Comunicación institucional

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Másteres Universitarios

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.

DATOS GENERALES

Breve descripción

El objetivo de esta asignatura es suscitar una reflexión teórica entre los estudiantes sobre la diferencia entre periodismo y comunicación, en este caso institucional y las RR.PP. (relaciones públicas).

Título asignatura

Comunicación institucional

Código asignatura

102230

Curso académico

2022-23

Planes donde se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

Créditos ECTS

1

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Castellano e Inglés

CONTENIDOS

Contenidos

Sesión 1

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

- Definición y características de la comunicación institucional.
- Funcionamiento de un gabinete de prensa institucional.
- Comunicación y democracia: la comunicación hacia el ciudadano.

COMUNICACIÓN EN ICEX

- Ponencia Responsable del área de comunicación de ICEX - Comunicación en ICEX

Sesión 2

SOCIAL MEDIA EN EL ÁMBITO INSTITUCIONAL I - PLAN DE COMUNICACIÓN, RELACIONES INSTITUCIONALES Y LOBBIES I

- Social Media en el ámbito institucional I
  - Cambios en el paradigma de comunicación institucional
  - Liderar un movimiento

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

- Plan de comunicación
  -Pilares de un plan de Comunicación
  -Elementos
  -Pasos a seguir

Sesión 3

SOCIAL MEDIA EN EL ÁMBITO INSTITUCIONAL II - PLAN DE COMUNICACIÓN, RELACIONES INSTITUCIONALES Y LOBBIES II

- Social Media en el ámbito institucional II
  - Institución, cargo, persona y perfil
  - Social Media en el mundo institucional

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

- Relaciones institucionales y lobbies
  - Qué esperan de las instituciones las empresas, asociaciones y ONGs.
  - Lobbies: importancia, metodología y regulación.

Sesión 4

PROTOCOLO

- Ponencia práctica sobre Protocolo.

Sesión 5

COMUNICACIÓN DE CRISIS I

- Definición de crisis, tipos y estrategias.
- Manual de crisis.

COMUNICACIÓN EN OFECOMES

- Ponencia práctica acerca de la Comunicación en Ofecomes - ICEX

Sesión 6

COMUNICACIÓN DE CRISIS II

- Importancia del flujo de información para la toma de decisiones.
- Casos Prácticos

ICEX EN SOCIAL MEDIA

ESTRATEGIA ICEX EN SOCIAL MEDIA: ponencia práctica sobre la estrategia que lleva ICEX en Social Mecia.

COMPETENCIAS

Generales

CG1.- Los titulados sabrán aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, con un alto grado de autonomía, en empresas tanto nacionales como internacionales, sean pequeñas o medianas o empresas de dimensión más multinacional, e incluso en organizaciones no empresariales pero cuya gestión requiera una visión internacional.

CG2.- Los titulados sabrán aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

CG3.- Los titulados desarrollarán capacidades analíticas para la gestión de empresas en entornos dinámicos y complejos, tal como es el entorno internacional.

CG6.- Los titulados tendrán una amplia experiencia y capacidad de trabajar en equipos multidisciplinares y, bajo presión en cuanto a tiempos (plazos de ejecución de proyectos y casos) y resultados se refiere.

CG7.- Los titulados adquirirán los valores y actitudes necesarias para establecer y desarrollar actividades empresariales y personales dentro de los comportamientos éticos y de responsabilidad social más estrictos, así como para desarrollar una sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

CG8.- Los titulados deberán expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, manteniendo una imagen adecuada en su actividad profesional.

CG9.- Los titulados deberán dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

Específicas

CE2.- Capacidad para elegir y aplicar el procedimiento adecuado a la consecución de un objetivo empresarial.

CE3.- Evaluar la relación existente entre empresas y el marco institucional en el que se desarrollan las actividades.

CE4.- Desarrollo de las capacidades analíticas que permitan comprender la naturaleza de los problemas en la organización y por tanto la aplicación de herramientas idóneas.

CE6.- Capacidad para trabajar en equipo primando la precisión de los resultados y la solvencia y originalidad de las proposiciones.

CE7.- Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

CE10.- Adquirir las técnicas para la redacción profesional de documentos y la presentación de informes en el ámbito de los negocios internacionales.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1.- Clases magistrales: desarrollo de contenidos teóricos y de los conceptos de las asignaturas. La clase magistral se define como un tiempo de enseñanza ocupado principalmente por la exposición continua del profesor. Los alumnos tienen la posibilidad de participar, preguntar o exponer su opinión, pero por lo general escuchan y toman notas (8 horas - 100% presencialidad).

AF2.- Clases prácticas: aplicación de contenidos teóricos al análisis de problemas concretos que permiten al estudiante comprender y asimilar los contenidos. Incluyen exposiciones, conferencias con directivos/profesionales expertos en el área o caso de estudio, seminarios, debates y puestas en común con análisis de los contenidos desarrollados en las sesiones teóricas. Se realizan mediante talleres, estudios de casos, resolución de ejercicios y problemas con una participación activa del alumno (4 horas - 100% presencialidad).

AF3.- Trabajos individuales y en grupo: desarrollo de los contenidos teóricos de forma autónoma (búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos e informes, realización de cuestionarios) y su aplicación al estudio de casos, con exposición pública de las conclusiones individualmente o en grupo (5 horas - 5% presencialidad).

AF5.- Trabajo autónomo del estudiante: aquí se considera la actividad del alumno de estudio de la materia, búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos, diseño de presentaciones, participación en grupos de lectura y el estudio y la preparación de exámenes. Incluye la utilización del campus virtual y la actividad del estudiante en él así como el uso de TICs y herramientas informáticas, realizando diversas tareas como ejercicios de autoevaluación o la participación en foros y la consulta de bases de datos para obtener bibliografía y material documental (5 horas - 0% presencialidad).

Metodologías docentes

MD1.- Clase magistral expositiva: el profesor explica las nociones claves y de vanguardia en la disciplina en cuestión.

MD2.- Trabajo individual de los alumnos: lecturas, informes, notas técnicas, cuestionarios de autoevaluación, y búsqueda de información adicional.

MD4.- Estudios de casos, resolución de problemas y ejercicios prácticos en grupo o individuales: resolución, puesta en común y discusión en clase, mediante seminarios, de casos prácticos elegidos previamente.

MD6.- Conferencias Directivos/profesionales expertos en el área/caso de estudio.

Resultados de aprendizaje

- Conocer las herramientas básica de la comunicación institucional y empresarial: el plan de comunicación y el protocolo.

- Identificar las acciones de comunicación habituales que llevan a cabo instituciones públicas de la administración comercial española (ICEX y Red de Oficinas Económicas y Comerciales) tanto hacia el empresario español, como hacia los medios nacionales e internacionales.

- Ser capaz de elaborar un plan estratégico de comunicación institucional.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

SE2.- Pruebas de conocimiento: exámenes finales (ponderación mínima 60% y máxima 80%)

SE4.- Evaluación del trabajo individual y, en su caso, de la presentación oral (ponderación mínima 20% y máxima 40%)

PROFESORADO

Profesor responsable

Muyo González, Almudena

Jefe de Sector Servicios Personalizados
ICEX España Exportaciones e Inversiones

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura