

IMPRESO SOLICITUD PARA MODIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Católica San Antonio		Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	30013360
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Dirección de Comunicación	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Dirección de Comunicación por la Universidad Católica San Antonio			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Joan Costa Solà-Segalés		Director del Máster Universitario en Dirección de Comunicación de la UCAM	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		████████	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
JOSÉ LUIS MENDOZA PÉREZ		PRESIDENTE	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		████████	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Joan Costa Solà-Segalés		Director del Máster Universitario en Dirección de Comunicación de la UCAM	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		████████	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
AVDA. LOS JERÓNIMOS, S/N		30107	Murcia
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
presidencia@ucam.edu		Murcia	968278803
			FAX
			968278715

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Murcia, a ___ de _____ de ____
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Dirección de Comunicación por la Universidad Católica San Antonio	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Marketing y publicidad	

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Católica San Antonio

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
066	Universidad Católica San Antonio

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		4
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	50	6

LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Católica San Antonio

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS

CÓDIGO	CENTRO
30013360	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

1.3.2. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO

PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	A DISTANCIA
No	No	Sí

PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS

PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN
30	30
	TIEMPO COMPLETO

	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	2.0	60.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	44.0
RESTO DE AÑOS	2.0	44.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.ucam.edu/universidad/normativa		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
T1 - Capacidad de toma de decisiones.
T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.
T3 - Capacidad de organización y planificación.
T4 - Capacidad de análisis y síntesis.
T5 - Capacidad de gestión de la información.
T6 - Capacidad de razonamiento crítico.
T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.
T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.
T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.
T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo
D7 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación
D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación
D9 - Conocimiento de la ética y deontología profesional de la comunicación interna y externa de las organizaciones
D10 - Conocimiento de las fases y aplicación de un plan de comunicación
A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.
A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.
A4 - Implicación y sensibilidad para organizar y dirigir equipos de comunicación con liderazgo.
A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.
A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.
A7 - Mantenimiento de una actitud crítica y científica para el análisis de contextos comunicacionales en la organización o institución.
P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.
P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.
P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización
D1 - Conocimiento teórico y práctico de los fenómenos generales asociados a la comunicación en el ámbito empresarial.
D2 - Conocimiento y evolución histórica de la figura de la comunicación dentro de las organizaciones, así como de los procesos comunicativos implicados.
D3 - Conocimiento del contexto de la economía de servicios en la que tiene su eje la figura del comunicador y la gestión de intangibles.
D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas
D5 - Conocimiento de las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización.
P4 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa.
P5 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.
P6 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos de un departamento de comunicación
P7 - Diseñar y ejecutar un plan de comunicación para cualquier tipo de organización, a partir del establecimiento de un calendario de trabajo y una organización sistemática y científica de las herramientas adecuadas.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Las titulaciones desde las que se puede acceder a este título de postgrado son:

Directamente vinculadas

Titulados en comunicación (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual).

Afines

Ciencias Económicas y Empresariales, Humanidades, Psicología y Sociología, Antropología, Derecho y otras titulaciones afines y coherentes con la labor de comunicación en una organización.

El perfil deseado para el ingreso será:

- Interés por la comunicación interna y externa en organizaciones para la mejora del rendimiento interno y la proyección externa.
- Orientación profesional hacia el desempeño de labores de comunicación, marketing o gestión de la imagen en cualquier tipo de organización, pública o privada.
- Capacidad de gestionar grupos y capacidad de comunicación.

El acceso y admisión del Master se compone de dos áreas bien diferenciadas, la administrativa y la docente. La primera regula fundamentalmente el proceso de acceso y la docente o académica, el de admisión, si bien para aquellos casos con más demanda que oferta de plazas es una comisión mixta de las dos áreas la que selecciona aquellos perfiles más afines al Máster en función de criterios objetivos y públicos.

A continuación se exponen los diferentes requisitos y procesos necesarios para el acceso y la admisión en el Máster Universitario en Dirección de Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia.

4.2.1 Requisitos de acceso

La principal misión del área administrativa (Servicio de Títulos Propios y Postgrado) es recoger la documentación de los alumnos inscritos en la titulación, comprobar su veracidad, adecuación y conveniencia, y custodiarla debidamente.

El sistema de acceso comienza con la solicitud por parte del interesado frente al Servicio de Postgrado de la Universidad Católica de Murcia, solicitud que debe acompañar con el expediente académico que certifique el grado académico necesario para cursar los estudios de este Programa Oficial de Postgrado.

Los criterios de acceso al título son los definidos por la ley, esto es, la posesión de un título oficial español u otro expedido en una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.

La Secretaría de Postgrado proporciona información sobre las características del Máster Universitario, así como las vías y requisitos de acceso, reguladas en el R.D. 861/2.010, de 2 de julio, por el que se modifica el R.D. 1.393/2.007, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en lo referente al acceso a las enseñanzas oficiales de postgrado. En esta ordenación requiere estar en posesión de un título universitario oficial español o cualquier otro. También se informará, cuando la Universidad elabore la normativa al efecto, sobre los mecanismos de transferencia y reconocimiento de créditos de conformidad con el R.D. 1.393/2.007.

Una vez acreditados los requisitos y méritos académicos, se procede a la realización de una lista provisional de admitidos que, tras la realización de la matrícula, se convierten en definitivos si los criterios de admisión no ofrecen ninguna valoración negativa del candidato. Si el número de solicitudes es menor al número de plazas disponibles se considerará cerrado el proceso de acceso. En caso contrario, es decir, de existir una demanda de plazas superior a la oferta realizada por este Máster Universitario en Dirección de Comunicación, se activará el mecanismo de lista provisional y a través de un baremo, tal y como se especifica en este documento se establecerá una lista definitiva de admitidos.

4.2.2 Criterios de admisión

Finalizado el proceso que regula los requisitos de acceso, se elaboran los correspondientes informes de admisión que detallan el perfil del alumnado. La misión del área docente es la realización de entrevistas personales cuando se estime oportuno y el estudio del currículo vital del interesado o cualquiera otra forma de evaluación y orientación del candidato que se considere (cartas de motivación, experiencia profesional, etc.), para intentar que el perfil del mismo se aproxime lo máximo posible al perfil ofertado en este título de postgrado.

En el caso de exceder el número de solicitudes a la oferta de plazas, una comisión mixta de las dos áreas decidirá la selección de alumnos que se matricularán en el Máster con el objetivo de ajustar los perfiles anteriormente citados.

Una Comisión formada por Postgrado, Dirección y Coordinación del Máster velará por la confección de una lista provisional de admitidos conforme a un baremo de ponderación conformado por los siguientes criterios:

Sobre una **nota de cien puntos**, se concederá una máximo de veinte puntos a todos aquellos alumnos cuyas carreras pertenezcan al área de estudios de ciencias sociales; diez puntos máximos para todos aquellos alumnos cuya carrera pertenezca al área de ciencias de la comunicación; y 70 puntos máximo por el expediente académico. De esta forma, los 100 puntos concedidos se reparten en tres ámbitos de 20 puntos (**área de estudios de Ciencias Sociales**), 10 puntos (**área de estudios de Ciencias de la Comunicación**) y 70 puntos (**expediente académico**) respectivamente.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Actualmente medimos el grado de satisfacción de los alumnos y el de consecución de los objetivos fijados mediante encuesta que se pasa a la finalización de los estudios, sirviendo así como herramienta de mejora para futuras ediciones.

A continuación se muestran los diferentes planes de apoyo y acogida a los estudiantes del Máster tanto en el momento previo a la matriculación en el mismo como cuando ya han realizado el proceso y son alumnos de la Universidad:

Plan de orientación dirigido a los estudiantes de nuevo ingreso en el Máster Universitario en Dirección de Comunicación:

El objetivo principal es proporcionar, de forma concisa y clara, la mayor información posible sobre la titulación a los estudiantes de nuevo ingreso, con el fin de planificar su proceso de aprendizaje y las metodologías docentes de la modalidad de enseñanza a distancia. Este plan de orientación a los estudiantes cuenta con los siguientes medios y actividades:

1. LA GUÍA ACADÉMICA (E-learning) DEL MÁSTER:

En ella el futuro estudiante encontrará toda la información necesaria relativa al funcionamiento administrativo y académico de la Universidad y del Máster. Concretamente, el estudiante podrá encontrar en esa guía, en relación al curso académico siguiente: el plan de estudios, los horarios de tutorías de apoyo, la relación de profesores por asignatura y su email de contacto, los horarios de tutoría individuales y los programas de cada una de las asignaturas que conforman el plan de estudios, con la descripción de los contenidos, las actividades formativas y su contenido en ECTS y los sistemas de evaluación.

