

Comunicació Corporativa: Plans Estratègics

Codi: 104779

Crèdits: 6

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

Professor/a de contacte

Nom: Ana María Enrique Jimenez

Correu electrònic: anamaria.enrique@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

Arantza Danés Vilallonga

Prerequisits

No és necessari cap requisit previ.

Objectius

1. Analitzar el rol que juguen els valors intangibles en la gestió de les organitzacions i com ha obert un nou àmbit d'actuació en la gestió de la comunicació corporativa.
2. Relacionar els conceptes i els fonaments bàsics de la comunicació corporativa, així com aproximar-los a la contextualització històrica de la seva matèria.
3. Identificar els models d' estructura i gestió de la comunicació de les organitzacions així com les seves tipologies.
4. Conèixer les característiques, competències i habilitats del responsable de la seva gestió: Dircom.
5. Dissenyar plans i estratègies de comunicació de qualsevol organització.

Competències

- Actuar amb responsabilitat ètica i amb respecte pels drets i deures fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi valorant l'impacte social, econòmic i mediambiental.
- Analitzar i avaluar l'estructura dels diferents tipus d'organitzacions, dels mitjans de comunicació i de la relació entre tots dos.
- 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.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- 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 sàpiguen 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. Analitzar una situació i identificar-ne els punts de millora.
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. Aplicar la consciència ètica en la creació de plans estratègics i la manera d'afrontar una crisi de comunicació i defensar la imatge pública.
5. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
6. Comunicar-se amb els periodistes i els membres de l'organització i públics externs.
7. 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.
8. Demostrar capacitats de lideratge i iniciativa.
9. 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.
10. Generar idees creatives en el seu entorn de desenvolupament professional.
11. Idear i desenvolupar mecanismes de comunicació de diferent índole tenint en compte les característiques de l'organització.
12. Identificar i descriure els objectius comunicatius de les organitzacions, per aconseguir avantatges competitius respecte dels seus públics externs i interns.
13. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
14. Organitzar les activitats dels gabinets de comunicació a curt, mitjà i llarg terminis.
15. Planificar i executar treballs acadèmics en l'àmbit de la comunicació corporativa a partir de la creació de plans de comunicació estratègics.
16. Ponderar els riscos i les oportunitats de les propostes de millora tant pròpies com alienes.
17. Proposar formes d'avaluació dels projectes i accions de millora de la sostenibilitat.
18. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
19. Proposar noves maneres de mesurar l'èxit o el fracàs de la implementació de propostes o idees innovadores.
20. Proposar projectes i accions que estiguin d'acord amb els principis de responsabilitat ètica i de respecte pels drets humans i els drets fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
21. Proposar projectes i accions que incorporin la perspectiva de gènere.
22. Proposar projectes i accions viables que potenciïn els beneficis socials, econòmics i mediambientals.
23. Respectar les diferents religions, ètnies, cultures, identitats sexuals, etc., de les persones que formen part de l'organització.
24. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.
25. Valorar l'impacte de les dificultats, els prejudicis i les discriminacions que poden incloure les accions o projectes, a curt o llarg termini, en relació amb determinades persones o col·lectius.

Continguts

1. Els valors intangibles: definició i implicacions en la gestió de les organitzacions.

-¿Què són els valors intangibles?

-Identitat Corporativa. Visió, missió, valors i propòsit.

-Cultura Corporativa.

-Reputació corporativa.

-RSC

2. Comunicació corporativa: aproximació epistemològica i històrica.

-Definició i delimitacions del concepte de comunicació corporativa.

-Contextualització: evolució històrica del concepte de comunicació corporativa.

-Teoria dels stakeholders. Tipus de públics i les seves implicacions en la gestió de les organitzacions.

-Contribucions de la comunicació a les organitzacions.

3. La gestió de la comunicació corporativa.

-Què entenem per gestió de la comunicació?

-Models de gestió de la comunicació.

-La Direcció de Comunicació: estructura departamental.

-Tipologies de comunicació: externa i interna. Eines i canals.

-L'especificitat de la gestió de la comunicació en situacions de crisi.

4. El perfil del gestor de la comunicació corporativa: el/la Dircom.

-Origen del Dircom.

-Definició de Dircom: dependència estructural.

