



GUÍA DOCENTE 2018-2019
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 (Despacho: 2031, email: cagarcia@ubu.es, teléfono: 947259036) y Nadia Jiménez (Despacho: 2041; email: nhjimenez@ubu.es; teléfono: 947258950)

4.b Coordinador de la asignatura

Nadia Huitzilín Jiménez Torres

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
Esta asignatura pretende ofrecer al alumno instrumentos y estrategias para poder comunicar con sus públicos internos y externos a la empresa desde un punto de vista de marketing relacional (relaciones públicas y marketing interno especialmente). El objetivo final es que dotar a la empresa de una comunicación corporativa e interna eficaces que establezcan flujos de información bidireccionales fuera y dentro de la empresa.
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,

Túñez, M., & Sanjuán Pérez, A., (2007) Comunicación preventiva : planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis, Netbiblo,

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

Exposiciones teóricas, discusión de casos por grupos, presentación de trabajos y pruebas orales y escritas.

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	G1, G2, G3, G4, G5, G6, E1, E3, E7, E8, E9	41	0	41



por los alumnos y el profesor				
Tutorías individuales y en grupo	G2, G3, G4, E3, E7	4	0	4
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:

Para superar el procedimiento Examen Final Teórico tipo test y Examen Final Práctico será necesario obtener una calificación mínima del 30% en cada uno de ellos. En la segunda convocatoria sólo son susceptibles de recuperación las pruebas Examen final teórico y Examen Final práctico. Este criterio se establece en base a la filosofía subyacente en la metodología de evaluación continua que supone una asistencia regular a clase y un trabajo continuado a lo largo del curso.

El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el supuesto de que los calendarios académicos de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Participación activa en el proceso de aprendizaje dando respuesta a los casos planteados en el aula	20 %	20 %
Elaboración y presentación de trabajos en el curso	40 %	40 %
Examen Final teórico	25 %	25 %
Examen Final práctico	15 %	15 %



Total	100 %	100 %
--------------	--------------	--------------

Evaluación excepcional:

En el sistema de Evaluación Excepcional se exigirá la realización y /o entrega de trabajos como en el sistema ordinario, para garantizar la adquisición de determinadas competencias, y la presentación a las pruebas de contenido que se establezcan. El alumno/a habrá de solicitar este tipo de evaluación dentro de los plazos previstos en el Reglamento de Evaluación de la Universidad de Burgos (Art. 9).

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Presentaciones de clase, bibliografía y artículos, tutoría presencial y virtual, plataforma del máster y externas y conferencias y actividades del master.

13. Calendarios y horarios:

De acuerdo a lo publicado en la página web del título.

14. Idioma en que se imparte:

Español, con algunos recursos en inglés.