Otro aspecto que se unirá a la Guía Académica será el dedicado al Campus Virtual con el objetivo de que el estudiante cuente con un recurso docente que le permita conocer todas las herramientas de enseñanza a distancia de que dispondrá, así como los procedimientos relativos a su empleo en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Este apartado de Campus Virtual incluirá los servicios y los puntos de atención o ayuda al estudiante, así como los procedimientos de identificación y acceso al campus virtual. De este modo el estudiante podrá llevar a cabo con éxito su aprendizaje. De igual modo, se desarrollará una Guía Académica digitalizada abreviada y el Manual de uso del Campus Virtual.

2. SESIONES DE ACOGIDA PARA ESTUDIANTES:

La Sesión de acogida se desarrollará de forma virtual, quedando a disposición del estudiante en el Campus Virtual. El Equipo Directivo de la titulación programará una sesión por videoconferencia titulada *¿Acogida al Estudiante¿*. Dicha sesión será dirigida por el Director de la Titulación, y su objetivo es proporcionar a todos los estudiantes la información, general y específica, necesaria para el normal desarrollo del curso que van a realizar y para un mejor aprovechamiento de su actividad académica.

Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados.

A) A Nivel de la universidad:

La UCAM crea desde el comienzo de su actividad el Servicio de Tutoría, formado por un Cuerpo de Tutores, integrado principalmente por psicólogos y pedagogos, encargado del seguimiento personal y académico del alumno de nuevo ingreso, desde el inicio de sus estudios hasta la finalización de los mismos, siendo su misión fundamental contribuir a la formación integral del alumno, atendiendo a su dimensión como persona, centrando sus funciones en los valores y virtudes del humanismo cristiano.

Hay establecido un perfil de tutor que abarca la formación técnica y específica, siendo esta última objeto de actualización permanente a través de los planes de formación que se desarrollan cada curso académico. El trabajo se realiza en dos líneas, de forma personalizada y en grupos reducidos. Cada curso académico, se fijan los objetivos a conseguir en las diferentes titulaciones que se imparten.

Destacar también que están desplegados los procedimientos de desarrollo de las funciones del tutor, adjudicación de alumnos, presentación del Servicio a los estudiantes de nuevo ingreso y procedimiento de presentación a sus padres basado en el documento *¿Educar para la excelencia¿*.

Más recientemente (curso académico 2005-2006) se crea el Servicio de Evaluación y Asesoramiento Psicológico (SEAP), que tiene como misión fundamental la evaluación y asesoramiento psicológico a los alumnos y personal de la Universidad. Además presta apoyo y orientación a los tutores para atender adecuadamente la problemática que presenten los estudiantes.

Actualmente se mide el grado de satisfacción de los alumnos y el de consecución de los objetivos fijados, mediante encuesta, asegurando el seguimiento con la puesta en marcha de un software informático específico.

b) a nivel del título de Máster Universitario en Dirección de Comunicación:

El plan de acogida de los estudiantes matriculados en su modalidad a distancia pretende facilitar que los estudiantes puedan abordar con éxito la superación de las diferentes materias que configuran el plan de estudios, sin que los niveles de exigencia y calidad se vean perjudicados, buscando una mejor integración de los estudiantes y el seguimiento adecuado del proceso de enseñanza-aprendizaje a distancia en la Universidad. Este plan constará de:

1. Sesiones de Acogida para estudiantes:

La Sesión será dirigida por el Director de la Titulación, y su objetivo es proporcionar a todos los estudiantes la información específica necesaria para un mejor aprovechamiento de su actividad académica.

Para ello se programa una sesión de acogida anual, que se presentará en formato digitalizado en el Campus Virtual

a) Orientación académica.

El estudiante contará con **tutorías de apoyo** de forma periódica y colectiva para todos los alumnos que lo deseen, atendiendo a la planificación de la asignatura. Serán sesiones donde se realizará una introducción de los contenidos que se van exponer. A partir de los cuales se establecerán debates para asentar los conocimientos. Con esta metodología pretendemos que el alumno se sienta más involucrado en su proceso de aprendizaje y adquiera fortalecimiento para finalizar sus estudios.

b) Orientación sobre el funcionamiento y organización del Máster.

2. Comunicación con los delegados del Máster a distancia :

Cada cuatrimestre se celebrará reuniones virtuales del Equipo Directivo del Máster con el representante de estudiantes de la titulación, con el objetivo de informarle de los asuntos y decisiones del Equipo Directivo que sean de su interés y recoger sus sugerencias. El delegado podrá comunicarse a través de correo electrónico o del campus virtual con el equipo directivo del título y con los docentes.

3. disponibilidad de la información:

Toda la información ofrecida a los estudiantes en todas las actividades anteriores, que forman parte del plan de acogida está disponible en todo momento a través de diferentes medios de forma simultánea: Web, en el entorno común del campus virtual, Guía Docente de la titulación Digitalizada, Guía académica (E-learning), información de la Universidad Digitalizada, etc. Desde la Dirección de este título oficial de Máster universitario se ha formado una comisión compuesta por el director y los coordinadores de módulo para apoyar y orientar a los estudiantes por medio de tutorías presenciales o a distancia cuyos horarios se fijan a principios de cada módulo.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS	
Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	0
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	9
Adjuntar Título Propio	
Ver Apartado 4: Anexo 2.	
Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	9
<p>La UCAM ha creado la Comisión de Transferencia y Reconocimiento de Créditos, integrada por responsables de la Jefatura de Estudios, Vicerrectorado de Alumnado, Vicerrectorado de Ordenación Académica, Vicerrectorado de Relaciones Internacionales, Secretaría General y Dirección del Título, y ha elaborado la normativa al efecto. Normativa sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos en las Enseñanzas de Grado y Postgrado en la Universidad Católica San Antonio de Murcia publicada en la página web de la UCAM (http://ucam.edu/universidad/normativa/normativa-propia/normativa-academica/Reconocimiento_y_transferencia_creditos.pdf), según se establece en el Art. 6 del R.D. 1.393/2.007, de 29 de octubre (y luego el R.D. 861/2010). Además de lo establecido en dicho artículo, se establecerán las siguientes reglas básicas, recogidas en el artículo 13 del referido R.D.:</p> <p>a) Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.</p> <p>b) Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.</p> <p>c) El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien que tengan carácter transversal.</p> <p>Miembros de esta Comisión han participado, el 6 de noviembre de 2008, en el Taller sobre Reconocimiento y Transferencia de Créditos, organizado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y celebrado en la Universidad de Alicante, al objeto de contrastar experiencias con otras universidades sobre dicha normativa.</p> <p>La Universidad Católica San Antonio de Murcia no ha determinado modificación alguna respecto a la normativa que se aplica en la modalidad de enseñanza presencial actualmente implantada, con informe positivo de ANECA, y que por lo tanto será también de aplicación a la modalidad a distancia.</p>	
4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS	

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Prácticas formativas externas.
Defensa del Trabajo Fin de Máster.
Elaboración de la memoria de prácticas.
Elaboración del Trabajo Fin de Máster.
Preparación de la Defensa del TFM.
Búsqueda bibliográfica.
Realización de ejercicios.
Estudio personal.
Trabajo en equipo.
Tutoría.
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.
Prácticas profesionales externas en empresas o instituciones públicas.
Exposición oral ante un tribunal evaluador del Trabajo Fin de Máster.
Elaboración de una memoria de Practicum donde se reflejarán las actividades desarrolladas y los conocimientos adquiridos en dicho periodo.
Con la asesoría del tutor, el alumno realizará el TFM como reflejo de los conocimientos y competencias adquiridas a lo largo de los diferentes módulos
El alumno, apoyado por su tutor de TFM, prepara un guión para la exposición ante el Tribunal donde se expondrán aquellos puntos fuertes del trabajo y los principales puntos de valor añadido, que evidencian que el alumno ha alcanzado las competencias pertinentes con el trabajo.
Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.
Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.
Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.
Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Pruebas teóricas.
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.
Informe del tutor de prácticas en la organización destinada.
Memoria de prácticas evaluada por el coordinador de prácticas del Máster.
Realización del TFM según los objetivos definidos.
Defensa oral del TFM ante un tribunal evaluador.
5.5 NIVEL 1: La Dirección de Comunicación en la economía de la información y en la sociedad del conocimiento
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Fundamentos científicos, Metodología y gestión estratégica en la red		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	2,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T1. Capacidad de búsqueda de información complementaria que ilustre las respuestas teóricas y prácticas del alumno.</p> <p>T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.</p> <p>T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.</p> <p>T5. Capacidad de saber la información y documentación que requiere un caso y saber desenvolverse para obtenerla.</p> <p>T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.</p> <p>T7. Desarrollar una curiosidad innata hacia lo nuevo (técnicas, tecnologías, medios, estrategias y herramientas de gestión).</p> <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <p>D1. Tomar conciencia plena de la importancia del papel de los receptores en la comunicación empresarial e institucional, y tomar conciencia de que lo que sucede con estos receptores puede (y debe) ser diagnosticado y gestionado en todos los momentos de los procesos: en la planificación y en el desarrollo de todas las estrategias globales y de los proyectos puntuales de comunicación.</p> <p>D1. Conocer las principales herramientas de investigación y diagnóstico que debe utilizar un DirCom para que su trabajo tenga un sentido estratégico.</p> <p>D5. Desarrollar cultura relacional dentro y fuera de la empresa.</p> <p>D5. Manejar las funciones tradicionales y nuevas asignadas al comunicador dentro de la empresa.</p> <p>D5. Comprender la necesidad de potenciar las cualidades comunicacionales de los gerentes y la alta dirección a los efectos de contribuir a la mejora de los procesos internos.</p> <p>D5. Conocer y manejar el modelo organizativo habitual de las direcciones de comunicación.</p> <p>D8. Conocer la metodología propia del estudio de imagen para empresas e instituciones.</p> <p>D8. Conocer el procedimiento de aplicación de los métodos de estudio de la imagen valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la empresa.</p> <p>D8. Conocer de los requerimientos conceptuales y técnicos para la articulación de un proyecto de identidad, marca e imagen corporativa de proyectos de diferente naturaleza.</p> <p>D8. Conocer diferentes estrategias y experiencias innovadoras para la valorización de referentes corporativos a través de la marca y otras manifestaciones sensibles.</p>		

