



GUÍA DOCENTE 2016-2017
Comunicación Interna y Externa

1. Denominación de la asignatura:

Comunicación Interna y Externa

Titulación

MBA

Código

7609

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

Liderazgo Estratégico y Marco Internacional

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) :

Carlos Alonso de Linaje cagarcia@ubu.es Despacho 20321, teléfono 947259036

4.b Coordinador de la asignatura

CARLOS ALONSO DE LINAJE GARCÍA

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

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. Comprensión y aplicación del liderazgo estratégico para transformar organizaciones. Creatividad, rigor intelectual, independencia e iniciativa personal y profesional para proponer y emprender proyectos. Independencia y capacidad de actuar de forma autónoma

G2 - Aprendizaje continuo. Integración de nuevos conocimientos con la experiencia y el aprendizaje previo. Capacidad de integrar experiencia profesional previa y los conocimientos adquiridos de forma autodirigida y autónoma para la resolución de situaciones complejas.

G3 - Apreciación del entorno. Comprensión de las organizaciones y del contexto en el que operan. Comprender y tener experiencia sobre nuevos contextos, culturas diversas, cuestiones de naturaleza global y entornos cambiantes. Capacidad de aplicar capacidades estratégicas avanzadas en contextos nuevos, cambiantes, globalizados o multidisciplinares.

G4 - Capacidad de pensamiento holístico. Capacidad de reflexión a partir de la integración de aprendizajes en diferentes áreas para saber abordar situaciones complejas de manera holística.

G5 - Habilidades interpersonales. Habilidades interpersonales que permitan interactuar y encontrar la complementariedad con grupos e individuos en todos los niveles y con experiencias culturales y disciplinares diversas. Capacidad para la organización, planificación y gestión de los recursos y el trabajo en equipo.

G6 - Compromiso ético y reflexión sobre la responsabilidad con la sociedad y el desarrollo sostenible, incluyendo aspectos como la igualdad entre mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad y la promoción de una cultura de paz y valores democráticos.

E1 Comprensión de las áreas funcionales de una organización y de sus interrelaciones

E3 Comprender el comportamiento organizativo, capacidad de gestionar personas y de comunicación interpersonal

E7 Capacidad para responder y gestionar los cambios

E8 Diseñar e implementar la política y estrategia de la empresa

E9 Comprensión de la importancia de la creatividad, la innovación y los negocios en red para la dirección estratégica de 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
Presentación de contenidos por el profesor	G1, G2, G3, G4, G5, G6, E1, E3, E7, E8, E9	5	0	5
Presentación, discusión y resolución de estudios de caso por los alumnos y el profesor	G1, G2, G3, G4, G5, G6, E1, E3, E7, E8, E9	41	0	41
Tutorías individuales	G2, G3, G4, E3, E7	4	0	4



y en grupo				
Sesión de evaluación	G1, G2, G3, G4, G5, G6, E1, E3, E7, E8, E9	3	0	3
Estudio contenidos teóricos previos a la presentación del profesor	G2, G3, E1, E3, E9	0	20	20
Estudio autónomo o en grupos de contenidos teóricos	G1, G2, G3, G4, G5, G6, E1, E3, E7, E8, E9	0	12	12
Preparación individual y en grupo de estudios de caso	G1, G2, G3, G4, G5, G6, E1, E3, E7, E8, E9	0	15	15
Total		53	47	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 el proceso de aprendizaje	20 %	20 %
Elaboración y presentación de estudios de caso y otros trabajos de curso	40 %	40 %
Pruebas finales de adquisición de competencias. Dentro de las pruebas finales, la comprensión de la dimensión internacional de los negocios tiene un peso del 10%.	40 %	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:

Según lo dispuesto en la web del curso MBA

14. Idioma en que se imparte:

Español, con algunos recursos en inglés.