



Centro adscrito a



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Comunicación Corporativa

Modalidad: Presencial – A distancia

**Grado en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales**

Comunicación Corporativa

| CURSO | MÓDULO | MATERIA | CARÁCTER | SEMESTRE | CRÉDITOS |
|-------|----------------------------|----------------------------|-------------|----------|----------|
| 3º | Relaciones institucionales | Comunicación institucional | Obligatoria | Segundo | 6 ECTS |

Titulación: Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales

Centro: IMEP en C/Arzobispo Loaces, 3 (Alicante)

Idioma: Castellano

Horario de atención a los alumnos: Martes de 18:00 h a 20:00 h (previa solicitud de cita vía email).

1. Profesorado

Jesús Mula Grau: jesus.mula@protocoloimep.com

| Horario | Salidas académicas/ Visitas al centro | Exámenes |
|----------------------------|---|---|
| Martes De 10 a 14 horas | Salida: A departamentos de Comunicación de empresas de Elche Parque Empresarial Fecha: Semana entre 12 y 14 de clase | Ordinaria presencial 11 de junio 2024 de 10 a 12 horas |
| | Visita: Responsable de comunicación por determinar Fecha: Semana entre 10 y 14 de clase | Ordinaria a distancia 30 de mayo 2024 de 10 a 12 horas |
| | Visita: Responsable de comunicación por determinar Fecha: Semana entre 10 y 14 de clase | Extraordinaria presencial 3 de septiembre 2024 de 12 a 14 horas Extraordinaria a distancia 3 de septiembre 2024 de 12 a 14 horas |

Recomendaciones para la asignatura

- Es altamente recomendable traer un ordenador a clase
- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda lo antes posible para que el alumno pueda planificar su trabajo de la manera más adecuada.
- Revisar la bibliografía básica y prestar atención a las recomendaciones del profesor en general y sobre materiales complementarios.
- Cumplir escrupulosamente los plazos de entrega. Las prácticas en esta asignatura están planteadas de manera secuencial, de modo que es importante mantener el ritmo de trabajo que plantea el profesor.

En la Modalidad a Distancia, además:

- Leer previamente el contenido teórico y práctico publicado en la plataforma virtual antes de la visualización de las diferentes píldoras formativas y blackboards.
- Remitir vía e-mail las posibles dudas que puedan surgir tras la lectura del temario o prácticas, para que puedan ser resueltas a través del correo electrónico, foros o vía blackboards.
- Visualizar las píldoras formativas del campus virtual para una mejor comprensión y asimilación del contenido.

2. Descripción de la asignatura

La asignatura consiste, principalmente, en la elaboración y manejo eficiente de un Plan de Comunicación por parte del estudiante de cara a su incorporación en el mercado laboral. Así mismo, se le adentra en el contexto del funcionamiento de los medios de comunicación de masas, de los gabinetes de comunicación, en la relación con los mass media y las rutinas de una persona encargada o que trabaje en dirección de comunicación de entidades públicas y privadas. Durante el curso se estudiarán las herramientas necesarias para cumplir con los distintos objetivos con el apoyo de profesionales de los medios de comunicación y responsables de la imagen corporativa tanto de empresas privadas como de instituciones públicas.

3. Competencias básicas, generales y específicas

a. Competencias básicas y generales

CG2 - Capacidad para el liderazgo y la negociación – Exclusivamente grupo presencial

CG5 - Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales.

CG6 - Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos comunicativos.

CG8 - Capacidad para la evaluación, optimización y confrontación de criterios para la toma de decisiones.

CG9 - Capacidad de comunicación en lenguajes formales, gráficos y simbólicos y mediante la expresión oral y escrita.

b. Competencias específicas

CE3 - Capacidad de desarrollar estrategias de marketing y comunicación que favorezcan las relaciones institucionales y la organización de eventos.

CE6 - Capacidad para mejorar las habilidades y recursos profesionales dirigidos al desarrollo e innovación de las corporaciones públicas y privadas.

4. Contenidos

Clases teóricas

TEORÍA

TEMA 1 Áreas de actuación de la comunicación y las relaciones públicas:

1. Área de actuación: comunicación interna/externa.
2. Del análisis Pestel al Dafo para comunicar.
3. Tendencias de futuro y los nuevos desafíos de la comunicación.

TEMA 2 Cualidades y competencias del profesional de la Comunicación y RRPP:

1. Habilidades y responsabilidades del profesional
2. El poder de la imagen corporativa. La marca.

3. Relaciones públicas como proceso.
4. Identidad y consolidación de la marca.

TEMA 3 Planificación en Comunicación:

1. Comunicación estratégica.
2. Dirección en comunicación.
3. El Plan de Comunicación.

TEMA 4 Públicos y estrategia:

1. Públicos: definición y estrategias.
2. Tipos de segmentación.
3. Marketing, de lo racional a lo emocional.

TEMA 5 Comunicación de crisis:

1. Conceptos fundamentales.
2. Estrategias y herramientas de comunicación de crisis.
3. Ética y valores en la comunicación de crisis.

Clases prácticas

Durante las semanas de docencia se realizará, dentro de lo posible, una parte práctica para asentar conceptos y avanzar en los propósitos de la asignatura. Para ello es posible que en cada clase semanal se lleve a cabo un trabajo individual o de grupo, a exponer en el aula, y puntuable para lograr la mejor calificación posible, que estará relacionado con la materia dada por el tutor o bien por la participación de algún invitado presencial, por videoconferencia o visita a una entidad. También se llevará a cabo un Plan de Comunicación final (trabajo final de asignatura), conformado a partir de las distintas prácticas que se encarguen durante el curso y que se enviará al profesor al final del mismo.

En este sentido se realizarán actividades/prácticas/ejercicios/exposiciones, que pueden durar una semana o dos y que tengan que ver con: gabinetes de comunicación, imagen corporativa, plan de comunicación, gestión de la información, gabinete de crisis y relaciones con los medios

PRÁCTICA

Tema 1. Prácticas relacionadas con gabinetes de comunicación, enfocadas a tareas propias de organización interna y externa

Tema 2. Prácticas relacionadas con imagen corporativa, pensando en la proyección exterior y potenciación del mensaje

Tema 3. Prácticas relacionadas con gestión de la información

Tema 4. Prácticas relacionadas con Plan de Comunicación, elaboración de al menos un plan completo.

Tema 5. Prácticas relacionadas con Plan de Comunicación (continuación) y saber reaccionar ante situaciones de crisis

5. Metodología

Presencial

Clases Teóricas

La metodología empleada para esta asignatura será de sesiones presenciales en las que se combinarán exposiciones teóricas, participación de profesionales externos mediante visitas al centro o por videoconferencia. Todo ello, con la finalidad de promover dinámicas de participación. Igualmente, se fomentará el aprendizaje autónomo a través de la investigación y el trabajo individual mediante técnicas que potencien la creatividad, la participación y el interés por los diferentes temas tratados.

Serán sesiones de docencia presenciales de 4 horas de duración (con un descanso de entre 20-30 minutos) de carácter obligatorio, unida a la búsqueda activa de información por parte de los alumnos.

Clases Prácticas

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados por el profesor mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

Estas sesiones se completarán con exposiciones del alumnado, ejercicios prácticos que se entregarán en los plazos que se establezcan (normalmente cada semana o cada dos semanas) y dinámicas dialógicas en las que participen periódicamente los estudiantes de forma individual y/o grupal. La participación y la actitud en clase también se valora y contribuye a la nota. El alumnado tendrá acceso a los contenidos teóricos antes de las clases.

El alumnado podrá solicitar las tutorías que estime oportunas por e-mail al profesor.

El profesor mantendrá contacto continuo y directo con los alumnos a través del correo electrónico, aula virtual (foros y mensajes) y la plataforma virtual de IMEP.

A distancia

Clases Teóricas

El profesor facilitará previamente cada semana el contenido correspondiente. De esta manera el alumno podrá realizar una lectura general del mismo para después iniciar el proceso de comprensión y memorización de los contenidos. Esta técnica de estudio se refuerza con la realización de píldoras audiovisuales formativas por parte del docente, que apoyen la correcta asimilación de contenidos y, sobre todo, con las blackboards, que serán como mínimo de 8.

La metodología empleada en la modalidad a distancia se basa en sesiones online de contenido teórico junto a la búsqueda activa de información por parte de los alumnos. Por otro lado, los estudiantes deberán realizar distintas actividades prácticas que entregarán en los plazos establecidos, normalmente una práctica cada semana o cada dos semanas.