- P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones.
- P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor.
- P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.
- P6. Identificar y delimitar correctamente los ámbitos de actuación de una Dirección de Comunicación en su área de Internet.
- P6. Designar responsabilidades específicas dentro de un equipo multidisciplinar de trabajo en un departamento de comunicación.
- A1. Trabajar en equipo, asignar responsabilidades y ayudar a aprender.
- A1. Utilizar todos los elementos disponibles en el Campus Virtual para la mejora del aprendizaje.
- A1. Desarrollar una curiosidad innata hacia las innovaciones, el aprendizaje y hacia la lectura en general.
- A5. Desarrollar una actitud creativa y didáctica con sus inmediatos colaboradores.
- G1. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas dentro de una Dirección de Comunicación.
- G2. Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas de carácter comunicativo en instituciones o empresas.
- G3. Que los estudiantes sepan diseñar estrategias desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación.
- G4. Que los estudiantes sepan implementar soluciones dirigidas a crear una cultura organizacional.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. La dirección de Comunicación y sus funciones
Tema 2. La imagen pública. Construcción y medición.
Tema 3. Aplicaciones del Modelo de la Imagen.
Tema 4. Aplicaciones del mapa de públicos para el plan de comunicación.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

- T1 - Capacidad de toma de decisiones.
- T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T6 - Capacidad de razonamiento crítico.

T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.

P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.

D1 - Conocimiento teórico y práctico de los fenómenos generales asociados a la comunicación en el ámbito empresarial.

D5 - Conocimiento de las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización.

P6 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos de un departamento de comunicación

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	10	0
Realización de ejercicios.	16	0
Estudio personal.	25	0
Trabajo en equipo.	5	0
Tutoría.	6	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0

Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0
NIVEL 2: El Dircom en la economía de servicios actual		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	2,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2,5		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T1. Proyectar las problemáticas –desarrolladas en los materiales y en la discusión con el profesor- a los problemas concretos a los que el alumno se enfrenta en su vida laboral a fin de aplicar lo aprendido en la toma de sus decisiones.</p> <p>T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.</p> <p>T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.</p> <p>T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.</p> <p>T5. Capacidad para profundizar en los materiales de modo personal a partir de las propuestas generales del profesor, los comentarios y opiniones de los compañeros y el análisis propio.</p> <p>T5. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno.</p> <p>T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.</p> <p>T7. Aportar soluciones novedosas a los problemas prácticos que debe resolver el alumno, utilizando de forma creativa la documentación propia.</p> <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <p>D2. Conocer cómo influye la comunicación de las organizaciones en su reputación e imagen.</p> <p>D2. Conocer el alcance de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales en las diferentes realidades corporativas y comprender su dinámica para considerarlos en cualquier tipo de proyecto.</p> <p>D2. Practicar la visión holística y la gestión global de las comunicaciones.</p>		

- D3. Conocer y comprender la evolución y adaptación de la figura del comunicador en la empresa.
- D3. Conocer la organización, el funcionamiento, y el lenguaje de los profesionales de la dirección de comunicación.
- D4. Entender la importancia de construir y mantener confianza para generar credibilidad y lealtad en los mercados en los que las empresas laboran.
- D4. Conocer y manejar los conceptos y las herramientas propias del Management y la gestión general de la cultura institucional.
- D4. Definir estrategias de Identidad, Cultura, Comunicación e Imagen, y gestionarlas.
- P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.
- P2. Conocer las responsabilidades en relación a los públicos internos y externos, y diagnósticos adecuados sobre los mismos, para la planificación y para la gestión ordinaria de la comunicación en la organización.
- P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación.
- P3. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria.
- P6. Conocer y manejar el conjunto de valores intangibles que puede manejar una organización (cultura, reputación, imagen).
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A6. Practicar siempre un trabajo que responda a normas morales perfectamente claras y definidas, que respeten la dignidad de las personas consultadas en las investigaciones.
- A7. Mantener una actitud ética y positiva en relación con todos los miembros de la organización.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Tres claves para comprender
Tema 2. La empresa, un sistema vivo
Tema 3. La especificidad del DirCom
Tema 4. Imagen y Reputación

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T6 - Capacidad de racionamiento crítico.

T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.

A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.

A7 - Mantenimiento de una actitud crítica y científica para el análisis de contextos comunicacionales en la organización o institución.

P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización

D2 - Conocimiento y evolución histórica de la figura de la comunicación dentro de las organizaciones, así como de los procesos comunicativos implicados.

D3 - Conocimiento del contexto de la economía de servicios en la que tiene su eje la figura del comunicador y la gestión de intangibles.

D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas

P6 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos de un departamento de comunicación

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	10	0
Realización de ejercicios.	16	0
Estudio personal.	25	0
Trabajo en equipo.	6	0
Tutoría.	6	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Investigación estratégica y auditoría de imagen global

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: La concepción de la comunicación empresarial como factor determinante de los criterios sobre investigación, Los Públicos internos y Externos y los modelos de investigación aplicada a la comunicación

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	3

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

T1. Proyectar las problemáticas –desarrolladas en los materiales y en la discusión con el profesor- a los problemas concretos a los que el alumno se enfrenta en su vida laboral a fin de aplicar lo aprendido en la toma de sus decisiones.

T2. Analizar críticamente las situaciones y oportunidades y las relaciones de éstas con los actores sociales implicados en la resolución de los casos planteados.

T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones.

T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.

- T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.
- T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.
- T5. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno.
- T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.
- T7. Aportar soluciones novedosas a los problemas prácticos que debe resolver el alumno, utilizando de forma creativa la documentación propia.
- T8. Aportar perspectivas de análisis, ejemplos y puntos de vista críticos a través de las actividades en el aula virtual.
- T8. Puntualidad en la entrega de los materiales.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.

- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.

- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

- D6. Conocer de las necesidades técnicas, económicas y humanas para la articulación de las distintas herramientas de investigación y diagnóstico.
- D6. Reconocer la solución de comunicación más pertinente para mantener o consolidar la credibilidad y reputación de la institución.
- D6. Elegir la herramienta para el estudio de audiencias online más apropiada para la naturaleza de cada caso.
- D8. Conocer el procedimiento de aplicación de los métodos de estudio de la imagen valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la empresa.
- D8. Conocer de los requerimientos conceptuales y técnicos para la articulación de un proyecto de identidad, marca e imagen corporativa de proyectos de diferente naturaleza.
- D8. Conocer diferentes estrategias y experiencias innovadoras para la valorización de referentes corporativos a través de la marca y otras manifestaciones sensibles.
- P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.
- P2. Conocer las responsabilidades en relación a los públicos internos y externos, y diagnósticos adecuados sobre los mismos, para la planificación y para la gestión ordinaria de la comunicación en la organización.
- P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación.
- P3. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria.
- P5. Conocer y manejar el conjunto de valores intangibles que puede manejar una organización (cultura, reputación, imagen).
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A4. Desarrollar una actitud optimista, segura y ejemplar ante todos por medio de la convicción, no de la imposición
- A4. Conocer las competencias profesionales, el lenguaje propio y las necesidades en la interacción de estamentos, de todos los que participan en la dirección y la comunicación integral de la corporación, respetando, delegando y valorando sus respectivas aportaciones.
- A5. Autoevaluar continuamente los procesos seguidos en el desarrollo profesional, los comportamientos en el equipo de trabajo y los resultados alcanzados en cualquier ámbito.
- A5. Proyectar de manera clara y detallada el planteamiento y plan de trabajo en cualquier tipo de proyecto, de manera que se logre comunicar la capacidad de organizar y supervisar cualquier tipo de iniciativa desde la humildad y la consideración a cada uno de quienes participan en el mismo.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Revisión crítica de los conceptos tradicionales de la comunicación, en la que los emisores y sus mensajes tienen preeminencia. El papel interactivo de los públicos en una concepción actualizada del proceso de comunicación.
Tema 2. Introducción a una concepción teórica y práctica de la escucha como paradigma epistemológico de la investigación. Importancia estratégica que tiene la investigación y la escucha sistematizada de los públicos en las estrategias de comunicación.
Tema 3. Concepto de polifonía. La producción de sentido y los efectos de la comunicación a partir de las percepciones y las reacciones de los receptores.
Tema 4. Los resortes del éxito y las causas de los fracasos de la comunicación. Análisis de los más típicos desencuentros, ruidos y malentendidos entre emisores y receptores.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T6 - Capacidad de razonamiento crítico.

T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.

A4 - Implicación y sensibilidad para organizar y dirigir equipos de comunicación con liderazgo.

A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.

P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización

P5 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	14	0
Realización de ejercicios.	20	0
Estudio personal.	15	0
Trabajo en equipo.	13	0
Tutoría.	13	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

NIVEL 2: Qué necesita saber un DirCom sobre las técnicas de investigación

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	2	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- T1. Capacidad de búsqueda de documentación complementaria que ilustre las respuestas teóricas y prácticas del alumno.
- T2. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica.
- T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.
- T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.
- T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.
- T7. Desarrollar una curiosidad innata hacia lo nuevo (técnicas, tecnologías, medios, estrategias y herramientas de gestión).
- T8. Comprensión global de los contenidos, los conceptos fundamentales –teóricos, metodológicos y terminológicos- y los objetivos del módulo.
- T8. Resolución adecuada de las cuestiones teóricas planteadas, participación en los debates y comentarios de la teoría y casos-estudio y resolución del planteamiento solicitado en el ejercicio práctico final del módulo.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D4. Tomar conciencia plena de la importancia del papel de los receptores en la comunicación empresarial e institucional, Y tomar conciencia de que lo que sucede con estos receptores puede (y debe) ser diagnosticado y gestionado en todos los momentos de los procesos: en la planificación y en el desarrollo de todas las estrategias globales y de los proyectos puntuales de comunicación.
- D6. Conocer las principales herramientas de investigación y diagnóstico que debe utilizar un DirCom para que su trabajo tenga un sentido estratégico.
- D8. Conocer cómo influye la comunicación de las organizaciones en su reputación e imagen.
- D8. Conocer el alcance de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales en las diferentes realidades corporativas y comprender su dinámica para considerarlos en cualquier tipo de proyecto.
- P2. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones
- P2. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor
- P3. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.
- P5. Conocer los pasos necesarios implicados en el diseño y ejecución de un plan de comunicación para una organización.
- P5. Saber diseñar planes estratégicos de acción y comunicación, y saber diseñar las investigaciones pertinentes para el control de resultados.
- A2. Reconocer los límites propios en las responsabilidades asignadas en comunicación.
- A4. Conocer las funciones propias del comunicador como estrategia institucional y su importancia para el posicionamiento de las organizaciones.
- A5. Desarrollar una curiosidad hacia las nuevas tendencias que marcan la pauta en el ámbito gerencial.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

- G2.** Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3.** Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4.** Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Los modelos prototípicos de la investigación aplicada a la comunicación .
- Tema 2. Las técnicas de investigación aplicadas a proyectos tácticos o estratégicos de comunicación.
- Tema 3. Mix de procesos técnicos en la auditoría de imagen global.
- Tema 4. Introducción a las técnicas básicas de investigación que se aplican a la gestión de la imagen y la comunicación:
- 4.1. Concepto de mix metodológico.
- 4.2. Focus groups.
- 4.3. Entrevistas en profundidad.
- 4.4. Análisis DAFO con los líderes estratégicos.
- 4.5. La investigación etnográfica
- 4.6. Estudios cuantitativos mediante encuestas.
- 4.7. Métodos y prácticas de investigación online y en Web 2.0.
- 4.8. Algunas herramientas para el análisis del sitio Web de la empresa.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2** - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3** - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4** - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6** - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9** - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

- T1** - Capacidad de toma de decisiones.
- T2** - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.
- T3** - Capacidad de organización y planificación.
- T4** - Capacidad de análisis y síntesis.
- T6** - Capacidad de razonamiento crítico.

T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.

A4 - Implicación y sensibilidad para organizar y dirigir equipos de comunicación con liderazgo.

A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.

P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización

D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas

P5 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	6	0
Realización de ejercicios.	10	0
Estudio personal.	17	0
Trabajo en equipo.	8	0
Tutoría.	9	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0

Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Comunicación institucional y liderazgo		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Complejidad y liderazgo institucional. Diagnóstico de espacios de intervención		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	2	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T1. Capacidad de búsqueda de documentación complementaria que ilustre las respuestas teóricas y prácticas del alumno.</p> <p>T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.</p> <p>T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.</p> <p>T5. Capacidad para profundizar en los materiales de modo personal a partir de las propuestas generales del profesor, los comentarios y opiniones de los compañeros y del análisis propio.</p> <p>T5. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno.</p> <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <p>D4. Conocer de las necesidades técnicas, económicas y humanas para la articulación de las distintas herramientas de investigación y diagnóstico.</p> <p>D4. Reconocer la solución de comunicación más pertinente para mantener o consolidar la credibilidad y reputación Institución.</p> <p>D6. Elegir la herramienta para el estudio de audiencias online más apropiada para la naturaleza de cada caso.</p> <p>D6. Diseñar correctamente mensajes y respuestas institucionales según el soporte o la plataforma de comunicación elegida.</p> <p>D8. Modelizar las estrategias de imagen global o corporativa así como su implantación y control.</p>		

- D8. Conocer la metodología propia del estudio de imagen para empresas e instituciones.
- P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.
- P2. Conocer las responsabilidades en relación a los públicos internos y externos, y diagnósticos adecuados sobre los mismos, para la planificación y para la gestión ordinaria de la comunicación en la organización.
- P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación.
- P3. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria.
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A3. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A3. Desarrollar una actitud creativa y didáctica con sus inmediatos colaboradores.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Complejidad y Liderazgo institucional.
Tema 2. Diagnóstico de espacios de intervención.
Tema 3. Evaluación de factores estratégicos de desarrollo
Tema 4. Análisis de factores estratégicos de intervención

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

- T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización

D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	6	0
Realización de ejercicios.	10	0
Estudio personal.	17	0
Trabajo en equipo.	8	0
Tutoría.	9	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

NIVEL 2: Proyecto de comunicación institucional		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T1. Proyectar las problemáticas -desarrolladas en los materiales y en la discusión con el profesor- a los problemas concretos a los que el alumno se enfrenta en su vida laboral a fin de aplicar lo aprendido en la toma de sus decisiones.</p> <p>T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.</p> <p>T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.</p> <p>T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.</p> <p>T5. Capacidad de saber la información y documentación que requiere un caso y saber desenvolverse para obtenerla.</p> <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <p>D8. Conocer las principales características de las herramientas de comunicación más habituales de la empresa para su relación con los medios de comunicación.</p> <p>D8. Conocer el modo de articular y estudiar los públicos externos de la empresa, con especial atención a los medios de comunicación.</p> <p>D10. Dimensionar la complejidad del contexto y los condicionantes de un proyecto de comunicación institucional.</p> <p>D10. Conocer las herramientas para el diseño y ejecución de un proyecto estratégico de comunicación institucional.</p> <p>P9. Conocer los pasos necesarios implicados en el diseño y ejecución de un plan de comunicación para una organización.</p> <p>P7. Saber diseñar planes estratégicos de acción y comunicación, y saber diseñar las investigaciones pertinentes para el control de resultados.</p> <p>A3. Mantener una actitud ética y positiva en relación con todos los miembros de la organización.</p> <p>A6. Aprender a trabajar en equipo.</p>		

A6. Conocer el modo en el resto del equipo puede aportar sus conocimientos al beneficio compartido.

