

GUÍA DOCENTE

DIRECCIÓN DE LA COMUNICACIÓN
CORPORATIVA / CORPORATE
COMMUNICATION MANAGEMENT

Dirección De La Comunicación Corporativa / Corporate Communication Management

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 4; Semestre 8
Modalidad		Presencial y Virtual / Classroom and Virtual
Idioma		Español e Inglés / Spanish and English
Contenidos		• La Dirección de Comunicación Corporativa. • Personalidad corporativa: Identidad, Marca e Imagen. • Comunicación corporativa. • El Dircom Responsabilidades, funcionalidades y perfiles. • La Comunicación Estratégica. • El Plan de Comunicación digital. • La comunicación en momentos trascendentes: Plan de crisis. ---- • Corporate Communication Management. • Corporate Personality: Identity, Brand and Image. • Corporate Communication. • The Dircom Responsibilities, functions and profiles. • Strategic Communication. • Digital Communication Plan. • Communication in transcendent moments: Crisis plan.
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC01 Identificar tendencias en el sector de los medios de comunicación para su aplicación en la estrategia de marketing y comunicación . To identify trends in the media sector for application in marketing and communication strategy. CC03 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio del sector del marketing y la comunicación. / To understand the basic tools for information management in the business and corporate context of marketing and communication. CC04 Conocer técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto multicultural empresarial y de negocio especializados en marketing y comunicación. / To acquire knowledge of people management techniques, leadership, and negotiation in the multicultural business and corporate context specialized in marketing and communication. CC05 Conocer herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales de organizaciones del ámbito del marketing y la comunicación. / To learn tools for the development of innovative and distinctive entrepreneurship projects in the field of marketing and communication organizations.
	Habilidades y destrezas	HD01 Aplicar las teorías de la comunicación a las estrategias de marketing y comunicación de una empresa Applying communication theories to the marketing and communication strategies of a company

		HD04 Desarrollar estrategias de marketing y publicidad digitales coherentes con el posicionamiento de organizaciones del ámbito del Marketing y Comunicación. / Develop digital marketing and advertising strategies consistent with the positioning of marketing and communication organizations. HD08 Diseñar un plan de medios diferencial y adaptado a los objetivos publicitarios de una organización. Design a differential media plan tailored to the advertising objectives of an organization HD09 Crear tácticas para la mejora de la imagen e identidad corporativas. Develop tactics for enhancing corporate image and identity.
	Competencias	CP01 Definir estrategias de gestión de ventas y comunicación comercial basadas en las características y objetivos comerciales de una organización. Define sales management and commercial communication strategies based on the characteristics and commercial objectives of an organization CP02 Desarrollar un plan de comunicación corporativa integral basado en los objetivos de una organización. Develop a comprehensive corporate communication plan based on the objectives of an organization CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio del área del marketing y la comunicación con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions in the marketing and communication area with a perspective of global corporate strategy. CP07 Diseñar un evento corporativo teniendo en cuenta el protocolo empresarial y la imagen institucional. Design a corporate event considering business protocol and institutional image CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del marketing y la comunicación. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing marketing and communication contexts. CP13 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del marketing y la comunicación en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international marketing and communication environments based on the recognition and respect for diversity. CP14 Actuar en el área del marketing y la comunicación de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad. / Act in the area of marketing and communication in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity.

Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas / Participatory learning	28	
	Seminarios / Seminars	2	
	Clases prácticas / Practical lessons	28	
	Tutorías / Tutorials	12	
	Trabajo autónomo / Autonomous work	76	
	Prueba de evaluación final / Final evaluation test	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
	Resolución problemas / Problem resolution	10	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
	Total	70	120
Observaciones			
Modalidad Virtual	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas	13	
	Seminarios	2	
	Clases prácticas	13	
	Actividades Dirigidas Asíncronas	30	
	Tutorías	12	
	Trabajo autónomo	76	
	Prueba de evaluación final	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen	50	50
	Resolución problemas	10	30
	Estudio casos - Proyectos	10	30
	Otras actividades de evaluación continua	0	10
	Total	70	120
Observaciones			