- **Lección 0:** Presentación.
- **Lección 1:** Áreas de actuación de la comunicación y las relaciones pública
- **Lección 2:** Tendencias de futuro y los nuevos desafíos de la comunicación.
- **Lección 3:** Cualidades y competencias del profesional de la Comunicación y RRPP.
- **Lección 4:** Planificación en Comunicación.
- **Lección 5:** Dirección en comunicación.
- **Lección 6:** El Plan de Comunicación.
- **Lección 7:** Tipos de segmentación.
- **Lección 8:** Comunicación de crisis.
- **Lección 9:** Estrategias y herramientas.

Además, se realizarán al menos 8 blackboards para la resolución de dudas y exposición teórica de contenidos que como mínimo, tratarán los siguientes puntos:

- | | |
|--|-------------------|
| • Blackboard 1: Presentación y explicación de la asignatura. | • 6 febrero 2024 |
| • Blackboard 2: Tema 1 | • 13 febrero 2024 |
| • Blackboard 3: Temas 2 | • 20 febrero 2024 |
| • Blackboard 4: Tema 3 | • 5 marzo 2024 |
| • Blackboard 5: Temas 3 | • 19 marzo 2024 |
| • Blackboard 6: Tema 4 | • 9 abril 2024 |
| • Blackboard 7: Temas 4 y 5 | • 23 abril 2024 |
| | • 7 mayo 2024 |
| | • 21 mayo 2024 |

- Blackboard 8: Tema 5.
- Blackboard 9: Resolución de dudas y de evaluación.

El horario de las blackboard será los martes de 15 a 16 horas y, atención, este calendario puede estar sujeto a cambios durante el curso, los cuales se avisarán al estudiantado con tiempo suficiente y a través del foro de la asignatura:

Clases prácticas

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales adquiridos. Se realizan actividades de blackboard entre el docente y el alumnado a distancia con el fin de resolver dudas, exponer contenidos teóricos resumidos con las ideas principales o realizar juntos ejercicios prácticos. Serán como mínimo ocho sesiones con el fin de resolver dudas y realizar juntos ejercicios prácticos.

El alumnado podrá solicitar las tutorías que estime oportunas por e-mail al profesor.

El profesor mantendrá contacto continuo y directo con los alumnos a través del correo electrónico, aula virtual (foros y mensajes) y la plataforma virtual de IMEP.

Las clases de blackboard se realizarán en principio los martes de 15 a 16 horas, aunque se podrá intentar llegar a un acuerdo con la mayoría del alumnado si es necesario buscar alternativas. Por lo general se celebrarán en directo una cada dos semanas, con un mínimo de ocho sesiones que quedarán grabadas para los que no puedan conectarse en ese momento.

6. Atención a la diversidad

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- ≠ Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- ≠ Cooperación y ayuda entre el alumnado y el docente con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- ≠ Promover la puesta en común de experiencias y vivencias.
- ≠ Facilitar la interacción comunicativa entre el alumnado a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

7. Resultados de aprendizaje

Los alumnos de la asignatura Comunicación Corporativa conseguirán los siguientes resultados de aprendizaje:

- Adquirir las competencias básicas necesarias para gestionar una correcta comunicación integral de marcas e instituciones.
- Reconocer las principales variables que son necesarias para ejecutar correctamente un plan de comunicación.
- Contextualizar y comprender la teoría de la Comunicación Corporativa.
- Plantear el diseño de comunicación más apropiado según los intereses y objetivos de la entidad u organización que lo requiera.
- Desarrollar las capacidades propias de un DIRCOM para la correcta ejecución, gestión y organización del trabajo.

8. Sistema de evaluación

Presencial

Convocatoria Ordinaria – Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y/o casos prácticos en clase, previo estudio individual por parte del alumno. También podría establecerse la posibilidad de generar trabajos en grupo. La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Pruebas escritas individuales: 50%.
- Trabajos obligatorios: 40%.
- Participación activa: 10%.

El examen final (pruebas escritas individuales) consistirá en un ejercicio práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación. Los trabajos obligatorios serán las tareas que se encarguen y realicen dentro y fuera del aula. Y la participación activa se refiere al nivel de participación en clase y asistencia a seminarios o visitas (10%)

Para aprobar habrá que puntuar en los tres apartados.

El discente de continua se examinará en septiembre de la parte o partes que haya suspendido.