-Funcions o Responsabilitats del Dircom.

-Característiques demogràfiques, àmbits d'actuació, competències i habilitats.

-Tendències a futur.

5. La planificació estratègica de la comunicació.

-Concepte d'estratègia.

-Dimensions del concepte d'estratègia.

-¿Què entenem per planificació estratègica?

-Etapas del procés de planificació estratègica.

-El PEC: característiques i apartats.

-Altres plans estratègics de comunicació: interna i crisi.

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.

Metodologia

Exposició detallada dels continguts teòrics del temari, especialment de tots els conceptes que s'imparteixen en aquesta matèria. D'aquesta manera l'alumnat disposarà d'una base teòrica que li permetrà realitzar, a posteriori, les activitats d'aprenentatge planificades. Respecte a les sessions pràctiques, la classe es dividirà en subgrups per poder fer un treball més personalitzat amb els tutors de pràctiques. En aquestes sessions de pràctiques, es realitzaran exercicis en grup, plantejats a classe, directament relacionats amb els temes concrets segons es vagin impartint. 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 tractada. Com a colofó a l'assignatura l'alumnat realitzarà una pràctica final basada en l'estudi d'una experiència real de planificació de la comunicació en una empresa/institució. Aquest treball final es farà també en grup (amb el mateix grup format a les sessions pràctiques). D'aquesta manera l'alumnat contrastarà en la praxis el coneixement teòric explicat a classe.

L'alumnat disposarà al campus virtual de links de contingut complementari per a cada bloc temàtic. Aquests materials hauran de ser llegits i revisats amb antelació tant per fer les pràctiques com preparar-se 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.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions expositives i pràctiques	48	1,92	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Tipus: Supervisades			
tutories individuals i en grup	14	0,56	3, 6, 7, 9, 11, 12, 15, 24
Tipus: Autònomes			
Treballs, pràctiques i lectures	82,75	3,31	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 22, 23, 24, 25

Avaluació

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

A) 30% Control de coneixement: prova teòrica final. La prova teòrica haurà d'estar aprovada (5 o més) per superar l'assignatura (condició indispensable).

B) 30% Realització i presentació dels exercicis pràctics. Les pràctiques es faran a l'aula i hauran de ser signades per tots els membres de l'equip.

C) 40% Realització de la pràctica final: pla estratègic de comunicació.

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

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 els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Recuperació

a) Segons normativa per poder participar al procés de recuperació, l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat almenys 2/3 del total d'activitats avaluables de l'assignatura.

b) Només es pot recuperar la teoria si l'alumne/a s'ha presentat a la prova teòrica fixada a l'avaluació i s'ha obtingut una nota inferior a 4,9. La prova de recuperació consistirà en una prova escrita d'avaluació de coneixements teòrics.

c) L'alumnat que hagi tret una D a una de les pràctiques ja sigui perquè ha suspès o perquè no l'hagi presentat (sempre que sigui per raons acreditades o acceptables per l'equip docent) tindrà opció a 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 i hora a determinar).

d) El treball final de l'assignatura (40%) és un treball avaluable que no es podrà recuperar en cas de suspendre'l. La raó és perquè fer un treball d'aquesta característiques resulta pràcticament impossible de fer amb el temps del que disposem a la recuperació.

En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una única prova de síntesi que consistirà en fer una prova teòrica (50%) i un treball pràctic (50%). La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

IMPORTANT

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

PLAGI

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	30%	1,25	0,05	3, 6, 7, 9, 11, 12, 15, 24
Pràctiques	30%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25
Treball Final en grup	40%	2	0,08	1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 23, 24

Bibliografia

Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación. Método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Barcelona: UOC.

Benavides, J. et al. (2001). *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Costa, J (2018). *Dircom, el ejecutivo estratega global*. Barcelona: CPC Editor.

Enrique, A. M. y Morales, F. (2015) *Somos Estrategas*. Barcelona: Gedisa.

Garrido, F. (2004). *Comunicación estratégica*. Barcelona: Gestión 2000.

Losada, J.C. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Ariel.

Romero-Rodríguez, L.M. (2020). *Manual de gestión de la comunicación corporativa*. Madrid: Tecnos.

Programari

Word, Power Point y Excel.