G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Despliegue del objetivo estratégico en un tablero de gestión
Tema 2. Articulación de programas de desarrollo
Tema 3. Diseño de indicadores de gestión
Tema 4. Herramientas de gestión y evaluación de acciones

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

D10 - Conocimiento de las fases y aplicación de un plan de comunicación

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.

P7 - Diseñar y ejecutar un plan de comunicación para cualquier tipo de organización, a partir del establecimiento de un calendario de trabajo y una organización sistemática y científica de las herramientas adecuadas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	12	0
Realización de ejercicios.	19	0
Estudio personal.	22	0
Trabajo en equipo.	9	0
Tutoría.	13	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Comunicación de marketing de producto/servicio/Internet

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: El cambio de paradigmas en Internet en la empresa

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	2

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
-------------------	----------------	----------------

Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- T2. Analizar críticamente las situaciones y oportunidades y las relaciones de éstas con los actores sociales implicados en la resolución de los casos planteados.
- T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones.
- T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.
- T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.
- T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.
- T5. Capacidad de saber la información y documentación que requiere un caso y saber desenvolverse para obtenerla.
- T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.
- T7. Aportar soluciones novedosas a los problemas prácticos que debe resolver el alumno, utilizando de forma creativa la documentación propia.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D8. Conocer las principales características de las herramientas de comunicación más habituales de la empresa para su relación con los medios de comunicación.
- D8. Conocer el modo de articular y estudiar los públicos externos de la empresa, con especial atención a los medios de comunicación.
- P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.
- P2. Conocer las responsabilidades en relación a los públicos internos y externos, y diagnósticos adecuados sobre los mismos, para la planificación y para la gestión ordinaria de la comunicación en la organización.
- A6. Practicar siempre un trabajo que responda a normas morales perfectamente claras y definidas, que respeten la dignidad de las personas consultadas en las investigaciones.
- A6. Mantener una actitud ética y positiva en relación con todos los miembros de la organización.
- A7. Autoevaluar continuamente los procesos seguidos en el desarrollo profesional, los comportamientos en el equipo de trabajo y los resultados alcanzados en cualquier ámbito.
- A7. Proyectar de manera clara y detallada el planteamiento y plan de trabajo en cualquier tipo de proyecto, de manera que se logre comunicar la capacidad de organizar y supervisar cualquier tipo de iniciativa desde la humildad y la consideración a cada uno de quienes participan en el mismo.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Aspectos generales del marketing: Evolución, definiciones, variables, conceptos y filosofía
Tema 2. Paradigmas del marketing y la comunicación#n.
Tema 3. Comunicación corporativa en Internet: de lo individual a lo colectivo.

Ensayo teórico y análisis de casos. 1. Elaboración de un trabajo teórico-práctico en torno a la temática "marketing y comunicación en Internet" a partir del manual, la bibliografía y los documentos que el alumno considere adecuados. El ensayo deberá contener un modelo práctico para el análisis de la comunicación corporativa de una institución o empresa en Internet.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

- T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.
- T3 - Capacidad de organización y planificación.
- T4 - Capacidad de análisis y síntesis.
- T5 - Capacidad de gestión de la información.
- T6 - Capacidad de razonamiento crítico.
- T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.
- T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.
- T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

- D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación
- A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.
- A7 - Mantenimiento de una actitud crítica y científica para el análisis de contextos comunicacionales en la organización o institución.
- P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	7	0
Realización de ejercicios.	15	0
Estudio personal.	10	0
Trabajo en equipo.	9	0
Tutoría.	9	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
<p>Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.</p> <p>Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.</p> <p>Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.</p> <p>Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.</p> <p>Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.</p>		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0
NIVEL 2: Herramientas para gestión de reputación online		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	

No No

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- T2. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica.
- T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.
- T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.
- T5. Capacidad para profundizar en los materiales de modo personal a partir de las propuestas generales del profesor, los comentarios y opiniones de los compañeros y del análisis propio.
- T5. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno.
- T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.
- T7. Desarrollar una curiosidad innata hacia lo nuevo (técnicas, tecnologías, medios, estrategias y herramientas de gestión).
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D7. Conocer las principales características de las herramientas online y el uso habitual que se hace de ellas.
- D7. Conocer las particularidades de la web 2.0 y sus aplicaciones en el ámbito de la Dirección en Comunicación.
- P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.
- P2. Conocer las responsabilidades en relación a los públicos internos y externos, y diagnósticos adecuados sobre los mismos, para la planificación y para la gestión ordinaria de la comunicación en la organización.
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A3. Reconocer los límites propios en las responsabilidades asignadas en comunicación.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Plan de comunicación online y Publicidad online
- Tema 2. Gestión de la comunicación corporativa a través del "Social Media Plan".

Comentario y resolución de casos prácticos. Análisis de caso. Estudio de la gestión de comunicación online de unamarca/servicio/producto/empresa/institución...

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

- T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.
- T3 - Capacidad de organización y planificación.
- T4 - Capacidad de análisis y síntesis.
- T5 - Capacidad de gestión de la información.
- T6 - Capacidad de razonamiento crítico.
- T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
- T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.
- T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.
- T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

- D7 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación
- A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.
- A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.
- P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	9	0
Realización de ejercicios.	19	0
Estudio personal.	17	0
Trabajo en equipo.	18	0
Tutoría.	12	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Cultura organizacional y comunicación interna

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: La comunicación interna

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	2

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

T1. Proyectar las problemáticas -desarrolladas en los materiales y en la discusión con el profesor- a los problemas concretos a los que el alumno se enfrenta en su vida laboral a fin de aplicar lo aprendido en la toma de sus decisiones.

T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.

- T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.
- T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.
- T7. Aportar soluciones novedosas a los problemas prácticos que debe resolver el alumno, utilizando de forma creativa la documentación propia.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D2. Conocer cómo influye la comunicación de las organizaciones en su reputación e imagen.
- D2. Conocer el alcance de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales en las diferentes realidades corporativas y comprender su dinámica para considerarlos en cualquier tipo de proyecto
- D4. Conocer de las necesidades técnicas, económicas y humanas para la articulación de las distintas herramientas de investigación y diagnóstico
- D4. Reconocer la solución de comunicación más pertinente para mantener o consolidar la credibilidad y reputación Institución.
- D5. Elegir la herramienta para el estudio de audiencias online más apropiada para la naturaleza de cada caso.
- D5. Diseñar correctamente mensajes y respuestas institucionales según el soporte o la plataforma de comunicación elegida.
- D5. Conocer y manejar los conceptos y las herramientas relativas al management y la gestión en general y a la cultura organizacional y la comunicación interna en particular.
- P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor.
- P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.
- P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.
- P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación.
- P3. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria.
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A3. Desarrollar una actitud creativa y didáctica con sus inmediatos colaboradores.
- A4. Desarrollar una actitud optimista, segura y ejemplar ante todos por medio de la convicción, no de la imposición.
- A4. Conocer las competencias profesionales, el lenguaje propio y las necesidades en la interacción de estamentos, de todos los que participan en la dirección y la comunicación integral de la corporación, respetando, delegando y valorando sus respectivas aportaciones.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Definición y funciones de la CI
Tema 2. El público interno como público-objetivo
Tema 3. Participación, errores frecuentes y rumor organizacional
Tema 4. El rol del DirCom y la comunicación interna estratégica