Convocatoria Ordinaria – Evaluación No Continua

La nota final del curso tendrá en cuenta el examen final (50%) que consistirá en un examen práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación y, por otra parte, el envío antes del 31 de mayo del curso en vigor de dos Planes de Comunicación de no más de seis folios cada uno (50% de la nota).

Las partes teórica y práctica se consideran aprobadas a partir de 5 puntos sobre 10. Se realizará la media de los ejercicios siempre que estén aprobados con una nota mínima de un 5.

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación Continua

La nota final del curso tendrá en cuenta el examen final (50%) que consistirá en un examen práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación y, por otra parte, el envío de dos Planes de Comunicación de no más de seis folios cada uno (50% de la nota) distintos a los que se pudieran haber presentado durante el curso. Para los que tengan que presentarse a septiembre, se les guardará la nota en caso de que solo hayan aprobado una de las partes. En caso de suspender la parte de la entrega de los Planes de Comunicación, se entregarán como límite el día 3 de septiembre del curso en vigor otros dos distintos a los que presentaron antes de junio y resultaron suspendidos.

Las partes teórica y práctica se consideran aprobadas a partir de 5 puntos sobre 10. Se realizará la media de los ejercicios siempre que estén aprobados con una nota mínima de un 5.

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación No Continua

La nota final del curso tendrá en cuenta el examen final (50%) que consistirá en un examen práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación y, por otra parte, el envío antes del 3 de septiembre del curso en vigor de dos Planes de Comunicación de no más de seis folios cada uno (50% de la nota). Para los que se presentan en septiembre, se les guardará la nota en caso de que solo hayan aprobado una de las partes. Los dos Planes de Comunicación deben ser distintos a los que, si es el caso, se presentaron antes de junio y resultaron suspendidos.

Las partes teórica y práctica se consideran aprobada a partir de 5 puntos sobre 10. Se realizará la media de los ejercicios siempre que estén aprobados con una nota mínima de un 5.

Común para todos los tipos de evaluaciones:

PÉRDIDA DEL DERECHO DE EVALUACIÓN CONTINUA:

Perderá el derecho a la evaluación continua, todo aquel alumno/a que tenga 4 faltas (no justificadas).

El alumno/a superará la asignatura cuando la media ponderada sea igual o superior a 5 puntos y se hayan superado todas las partes que componen el sistema de evaluación.

En caso de que no se supere la asignatura en la convocatoria extraordinaria, no contarán las partes aprobadas para sucesivos cursos académicos.

Talleres, seminarios y prácticas:

- Las entregas de los ejercicios se realizarán a través de la misma plataforma o a través del mail oficial de IMEP según los casos. En caso de que alguna tarea no se entregue en tiempo y forma, o se entregue fuera de plazo, no será evaluada y se obtendrá la calificación de 0 en esa tarea específica.
- Las faltas de ortografía en los trabajos y el no cumplimiento con las normas de estilo propuestas, serán aspectos penalizados en las calificaciones (entre un 5% y un 15% menos). Además, el plagio total o parcial, así como el uso de la inteligencia artificial, conllevará la sanción correspondiente por parte del centro educativo y la pérdida de la convocatoria correspondiente.

A distancia

Convocatoria Ordinaria- Evaluación Continua

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y casos prácticos previo estudio individual por parte del alumno. La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- Pruebas escritas individuales: 50%.
- Trabajos obligatorios: 40%.
- Participación activa: 10%.

El examen final (pruebas escritas individuales) consistirá en un ejercicio práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación. Los trabajos obligatorios serán las tareas que se encarguen. La participación activa online, consultas y dudas a través de Blackboard, foros, mail... etc representan el 10% restante.

El discente de continua se examinará en septiembre de la parte o partes que haya suspendido.

Convocatoria Ordinaria – Evaluación No Continua

La nota final del curso tendrá en cuenta el examen final (50%) que consistirá en un examen práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación y, por otra parte, el envío antes del 31 de mayo del curso en vigor de dos Planes de Comunicación de no más de seis folios cada uno (50% de la nota).

Las partes teórica y práctica se consideran aprobadas a partir de 5 puntos sobre 10. Se realizará la media de los ejercicios siempre que estén aprobados con una nota mínima de un 5.

