

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Publicidad
-------------	---------------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Políticas de Comunicación Interna
-------------	-----------------------------------

Tipo:	Optativa
-------	----------

Créditos ECTS:	3
----------------	---

Curso:	3
--------	---

Código:	3378
---------	------

Periodo docente:	Quinto semestre
------------------	-----------------

Materia:	Empresa
----------	---------

Módulo:	Sistema Empresarial Publicitario
---------	----------------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	75
--	----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Silvia Rincón Alonso	silvia.rincon@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La correcta gestión de la Comunicación Interna de la empresa requiere de una estrategia específica que conformará la Política de Comunicación Interna.

Contar con una Política de Comunicación Interna permite que las organizaciones puedan establecer relaciones de comunicación eficaces entre sus diferentes públicos internos. Todo ello con la finalidad última de lograr un "diálogo" auténtico y real entre las personas, siguiendo los principios de transparencia, colaboración, eficacia, respeto y veracidad.

## OBJETIVO

Lograr que el alumno adquiriera conocimientos sobre Política de Comunicación Interna y sea capaz de conocer su gestión, los recursos necesarios para su implementación y los principios científicos que la rigen.

Los fines específicos de la asignatura son:

- Consolidar conocimientos sobre comunicación corporativa
- Profundizar en los conocimientos sobre Comunicación Interna
- Saber diseñar un Plan de Comunicación Interna
- Conocer los diferentes públicos a los que se dirige la Comunicación Interna
- Saber con qué medios y canales se deben implementar acciones de comunicación interna
- Poder participar en el desarrollo de la política de comunicación interna de una empresa

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

El alumno deberá poseer conocimientos generales sobre la gestión de la comunicación corporativa y los diferentes aspectos que la componen.

## CONTENIDOS

1.- INTRODUCCIÓN Antecedentes e historia de la Comunicación Interna El auge y la necesidad actual de la Comunicación Interna en las empresas 2.- BASES CONCEPTUALES Y TEÓRICAS LA COMUNICACIÓN Delimitación del concepto: qué entendemos por Comunicación La comunicación desde un enfoque sistémico LA ORGANIZACIÓN Delimitación del concepto: qué entendemos por organización La organización desde un enfoque sistémico LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL O CORPORATIVA Delimitación del concepto: qué entendemos por Comunicación Organizacional La comunicación organizacional desde un enfoque sistémico LA COMUNICACIÓN INTERNA Delimitación del concepto: qué entendemos por Comunicación Interna La comunicación Interna desde un enfoque sistémico 3.- POLÍTICA DE COMUNICATIVA INTERNA La Comunicación Interna en el organigrama directivo El director de Comunicación Interna Tipos de Comunicación Interna Funciones de la Comunicación Interna Definición de la estrategia de Comunicación Interna Análisis de los diferentes públicos

Soportes y canales de la Comunicación Interna Planificación de la Comunicación Interna 4.- Buenas prácticas de Comunicación Interna: - Herramientas - Casos de éxito 5.- LAS PERSONAS COMO PROTAGONISTAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Diálogo y Encuentro Engagement Talento y liderazgo 6.- NUEVOS MEDIOS PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### LECCIÓN MAGISTRAL:

Exposición de conocimientos académicos y conceptuales por parte del profesor.

### LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA:

A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación.

### CASE STUDY

Análisis de casos reales de Comunicación Interna en las que el alumno demuestra su capacidad de análisis y su capacidad para la toma de decisiones

### TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS:

El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos. Slavin define el trabajo cooperativo como "estrategias de instrucción en las que los alumnos están divididos en grupos pequeños y son evaluados según la productividad del grupo", lo que pone en juego tanto la responsabilidad individual como la interdependencia positiva, base del trabajo profesional en equipo.

**TRABAJO AUTÓNOMO.** En esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Es el estudiante el que diagnostica sus necesidades de aprendizaje, formula sus metas de aprendizaje, identifica los recursos que necesita para aprender, elige e implementa las estrategias de aprendizaje adecuadas y evalúa los resultados de su aprendizaje. El docente se convierte así en el guía, el facilitador y en una fuente de información que colabora en ese trabajo autónomo. Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación.

**SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL:** que incluye entrevistas, grupos de discusión, autoinformes e informes de seguimiento tutorial.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

Los exámenes se realizarán de forma presencial a menos que dichas autoridades sanitarias vuelvan a establecer el estado de alarma y el confinamiento general.



## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

### Competencias generales

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y difundir esa comprensión en los medios de comunicación.

Desarrollar la capacidad para desempeñar labores creativas y de gestión, como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.

Adquirir el conocimiento propio de cada una de las materias que configuran los planes de estudio de publicidad.

### Competencias específicas

Adquirir un conocimiento de las estrategias y tácticas persuasivas españolas, europeas e internacionales



contemporáneas- así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian- a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social.

Saber gestionar un Plan de Comunicación Interna

Conocer las laborales que le corresponden a un director de Comunicación Interna

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Poder relajar un Plan de Comunicación Interna

Saber definir lo que es la Comunicación Interna de una organización

Saber analizar casos de estudios relacionados con la Comunicación Interna

Saber cuáles son las últimas tendencias en el ámbito de la Comunicación Interna

Lograr que el alumno se especialice en un aspecto concreto de la Comunicación Interna

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

En la evaluación se tendrán en cuenta tanto el dominio de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura acreditados en una prueba final oral o escrita, como la participación y la entrega puntual de los trabajos prácticos individuales y grupales propuestos. Asimismo, se evaluará la asistencia y la implicación del alumno en el aula.

Ponderación:

Pruebas oral o escrita en la que mediante preguntas de distintos tipos se valorará el dominio de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura: 25%

Trabajos y ejercicios prácticos individuales y grupales: 50%

Presentación oral trabajo práctica final: 15%

Participación en el foro de la asignatura siguiendo los criterios que serán expuestos en clase: 10%

En el caso de que el alumno deje de asistir a clase de forma no justificada deberá entregar una serie de trabajos que serán determinados por el profesor.

Es requisito imprescindible para aprobar la asignatura la calificación mínima de 5 en las pruebas orales o escritas que se realicen.

Es requisito imprescindible para aprobar la asignatura la calificación mínima de 5 como media de todas las prácticas que se realicen.

Tres faltas de ortografía (incluidas tildes) en los exámenes, o en cualquier trabajo escrito que se presente, darán lugar al suspenso inmediato. El plagio es motivo de suspenso.

**NOTA IMPORTANTE:** Los alumnos con dispensa académica deberán realizar todos los trabajos, pruebas y exámenes que se recogen en esta guía docente. Tan solo en caso de que el alumno no pueda participar en algún trabajo grupal, el profesor podrá establecer, para dicho trabajo, una prueba específica para este tipo de alumnos. Las condiciones de evaluación para las convocatorias extraordinarias serán las mismas que para la convocatoria ordinaria

*Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.*

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica



Andrade, H., (2005). Comunicación Organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica. Netbiblo, S.L.

Arizcuren, A. (Et al.) (2008). Guía de buenas prácticas de Comunicación Interna. Cuadernos de buenas prácticas FEAPS

Cáceres, M.D. (2003). Introducción a la Comunicación Interpersonal. España Editorial Síntesis.

Cuenca, J. y Verazzi, L. (2018). Guía fundamental de la Comunicación Interna. Colección Manuales UOC