Comentario y resolución de casos prácticos.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
T1 - Capacidad de toma de decisiones.
T4 - Capacidad de análisis y síntesis.
T6 - Capacidad de razonamiento crítico.
T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.
T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.
T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.
A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.
A4 - Implicación y sensibilidad para organizar y dirigir equipos de comunicación con liderazgo.
P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.
P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.
P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización
D2 - Conocimiento y evolución histórica de la figura de la comunicación dentro de las organizaciones, así como de los procesos comunicativos implicados.
D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas
D5 - Conocimiento de las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización.
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	5	0
Realización de ejercicios.	13	0
Estudio personal.	11	0
Trabajo en equipo.	12	0
Tutoría.	9	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
<p>Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.</p> <p>Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.</p> <p>Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.</p> <p>Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.</p> <p>Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.</p>		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0
NIVEL 2: Cultura organizacional y cambio organizacional		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- T1. Capacidad de búsqueda de documentación complementaria que ilustre las respuestas teóricas y prácticas del alumno.
- T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.
- T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.
- T7. Desarrollar una curiosidad innata hacia lo nuevo (técnicas, tecnologías, medios, estrategias y herramientas de gestión).
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D5. Tomar conciencia plena de la importancia del papel de los receptores en la comunicación empresarial e institucional, Y tomar conciencia de que lo que sucede con estos receptores puede (y debe) ser diagnosticado y gestionado en todos los momentos de los procesos: en la planificación y en el desarrollo de todas las estrategias globales y de los proyectos puntuales de comunicación.
- D5. Conocer las principales herramientas de investigación y diagnóstico que debe utilizar un DirCom para que su trabajo tenga un sentido estratégico.
- D5. Desarrollar cultura relacional dentro y fuera de la organización.
- P6. Identificar y delimitar correctamente los ámbitos de actuación de una Dirección de Comunicación en su área de Internet
- P7. Designar responsabilidades específicas dentro de un equipo multidisciplinar de trabajo en un departamento de comunicación
- P7. Saber diseñar planes estratégicos de acción y comunicación, y saber diseñar las investigaciones pertinentes para el control de resultados.
- A1. Trabajar en equipo, asignar responsabilidades y ayudar a aprender.
- A1. Utilizar todos los elementos disponibles en el Campus Virtual para la mejora del aprendizaje.
- A1. Desarrollar una curiosidad innata hacia las innovaciones, el aprendizaje y hacia la lectura en general.
- A3. Practicar siempre un trabajo que responda a normas morales perfectamente claras y definidas, que respeten la dignidad de las personas consultadas en las investigaciones.
- A3. Mantener una actitud ética y positiva en relación con todos los miembros de la organización.
- A6. Aprender a trabajar en equipo.
- A6. Conocer el modo en el resto del equipo puede aportar sus conocimientos al beneficio compartido.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Definición y marco
- Tema 2. Las funciones de la comunicación organizacional
- Tema 3. Los antecedentes, cultura y subculturas
- Tema 4. La presión y las barreras del cambio. La cultura de la velocidad

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T6 - Capacidad de racionamiento crítico.

T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.

D5 - Conocimiento de las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización.

P6 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos de un departamento de comunicación

P7 - Diseñar y ejecutar un plan de comunicación para cualquier tipo de organización, a partir del establecimiento de un calendario de trabajo y una organización sistemática y científica de las herramientas adecuadas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	10	0
Realización de ejercicios.	25	0
Estudio personal.	16	0
Trabajo en equipo.	14	0
Tutoría.	10	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Ética, gobierno corporativo y compromiso social

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Responsabilidad Social Empresarial y Empresa Socialmente Responsable

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	3

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
3		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

T2. Analizar críticamente las situaciones y oportunidades y las relaciones de éstas con los actores sociales implicados en la resolución de los casos planteados.

T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones.

- T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.
- T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.
- T5. Capacidad de saber la información y documentación que requiere un caso y saber desenvolverse para obtenerla.
- T5. Capacidad para profundizar en los materiales de modo personal a partir de las propuestas generales del profesor, los comentarios y opiniones de los compañeros y del análisis propio.
- T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.
- T8. Puntualidad en la entrega de los materiales.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D1. Tomar conciencia plena de la importancia del papel de los receptores en la comunicación empresarial e institucional, Y tomar conciencia de que lo que sucede con estos receptores puede (y debe) ser diagnosticado y gestionado en todos los momentos de los procesos: en la planificación y en el desarrollo de todas las estrategias globales y de los proyectos puntuales de comunicación.
- D1. Conocer las principales herramientas de investigación y diagnóstico que debe utilizar un DirCom para que su trabajo tenga un sentido estratégico.
- D9. Gestionar las comunicaciones con sentido sistémico y espíritu humanista.
- D9. Entender la importancia de la sostenibilidad en base a procesos de prácticas corporativas.
- D9. Dominar las prácticas de Gobierno Corporativo transparentes como estrategias de fortalecimiento institucional de la organización.
- P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones.
- P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor.
- P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A3. Desarrollar una actitud creativa y didáctica con sus inmediatos colaboradores.
- A5. Autoevaluar continuamente los procesos seguidos en el desarrollo profesional, los comportamientos en el equipo de trabajo y los resultados alcanzados en cualquier ámbito.
- A5. Proyectar de manera clara y detallada el planteamiento y plan de trabajo en cualquier tipo de proyecto, de manera que se logre comunicar la capacidad de organizar y supervisar cualquier tipo de iniciativa desde la humildad y la consideración a cada uno de quienes participan en el mismo.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. La RSE: moda, conciencia y filantropía.
- Tema 2. Relación con Stakeholders y competitividad responsable.
- Tema 3. Sustentabilidad y balance social.
- Tema 4. De Imagen a Reputación.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

- T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.
- T4 - Capacidad de análisis y síntesis.
- T5 - Capacidad de gestión de la información.
- T6 - Capacidad de razonamiento crítico.
- T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.
- T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.
- T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.
- T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

- D9 - Conocimiento de la ética y deontología profesional de la comunicación interna y externa de las organizaciones
- A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.
- A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.
- A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.
- P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.
- D1 - Conocimiento teórico y práctico de los fenómenos generales asociados a la comunicación en el ámbito empresarial.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	10	0
Realización de ejercicios.	21	0
Estudio personal.	15	0
Trabajo en equipo.	17	0

Tutoría.	12	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
<p>Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.</p> <p>Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.</p> <p>Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.</p> <p>Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.</p> <p>Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.</p>		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0
NIVEL 2: Prácticas de Buen Gobierno Corporativo		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	2	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
2		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T2. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica.</p> <p>T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.</p> <p>T5. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno.</p>		

- T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.
- T8. Comprensión global de los contenidos, los conceptos fundamentales –teóricos, metodológicos y terminológicos- y los objetivos del módulo.
- T8. Resolución adecuada de las cuestiones teóricas planteadas, participación en los debates y comentarios de la teoría y casos-estudio y resolución del planteamiento solicitado en el ejercicio práctico final del módulo.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D2. Conocer cómo influye la comunicación de las organizaciones en su reputación e imagen.
- D2. Conocer el alcance de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales en las diferentes realidades corporativas y comprender su dinámica para considerarlos en cualquier tipo de proyecto
- D2. Practicar la visión holística y la gestión global de las comunicaciones.
- P4. Diseñar espacios corporativos en la Red con el fin de mejorar la imagen pública de la empresa.
- P4. Saber diseñar políticas y estrategias de comunicación e imagen para públicos específicos, y establecer sistemas de control.
- P5. Saber el modo de aplicar las herramientas de comunicación para lograr los objetivos de imagen ante los destinatarios.
- P5. Conocer y manejar el conjunto de valores intangibles que puede manejar una organización (cultura, reputación, imagen).
- A1. Trabajar en equipo, asignar responsabilidades y ayudar a aprender.
- A1. Utilizar todos los elementos disponibles en el Campus Virtual para la mejora del aprendizaje.
- A1. Desarrollar una curiosidad innata hacia las innovaciones, el aprendizaje y hacia la lectura en general.
- A3. Practicar siempre un trabajo que responda a normas morales perfectamente claras y definidas, que respeten la dignidad de las personas consultadas en las investigaciones.
- A3. Mantener una actitud ética y positiva en relación con todos los miembros de la organización.
- A6. Aprender a trabajar en equipo.
- A6. Conocer el modo en el resto del equipo puede aportar sus conocimientos al beneficio compartido.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. De las RRPP al Buen Gobierno Corporativo.
Tema 2. Principios, obstáculos, problemáticas y códigos éticos.
Tema 3. Ingeniería financiera, contabilidad creativa y transparencia.
Tema 4. Ética, RSE y ESR.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T6 - Capacidad de racionamiento crítico.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.

D2 - Conocimiento y evolución histórica de la figura de la comunicación dentro de las organizaciones, así como de los procesos comunicativos implicados.

P4 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa.

P5 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	6	0
Realización de ejercicios.	18	0
Estudio personal.	10	0
Trabajo en equipo.	10	0
Tutoría.	6	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Identidad, marca e imagen corporativa

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Definición de identidad de empresa y producto/servicio

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	2

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	2	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

T2. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica.

T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.

T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.

T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.

T5. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno.

T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.

T7. Aportar soluciones novedosas a los problemas prácticos que debe resolver el alumno, utilizando de forma creativa la documentación propia.

T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.

T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.

T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

D2. Conocer cómo influye la comunicación de las organizaciones en su reputación e imagen.

D2. Conocer el alcance de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales en las diferentes realidades corporativas y comprender su dinámica para considerarlos en cualquier tipo de proyecto

D2. Practicar la visión holística y la gestión global de las comunicaciones.

D3. Entender la importancia de construir y mantener confianza para generar credibilidad y lealtad en los mercados en los que las empresas laboran.

D3. Definir estrategias de Identidad, Cultura, Comunicación e Imagen, y gestionarlas.

P2. Marcar como prioridad la importancia de la implicación de la Dirección de la empresa en la gestión permanente de la comunicación en la organización.

P5. Conocer y manejar el conjunto de valores intangibles que puede manejar una organización (cultura, reputación, imagen).