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación Continua

La nota final del curso tendrá en cuenta el examen final (50%) que consistirá en un examen práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación y, por otra parte, el envío antes del 31 de mayo del curso en vigor de dos Planes de Comunicación de no más de seis folios cada uno (50% de la nota). Para los que tengan que presentarse a septiembre, se les guardará la nota en caso de que solo hayan aprobado una de las partes en junio. En caso de suspender la parte de la entrega de los Planes de Comunicación en junio, si fuera el caso, se entregarán como límite el día 3 de septiembre otros dos distintos a los presentados y suspendidos.

Las partes teórica y práctica se consideran aprobadas a partir de 5 puntos sobre 10. Se realizará la media de los ejercicios siempre que estén aprobados con una nota mínima de un 5.

Convocatoria Extraordinaria – Evaluación No Continua

La nota final del curso tendrá en cuenta el examen final (50%) que consistirá en un examen práctico relacionado con el diseño de un Plan de Comunicación y, por otra parte, el envío antes del 31 de mayo del curso en vigor de dos Planes de Comunicación de no más de seis folios cada uno (50% de la nota). Para los que tengan que presentarse a septiembre de no continua, se les guardará la nota en caso de que solo hayan aprobado una de las partes. En caso de suspender la parte de la entrega de los Planes de Comunicación en junio, si fuera el caso, se entregarán antes del 3 de septiembre otros dos distintos a los presentados y suspendidos.

Las partes teórica y práctica se consideran aprobadas a partir de 5 puntos sobre 10. Se realizará la media de los ejercicios siempre que estén aprobados con una nota mínima de un 5.

9. Planificación de actividades de aprendizaje

Modalidad presencial

| TIPOS DE ACTIVIDADES | HORAS |
|---------------------------------------|-------|
| CLASES TEÓRICAS | 30 |
| CLASES PRÁCTICAS | 30 |
| SEMINARIOS | 10 |
| PREPARACIÓN CLASES TEORÍA | 13,33 |
| PREPARACIÓN TRABAJOS CLASES PRÁCTICA | 10 |
| TUTORÍAS | 3,33 |
| ESTUDIOS EXÁMENES | 10 |
| OTRAS ACTIVIDADES: TAREAS COMPARTIDAS | 15 |
| TRABAJOS EN GRUPO | 15 |
| OTRAS ACTIVIDADES | 13,33 |
| TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO | 150 |

Modalidad a distancia

| TIPOS DE ACTIVIDADES | HORAS |
|----------------------|-------|
| CLASES TEÓRICAS | 30 |

| | |
|---------------------------------------|-------|
| CLASES PRÁCTICAS | 30 |
| SEMINARIOS | 11,66 |
| PREPARACIÓN CLASES TEORÍA | 13,33 |
| PREPARACIÓN TRABAJOS CLASES PRÁCTICA | 13,33 |
| TUTORÍAS | 5 |
| ESTUDIOS EXÁMENES | 13,33 |
| OTRAS ACTIVIDADES: TAREAS COMPARTIDAS | 15 |
| TRABAJOS EN GRUPO | 6,66 |
| OTRAS ACTIVIDADES | 11,66 |
| TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO | 150 |

Cronograma

| Semanas | Tem a | Resultado del aprendizaje | Actividad práctica/metodología | Sistema de evaluación | Porcentaj e |
|---------|-------|---------------------------|---|-----------------------|-------------|
| 1 | 1 | 1,2,3,4,5 | Presentación de la asignatura. Dinámica de introducción a la asignatura. Debate o textos de prueba para conocer nivel del estudiantado. | Evaluación continua | 3,33% |
| 2 | 1 | 1,2,3,4,5 | TEMA 1 ÁREAS DE ACTUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RR PP (1. Tendencias de futuro y los nuevos desafíos de la comunicación) | Evaluación continua | 3,33% |

| | | | | | |
|---|---|-----------|---|---------------------|-------|
| 3 | 1 | 1,2,3,4,5 | TEMA 1 ÁREAS DE ACTUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS (2. Del análisis PESTEL al DAFO) | Evaluación continua | 3,33% |
| 4 | 1 | 1,2,3,4,5 | TEMA 1 ÁREAS DE ACTUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RR PP (3. Tendencias de futuro y los nuevos desafíos de la comunicación) | Evaluación continua | 3,33% |
| 5 | 2 | 1,2,3,4,5 | TEMA 2 CUALIDADES Y COMPETENCIAS DEL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RR PP (1.Habilidades y responsabilidades del profesional + Anexo: la rueda de prensa) | Evaluación continua | 3,33% |
| 6 | 2 | 1,2,3,4,5 | TEMA 2 Cualidades y competencias del profesional de la Comunicación y RRPP (2. La marca. Identidad y consolidación de la marca. El poder de la imagen corporativa) | Evaluación continua | 3,33% |
| 7 | 2 | 1,2,3,4,5 | TEMA 2 CUALIDADES Y COMPETENCIAS DEL PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN Y RR PP (3. Relaciones públicas como proceso + Los primeros tres pasos para hacer un Plan de Comunicación) | Evaluación continua | 3,33% |
| 8 | 3 | 1,2,3,4,5 | TEMA 3. Planificación en comunicación (1. Comunicación | Evaluación continua | 3,33% |

