la resolució de problemes de comunicació i / o la lectura, anàlisi i posada en comú dels articles especialitzats que la professora consideri d'interès per a la matèria. Com a colofó a l'assignatura l'alumnat farà un treball final basat en l'estudi. Aquest treball final es realitzarà de manera grupal (amb el mateix grup format a les sessions pràctiques). D'aquesta manera l'alumnat contrastarà en la praxi el coneixement teòric explicat en classe.

L'alumnat disposarà al campus virtual de materials complementaris vinculats a bloc temàtic. Aquests materials hauran de ser llegits i revisats amb antelació tant per a fer les pràctiques com per a preparar la prova teòrica final.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions expositives i pràctiques	48	1,92	2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 13, 14
Tipus: Supervisades			
tutories individuals i en grup	14	0,56	3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 14
Tipus: Autònomes			
Treballs, pràctiques i lectures	88	3,52	

Avaluació

El sistema d'avaluació de l'assignatura està basat en els següents criteris:

- Activitat A: Control de coneixement (30% sobre la qualificació final): examen teòric final. Per a superar l'assignatura, el test haurà de ser aprovat amb una qualificació igual o superior a 5,0 (condició indispensable).

- Activitat B: Realització i presentació de les activitats pràctiques (40% sobre la qualificació final). En cas de no presentar dins del termini i en la forma escaient les activitats pràctiques, s'obtindrà una nota igual a 0,0. La nota global del criteri B s'obtindrà a partir de la mitjana del conjunt de notes de les activitats.

- Activitat C: Realització i presentació del treball final (30% sobre la qualificació final)

A (30%) + B (40%) + C (30%) = 100% NOTA FINAL DE L'ASSIGNATURA

* Per a superar l'assignatura és obligatori obtenir una nota igual o superiora 5,0 cadascun de criteris d'avaluació (A, B i C).

Reavaluació

a) L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura i haver obtingut almenys un 3,5 de nota mitjana ponderada de l'assignatura.

b) La teoria pot recuperar-se només si l'estudiant ha obtingut entre un 3,5 i un 4,9 en la qualificació de la prova teòrica. La prova de recuperació consistirà en un examen d'avaluació de coneixements teòrics.

c) L'alumnat que hagi suspès o no hagi presentat una pràctica (sempre que sigui per raons degudament acreditades i acceptades per l'equip docent), tindrà l'opció de presentar-se a la seva recuperació durant el període establert ad hoc. La recuperació de cada pràctica consistirà en la resolució d'un cas o problema de comunicació a l'aula (dia o hora a determinar).

d) El treball final de l'assignatura (30%) és un treball avaluable que no es podrà recuperar, pel fet que resulta pràcticament impossible la realització d'un altre treball d'aquestes característiques amb el temps que es disposa.

Segona matrícula

En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà realitzar una única prova de síntesi que consistirà en test teòric. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat ...) es qualificarà amb 0 aquest acte 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	30%	0	0	3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 14
Pràctiques	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
Treball Final en grup	30%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

Bibliografia

Capriotti, Paul (2009). Branding corporativo. Santiago de Chile: Colección de libros de empresas.
Holtzhausen, Derina, Fullerton, Jami. A., Lewis, Bobbi, & Shipka, Danny (2021). Principles of strategic communication. London, England: Routledge.

Marca, Guillem. (2017). *Cómo hacer un plan estratégico de Comunicación*. Vol. IV (1ª). Barcelona: UOC.

Matilla, Kathy. (2009). *Conceptos Fundamentales en Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: UOC.

Matilla, Kathy. (2017). *Cómo hacer un plan estratégico de Comunicación*. Vol. I (1ª). Barcelona: UOC.

Oliveira, Evandro (2019). *The instigatory theory of NGO Communication: stratetic communication in civil society organisations*. Springer VS, Wiesbaden

Pérez, Rafael. (2001). *Estrategias de comunicación*. Barcelona, Spain: Ariel.

Sanchez-Blanco, Cristina (2011). *Planificación estratégica*. Universitat, Madrid

Wilcox, Dennis; Ault, Philip; Agee, Warren; Cameron, Glen (2000). *Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas*, Madrid: Addison Wesley

Xifra, Jordi (2005). *Planificación estratégica de las relaciones públicas*. Barcelona: Paidós.

Programari

Word, Power Point y Excel.