A1. Trabajar en equipo, asignar responsabilidades y ayudar a aprender.

A1. Utilizar todos los elementos disponibles en el Campus Virtual para la mejora del aprendizaje.

A1. Desarrollar una curiosidad innata hacia las innovaciones, el aprendizaje y hacia la lectura en general.

A3. Desarrollar una actitud optimista, segura y ejemplar ante todos por medio de la convicción, no de la imposición.

A3. Conocer las competencias profesionales, el lenguaje propio y las necesidades en la interacción de estamentos, de todos los que participan en la dirección y la comunicación integral de la corporación, respetando, delegando y valorando sus respectivas aportaciones.

A4. Aprender a trabajar en equipo.

A4. Conocer el modo en el resto del equipo puede aportar sus conocimientos al beneficio compartido.

G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Historia y evolución de la identidad gráfica
Tema 2. Identidad corporativa y de producto/servicio
Tema 3. Integrantes sensibles de la identidad

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T6 - Capacidad de razonamiento crítico.

T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

A4 - Implicación y sensibilidad para organizar y dirigir equipos de comunicación con liderazgo.

P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

D2 - Conocimiento y evolución histórica de la figura de la comunicación dentro de las organizaciones, así como de los procesos comunicativos implicados.

D3 - Conocimiento del contexto de la economía de servicios en la que tiene su eje la figura del comunicador y la gestión de intangibles.

P5 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	6	0
Realización de ejercicios.	18	0
Estudio personal.	10	0

Trabajo en equipo.	10	0
Tutoría.	6	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

NIVEL 2: Identidad, imagen corporativa y estrategias de comunicación en proyectos estratégicos

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	3

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones.

- T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.
- T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.
- T5. Capacidad de saber la información y documentación que requiere un caso y saber desenvolverse para obtenerla.
- T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.
- T7. Desarrollar una curiosidad innata hacia lo nuevo (técnicas, tecnologías, medios, estrategias y herramientas de gestión).
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.

- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.

- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

- D3. Conocer y comprender la evolución y adaptación de la figura del comunicador en la empresa.
- D3. Conocer la organización, el funcionamiento, y el lenguaje de los profesionales de la dirección de comunicación.
- D4. Modelizar las estrategias de imagen global o corporativa así como su implantación y control.
- D4. Conocer la metodología propia del estudio de imagen para empresas e instituciones.
- D4. Conocer el procedimiento de aplicación de los métodos de estudio de la imagen valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la empresa.
- D7. Conocer de los requerimientos conceptuales y técnicos para la articulación de un proyecto de identidad, marca e imagen corporativa de proyectos de diferente naturaleza.
- D10. Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación.
- P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones.
- P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor.
- P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.
- P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación.
- P6. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria.
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada
- A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse
- A3. Conocer las funciones propias del comunicador como estrategia institucional y su importancia para el posicionamiento de las organizaciones
- A7. Desarrollar una curiosidad hacia las nuevas tendencias que marcan la pauta en el ámbito gerencial.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Descifrar y construir la Identidad.
- Tema 2. Aspectos sensibles de la identidad y estrategias de comunicación corporativa.
- Tema 3. Marca, definición, valorización y gestión.

Tema 4. Diferenciación y posicionamiento en el mercado:

- Diseño estratégico de producto y de comunicación.
- Revisión y rediseño de la imagen corporativa.

Tema 5. Diseño del programa de identidad visual corporativa.

Tema 6. Perfil y función del diseñador.

Tema 7. Comunicación y cultura.

Tema 8. Concepto de diseño estratégico.

Tema 9. Sistema para un proyecto de diseño estratégico

Tema 10. Estudio de casos de diseño estratégico

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T6 - Capacidad de razonamiento crítico.

T7 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

- D7 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación
- D10 - Conocimiento de las fases y aplicación de un plan de comunicación
- A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.
- A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.
- A7 - Mantenimiento de una actitud crítica y científica para el análisis de contextos comunicacionales en la organización o institución.
- P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.
- P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización
- D3 - Conocimiento del contexto de la economía de servicios en la que tiene su eje la figura del comunicador y la gestión de intangibles.
- D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas
- P6 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos de un departamento de comunicación

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	10	0
Realización de ejercicios.	20	0
Estudio personal.	18	0
Trabajo en equipo.	16	0
Tutoría.	11	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Comunicación en la gestión de crisis

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: La prevención en la crisis

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	2	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	2	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T2. Analizar críticamente las situaciones y oportunidades y las relaciones de éstas con los actores sociales implicados en la resolución de los casos planteados.</p> <p>T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones.</p> <p>T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.</p> <p>T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.</p> <p>T8. Aportar perspectivas de análisis, ejemplos y puntos de vista críticos a través de las actividades en el aula virtual.</p> <p>T8. Puntualidad en la entrega de los materiales.</p> <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <p>D4. Elegir la herramienta para el estudio de audiencias online más apropiada para la naturaleza de cada caso.</p> <p>D4. Reconocer las formas no convencionales de difusión de mensajes comerciales e institucionales gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación.</p> <p>D4. Reconocer la solución de comunicación más pertinente para mantener o consolidar la credibilidad y reputación Institución.</p> <p>D4. Diseñar correctamente mensajes y respuestas institucionales según el soporte o la plataforma de comunicación elegida.</p> <p>D6. Modelizar las estrategias de imagen global o corporativa así como su implantación y control.</p> <p>D6. Conocer diferentes estrategias y experiencias innovadoras para la valorización de referentes corporativos a través de la marca y otras manifestaciones sensibles.</p> <p>D6. Conocer la metodología propia del estudio de imagen para empresas e instituciones.</p>		

- D6. Conocer el procedimiento de aplicación de los métodos de estudio de la imagen valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la empresa.
- P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación.
- P3. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria.
- P5. Conocer las responsabilidades propias de la comunicación de crisis dentro de la gestión ordinaria de la comunicación en la organización.
- P5. Manejar las posibles soluciones y las herramientas para la gestión de la comunicación de las organizaciones en situaciones de crisis.
- A2. Conocer las funciones propias del comunicador como estrategia institucional y su importancia para el posicionamiento de las organizaciones.
- A2. Desarrollar una curiosidad hacia las nuevas tendencias que marcan la pauta en el ámbito gerencial.
- A7. Autoevaluar continuamente los procesos seguidos en el desarrollo profesional, los comportamientos en el equipo de trabajo y los resultados alcanzados en cualquier ámbito.
- A7. Proyectar de manera clara y detallada el planteamiento y plan de trabajo en cualquier tipo de proyecto, de manera que se logre comunicar la capacidad de organizar y supervisar cualquier tipo de iniciativa desde la humildad y la consideración a cada uno de quienes participan en el mismo.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Fórmulas, sistemas y preparación ante una crisis.
Tema 2. Instrumentos ante el estallido de una crisis.
Tema 3. Modelos de gestión de crisis y su función estratégica.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación
- G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

- T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.
- T3 - Capacidad de organización y planificación.

T6 - Capacidad de racionamiento crítico.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.

A7 - Mantenimiento de una actitud crítica y científica para el análisis de contextos comunicacionales en la organización o institución.

P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización

D4 - Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación en las organizaciones no lucrativas, en las instituciones públicas y en las empresas

P5 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	5	0
Realización de ejercicios.	15	0
Estudio personal.	12	0
Trabajo en equipo.	10	0
Tutoría.	8	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

NIVEL 2: El plan de comunicación de crisis

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
----------	-------------

ECTS NIVEL 2		3
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T2. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica.</p> <p>T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.</p> <p>T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.</p> <p>T8. Comprensión global de los contenidos, los conceptos fundamentales –teóricos, metodológicos y terminológicos- y los objetivos del módulo.</p> <p>T8. Resolución adecuada de las cuestiones teóricas planteadas, participación en los debates y comentarios de la teoría y casos-estudio y resolución del planteamiento solicitado en el ejercicio práctico final del módulo.</p> <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <p>D5. Desarrollar estrategias para el cambio cultural y la comunicación.</p> <p>D8. Conocer las principales características de las herramientas de comunicación más habituales de la empresa para su relación con los medios de comunicación.</p> <p>D8. Conocer el modo de articular y estudiar los públicos externos de la empresa, con especial atención a los medios de comunicación.</p> <p>P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones.</p> <p>P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor.</p> <p>P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.</p> <p>P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.</p> <p>P2. Conocer las responsabilidades en relación a los públicos internos y externos, y diagnósticos adecuados sobre los mismos, para la planificación y para la gestión ordinaria de la comunicación en la organización.</p> <p>P5. Conocer y manejar el conjunto de valores intangibles que puede manejar una organización (cultura, reputación, imagen).</p>		

A3. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.