| | | | | | |
|----|---|-----------|---|---------------------|-------|
| | | | estratégica. Dirección en comunicación. Medios y plataformas) | | |
| 9 | 3 | 1,2,3,4,5 | TEMA 3 PLANIFICACIÓN EN COMUNICACIÓN (3.2 Dirección en comunicación + Plan de Comunicación: Objetivos) | Evaluación continua | 3,33% |
| 10 | 3 | 1,2,3,4,5 | TEMA 3 PLANIFICACIÓN EN LA COMUNICACIÓN (3.3 Plan de Comunicación: Mapa de Públicos y Estrategias de Comunicación) | Evaluación continua | 3,33% |
| 11 | 4 | 1,2,3,4,5 | TEMA 4 PÚBLICOS Y ESTRATEGIAS (4.1 Plan de Comunicación: Estrategias (y2), Técnicas, y Tácticas o Acciones de Comunicación + Calendario) | Evaluación continua | 3,33% |
| 12 | 4 | 1,2,3,4,5 | TEMA 4 PÚBLICOS Y ESTRATEGIAS (4.2 Plan de Comunicación: Mensajes, canales, soportes y medios) | Evaluación continua | 3,33% |
| 13 | 4 | 1,2,3,4,5 | TEMA 4 PÚBLICOS Y ESTRATEGIAS (4.3. Plan de Comunicación: presupuesto y métodos de control y evaluación) | Evaluación continua | 3,33% |
| 14 | 5 | 1,2,3,4,5 | TEMA 5 COMUNICACIÓN DE CRISIS. Conceptos fundamentales, estrategias, herramientas y ética y | Evaluación continua | 3,33% |

| | | | valores | | |
|----|-------|-----------|---|---------------------|-------|
| 15 | 1 a 5 | 1,2,3,4,5 | Nuevos contenidos extra, repaso de lo más importante aprendido en clase y exposición de trabajos finales de asignatura. Inteligencia Artificial. Exposiciones finales, entrega de portfolio final de actividades realizadas... | Evaluación continua | 3,33% |

Actividad extraordinaria

| Semanas | Tema | Resultado del aprendizaje | Actividad práctica/metodología | Sistema de evaluación | Porcentaje |
|---------|--------------|---------------------------|--------------------------------|-----------------------|------------|
| 16 | Examen final | 1,2,3,4,5,6,7 | Examen Final | Evaluación continua | 50% |

10. Bibliografía recomendada

Alvarado, M. T. O. (2006). Relaciones públicas y gestión de públicos en eventos: los principios rectores del ceremonial y el protocolo. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, 255-269. Enlace al artículo

Álvarez Nobell, A., Cecilia Capdevila, A., & Jobani, M. (2016). Comunicación Estratégica, Organización De Eventos Institucionales Y Ceremonial. IMPRENTA DIGITAL CÓRDOBA.

Báez, C. (2000). La comunicación efectiva. INTEC. Barcelona.

Balas Lara, M. (2012). La gestión de la comunicación en el Tercer Sector. Cómo mejorar la imagen de las ONG. ESIC.

Burgueño Muñoz, J. M. (2014). Comunicación institucional para periodistas. Manual práctico de comunicación y relaciones públicas. Editorial UOC, S.L.

Cabañas, C., & Soriano, A. (2016). Comunicar para transformar. Lid.

Canel, M. J. (2008). Comunicación de las instituciones públicas. Tecnos.

Capriotti, P. (1999). Planificación estratégica de la Imagen Corporativa. Ariel. Barcelona.

Capriotti, P. (2010). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Colección de Libros de Empresa.

Castillo Esparcia, A., & Smolak-Lozano, E. (2017). *Lobbies y think tanks. Comunicación política en la red*. Gedisa.

