



GUÍA DOCENTE 2013-2014

Comunicación Interna y Externa de las Organizaciones

1. Denominación de la asignatura:

Comunicación Interna y Externa de las Organizaciones

Titulación

MBA

Código

7087

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

MARKETING

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Economía y Administración de Empresas

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Eduardo Escudero eescudero@ubu.es Despacho 2056 Tel. 947 258 967

4.b Coordinador de la asignatura

EDUARDO ESCUDERO

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

2º Curso, 1er Semestre.



6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

4

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

G1 Liderazgo en la comunicación interna y externa de las organizaciones
G2 Aprendizaje continuo de las habilidades de comunicación en la organización y tendencias actuales
G3 Apreciación del entorno político, social, tecnológico y económico en la comunicación externa e interna
G4 Aplicación holística de las técnicas de comunicación del marketing experiencial
G6 Habilidades interpersonales de la comunicación en diferentes medios y niveles de la organización
G7 Habilidades interpersonales de comunicación con los medios, la organización y el entorno externo

E1 Asimilación de conceptos y valores fundamentales de la comunicación interna y externa
E3 Teoría de la organización y la comunicación a través del tiempo
E4 La función de comunicación como herramienta de apoyo a la estrategia y la operativa; Marketing y Recursos Humanos
E5 Herramientas de investigación orientadas a la comunicación transaccional y relacional
E7 Capacidad de respuesta ante crisis y condiciones complejas. Gestión de la reputación.
E 8 Política y estrategia de la empresa en comunicación interna y externa
E9 Comunicación del Liderazgo y el emprendizaje
E 10 Comunicación en redes sociales e internet
E11 Implicaciones de la globalización y la sostenibilidad en la comunicación organizacional
E12 Dimensión internacional y multicultural de la comunicación en las organizaciones



9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes
Entender el papel actual del Dto. de Comunicación en las organizaciones y conocer sus relaciones con las diferentes área y departamentos, especialmente con Dirección, Marketing y Recursos Humanos. Familiarizar al alumno con las herramientas de comunicación empleadas hoy en día en las organizaciones al objeto de determinar el alcance del mensaje-público-flujo de comunicación deseado. Capacitar al alumno para desarrollar el Plan de Comunicación Integral de su plan de empresa, delimitando sus objetivos, operativa y recursos en la comunicación interna y externa de la organización.
9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 1. Comunicación Organizacional 1.1. La función de comunicación 1.2. Teoría de las Organizaciones 1.3. Modelos de Comunicación 2. Identidad, Imagen y Reputación 2.1. Identidad 2.2. Imagen y Posicionamiento 2.3. Cultura de la Organización y Reputación 3. La Planificación de la Comunicación 3.1. Organización de la Comunicación 3.2. Definición de la Estrategia de Comunicación 3.3. Diseño y Gestión del Plan de Comunicación COMUNICACIÓN INTERNA 4. La Comunicación Interna en la Organización 4.1. La Función Interna de Comunicación 4.2. Planificación de la Comunicación Interna 4.3. Herramientas de Gestión y Evaluación



COMUNICACIÓN EXTERNA

5. Herramientas de Marketing

- 5.1. La Organización como marca
- 5.2. Transacciones Relacionales

6. Herramientas de Comunicación Organizacional

- 6.1. Venta, promoción y publicidad
- 6.2. Relaciones Públicas
- 6.3. Gestión de la influencia y Lobbying

7. Herramientas de la Red

- 7.1. La Web 2.0
- 7.2. Redes Sociales
- 7.3. Nuevas tendencias de la comunicación

8. Públicos de las Organizaciones

- 8.1. Caracterización y segmentación
- 8.2. Gestión de públicos internos, externos y mixtos

9. Gestión de Crisis

- 9.1. Tipos de crisis
- 9.2. Comunicación Preventiva
- 9.3. Evaluación de Riesgos

9.3- Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Miguel Túñez López, (2012) La Gestión de la Comunicación en las Organizaciones, segunda edición, Comunicación Social Ediciones, 8492860936,

Teresa Pintado Blanco y Joaquín Sanchez Herrera (Coordinadores), (2012) Nuevas Tendencias en Comunicación, Segunda Edición, ESIC, Madrid, 978-84-7356-812-8,

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Thierry Libeart, (2005) El Plan de Comunicación Organizacional, Editorial Limusa, S.A, México DF, 968-18-6378-X, Biblioteca General UBU, (Ref; GE012LIBpla)

Tom Nash (Editor), (1999) Reputation Management, AIG Institute of Directors, London, 0 7494 3030 3, Ref. Biblioteca General UBU; GE012REP,



10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Evaluación continua del aprendizaje en clase con casos resueltos de manera individual y en grupo, así como pruebas prácticas y teóricas con presentación de un trabajo final.

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Clases Teóricas	G1, G2, G3, G4, G6, E3, E6, E7, E8, E9, E10, E11	10	10	20
Resolución de casos Prácticos	G1, G2, G3, G4, G6, G7, E3, E6, E7, E9, E10, E11	18	30	48
Presentación de un Proyecto final	G1, G2, G3, G4, G6, G7, E3, E6, E7, E9, E10, E11	1	15	16
Tutorías	G1, G2, G3, G4, G6, E3, E6, E7, E8, E9, E10, E11	2	4	6
Pruebas de Evaluación Teórica y Práctica	G1, G2, G3, G4, G6, E3, E6, E7, E8, E9, E10, E11	2	8	10
Total		33	67	100

11. Sistemas de evaluación:

Evaluación continua, resolución de casos y trabajos con exámenes de medición de conocimientos teóricos y prácticos

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Participación Activa en Clase	20 %	0 %
Presentación de Trabajo final de aplicación a un caso	30 %	30 %
Prueba Teórica, Examen	20 %	30 %
Prueba Práctica, Examen	30 %	40 %
Total	100 %	100 %



Evaluación excepcional:

Trabajo sobre revisión bibliográfica 40%, trabajo de aplicación a un proyecto de aplicación práctica 40% y revisión de los apuntes de clase 20%.

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Presentaciones del Profesor
Bibliografía básica y avanzada
Recursos Multimedia disponibles en UBU-Virtual y otras plataformas de acceso libre.
Tutorías Individuales y de grupo

13. Calendarios y horarios:

Primer Semestre, según lo dispuesto en la web del curso MBA

14. Idioma en que se imparte:

Español, con algunos recursos en inglés.