Cavaller Reyes, V. (2014). *Estrategias y gestión de la comunicación online y offline*. UOC.

Costa, J. (1977). *La imagen de empresa. Métodos de comunicación integral*. Ibérico.

Costa, J. (1987). *Señalética*. CEAC. Barcelona.

Costa, J. (1999a). *Imagen Pública, una ingeniería social*. Fundesco. Madrid.

Costa, J. (1999b). *La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Paidós. Barcelona.

Del Pozo Lite, M. (2015). *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones*. Eunsa.

Di Génova, A. (2010). *Ceremonial empresarial [recurso electrónico]: el ceremonial de relaciones públicas*. Europea de Ediciones.

Fernando Veliz. (2018). *COMUNICAR (NE): Construyendo diálogos estratégicos en 360º para organizaciones del nuevo siglo*. Gedisa.

Guillermo Ballenato, P. (2006). *Hablar en público: arte y técnica de la oratoria*. Pirámide.

Herbert, N. (1988). *La Empresa y su Imagen*. Deusto. Bilbao.

Ind, N. (1992). *La Imagen Corporativa*. Díaz de Santos. Madrid.

Kapferer, J. (1992). *La marca, capital de la empresa (Principios y control de su gestión)*. Deusto. Bilbao.

Kotler, P. (1999). *El Marketing según Kotler*. Paidós. Barcelona (reed. 2011).

Llamas Saavedra, M., & Rodríguez Fernández, L. (2016). *Audiencia social: estrategias de comunicación para medios y marcas. Síntesis*.

Mercado Sáez, M. T., & Chávez Márquez, M. (Eds.). *La Comunicación en Situaciones de Riesgo y Crisis*. Tirant lo Blanch.

Mir, P. (2016). *Brand.com*. Eunsa.

Molina Cañabate, J. P. (2017). *Comunicación corporativa. Guía de supervivencia*. Editorial Grupo 5.

Molina, C. (2017). *Hacia una comunicación corporativa transmedia*. Enlace descargable

Nicolás, M. Á., & Grandío, M. del M. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Gedisa.

- Ollins, W. (1991). *Identidad corporativa*. Celeste Ediciones. Madrid.
- Pérez Serrano, M. J. (2021). Las nuevas fronteras de la comunicación corporativa. *Textual & Visual Media*, 1(13). Artículo recuperado
- Pretel, M. (2021). Comunicación corporativa: estrategia e innovación. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, (32), 491–493. Artículo recuperado
- Regouby, C. *La Comunicación Global. Cómo construir la Imagen de Empresa*.
- Scott, D. M. (2008). *The new rules of marketing and PR how to use news releases, blogs, podcasting, viral marketing, and online media to reach your buyers directly*. John Wiley & Sons.
- Sierra Sánchez, J. (2011). Retos y oportunidades de la comunicación multimedia en la era del 2.0. *Fragua*.
- Túñez-López, M., Costa-Sánchez, C., & Mínguez González, M. I. (2018). Avances y retos de la gestión de la comunicación en el siglo XXI. Procesos, necesidades y carencias en el ámbito institucional.
- Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Pirámide – Madrid.
- Villafañe, J. (1993). *Imagen positiva*. Ediciones Pirámide. Madrid.
- Weil, P. (1992). *La Comunicación Global*. Paidós. Barcelona.

Direcciones web de interés:

- <http://www.marketingdirecto.com/>
- <http://www.dircom.org/>
- <http://www.corporateexcellence.org/index.php>
- [Blog de Comunicación Corporativa de la consultora Llorente y Cuenca](#)
- [Estudio de Comunicación](#)

11.Actividades formativas

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumnado. Toda la información se puede consultar tanto en el campus virtual, como en la página web del título www.protocoloimep.com.

12.Tutorías

El alumnado que esté interesado deberá solicitar a través de correo electrónico, una tutoría personal con el docente para resolver cualquier duda o aclaración académica que sea necesaria. Tras la recepción del correo, el docente establecerá el horario y fecha idónea para la realización. La tutoría tendrá lugar en la sede de IMEP en Alicante o por videoconferencia.

Modalidad a distancia

En el caso de la modalidad a distancia, se seguirá el mismo procedimiento que en el caso anterior, salvo en lo referente al lugar de realización de la tutoría, ya que, en esta modalidad, la tutoría se realizará mediante el uso de la herramienta Blackboard Collaborate.