A3. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.

A6. Conocer las funciones propias del comunicador como estrategia institucional y su importancia para el posicionamiento de las organizaciones.

A6. Desarrollar una curiosidad hacia las nuevas tendencias que marcan la pauta en el ámbito gerencial.

G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Conceptos generales del plan de crisis.
Tema 2. Instrumentos de comunicación e investigación.
Tema 3. Identificación de públicos.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T6 - Capacidad de razonamiento crítico.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.

P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.

P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

D5 - Conocimiento de las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización.

P5 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de la empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	9	0
Realización de ejercicios.	24	0
Estudio personal.	18	0
Trabajo en equipo.	15	0
Tutoría.	9	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Relaciones con los medios y líderes de opinión

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Rutinas productivas y relaciones con los medios

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	2
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral	

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	2	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T1. Proyectar las problemáticas -desarrolladas en los materiales y en la discusión con el profesor- a los problemas concretos a los que el alumno se enfrenta en su vida laboral a fin de aplicar lo aprendido en la toma de sus decisiones.</p> <p>T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.</p> <p>T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.</p> <p>T5. Capacidad de saber la información y documentación que requiere un caso y saber desenvolverse para obtenerla.</p> <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <p>D6. Conocer la metodología propia del estudio de imagen para empresas e instituciones</p> <p>D6. Conocer el procedimiento de aplicación de los métodos de estudio de la imagen valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la empresa</p> <p>D8. Conocer diferentes estrategias y experiencias innovadoras para la valoración de referentes corporativos a través de la marca y otras manifestaciones sensibles.</p> <p>D8. Conocer las principales características de las herramientas de comunicación más habituales de la empresa para su relación con los medios de comunicación.</p> <p>D8. Conocer el modo de articular y estudiar los públicos externos de la empresa, con especial atención a los medios de comunicación.</p> <p>P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones.</p> <p>P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.</p> <p>P2. Conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización.</p> <p>A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.</p> <p>A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.</p> <p>A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.</p>		

A6. Practicar siempre un trabajo que responda a normas morales perfectamente claras y definidas, que respeten la dignidad de las personas consultadas en las investigaciones.

A6. Mantener una actitud ética y positiva en relación con todos los miembros de la organización.

G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Fórmulas y sistemas de la relación con los medios.
Tema 2. Instrumentos de las organizaciones para la gestión de relaciones informativas.
Tema 3. Funcionamiento de las redacciones y requisitos profesionales.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

- D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo
- D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación
- A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.
- A6 - Reconocimiento y respeto a las normas éticas y deontológicas en la figura de un DirCom.
- P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.
- P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	5	0
Realización de ejercicios.	16	0
Estudio personal.	12	0
Trabajo en equipo.	10	0
Tutoría.	7	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

NIVEL 2: Públicos, audiencias y relaciones con los líderes de opinión

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- T1. Capacidad de búsqueda de documentación complementaria que ilustre las respuestas teóricas y prácticas del alumno.
- T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.
- T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.
- T5. Capacidad para profundizar en los materiales de modo personal a partir de las propuestas generales del profesor, los comentarios y opiniones de los compañeros y del análisis propio.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D7. Conocer las principales características de las herramientas online y el uso habitual que se hace de ellas.
- D8. Uso correcto de estrategias, públicos y canales según las características de cada mensaje.
- D9. Aplicación de la ética y deontología de la profesión.
- P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación.
- P4. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria.
- A3. Desarrollar una actitud creativa y didáctica con sus inmediatos colaboradores.
- A5. Conocer las implicaciones de cada acción en un gabinete.
- G1.** Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2.** Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3.** Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4.** Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Tema 1. Principales modelos para medir audiencias.
Tema 2. Impacto público de los mensajes distribuidos por medios de comunicación social.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T5 - Capacidad de gestión de la información.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D7 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

D9 - Conocimiento de la ética y deontología profesional de la comunicación interna y externa de las organizaciones

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.

P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización

P4 - Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	5	0
Realización de ejercicios.	24	0
Estudio personal.	20	0
Trabajo en equipo.	14	0
Tutoría.	12	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Plan Estratégico de Comunicación

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Planeación Estratégica y el Plan Estratégico de Comunicación (PEC)

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	2	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	2	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

T2. Analizar críticamente las situaciones y oportunidades y las relaciones de éstas con los actores sociales implicados en la resolución de los casos planteados.

T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones.

- T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.
- T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.
- T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.
- T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.
- T8. Aportar perspectivas de análisis, ejemplos y puntos de vista críticos a través de las actividades en el aula virtual.
- T8. Puntualidad en la entrega de los materiales.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D1. Tomar conciencia plena de la importancia del papel de los receptores en la comunicación empresarial e institucional, Y tomar conciencia de que lo que sucede con estos receptores puede (y debe) ser diagnosticado y gestionado en todos los momentos de los procesos: en la planificación y en el desarrollo de todas las estrategias globales y de los proyectos puntuales de comunicación.
- D1. Conocer las principales herramientas de investigación y diagnóstico que debe utilizar un DirCom para que su trabajo tenga un sentido estratégico.
- D8. Manejar el procedimiento de análisis de diagnóstico del entorno valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la organización.
- P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones.
- P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor.
- A1. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A1. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A1. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A5. Autoevaluar continuamente los procesos seguidos en el desarrollo profesional, los comportamientos en el equipo de trabajo y los resultados alcanzados en cualquier ámbito.
- A5. Proyectar de manera clara y detallada el planteamiento y plan de trabajo en cualquier tipo de proyecto, de manera que se logre comunicar la capacidad de organizar y supervisar cualquier tipo de iniciativa desde la humildad y la consideración a cada uno de quienes participan en el mismo.
- G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.
- G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.
- G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.
- G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Definición de Planeación y Direccionamiento Estratégico.
Tema 2. Etapas de la Planeación. Ingeniería del Plan Estratégico. Tema 3. Los conceptos de Plan, Estrategia, Comunicación y Organización.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T6 - Capacidad de racionamiento crítico.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.

P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.

D1 - Conocimiento teórico y práctico de los fenómenos generales asociados a la comunicación en el ámbito empresarial.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	6	0
Realización de ejercicios.	18	0
Estudio personal.	10	0
Trabajo en equipo.	9	0
Tutoría.	7	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0

NIVEL 2: Metodología para realizar un PEC

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	3

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	3	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

T2. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica.

T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.

T4. Superación de las opiniones personales en el análisis de la realidad estudiada.

T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.

T8. Comprensión global de los contenidos, los conceptos fundamentales –teóricos, metodológicos y terminológicos- y los objetivos del módulo.

T8. Resolución adecuada de las cuestiones teóricas planteadas, participación en los debates y comentarios de la teoría y casos-estudio y resolución del planteamiento solicitado en el ejercicio práctico final del módulo.

T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.

T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.

T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

D6. Modelizar las estrategias de imagen global o corporativa así como su implantación y control

D6. Conocer la metodología propia del estudio de imagen para empresas e instituciones.

D10. Dimensionar la complejidad del contexto y los condicionantes de un proyecto de comunicación institucional.

D10. Conocer las herramientas para el diseño y ejecución de un proyecto estratégico de comunicación institucional.

P7. Conocer los pasos necesarios implicados en el diseño y ejecución de un plan de comunicación para una organización.

A1. Trabajar en equipo, asignar responsabilidades y ayudar a aprender.

A1. Utilizar todos los elementos disponibles en el Campus Virtual para la mejora del aprendizaje

A1. Desarrollar una curiosidad innata hacia las innovaciones, el aprendizaje y hacia la lectura en general.

A4. Desarrollar una actitud optimista, segura y ejemplar ante todos por medio de la convicción, no de la imposición.

A4. Conocer las competencias profesionales, el lenguaje propio y las necesidades en la interacción de estamentos, de todos los que participan en la dirección y la comunicación integral de la corporación, respetando, delegando y valorando sus respectivas aportaciones

G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Tema 1. Análisis de situación Interno y Externo. Análisis DOFA.
Tema 2. Objetivos, estrategias, mensajes, acciones y tácticas. Tema 3. Indicadores, cronogramas y presupuesto.

Comentario y resolución de casos prácticos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T6 - Capacidad de razonamiento crítico.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo

D10 - Conocimiento de las fases y aplicación de un plan de comunicación

A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A4 - Implicación y sensibilidad para organizar y dirigir equipos de comunicación con liderazgo.

P7 - Diseñar y ejecutar un plan de comunicación para cualquier tipo de organización, a partir del establecimiento de un calendario de trabajo y una organización sistemática y científica de las herramientas adecuadas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Búsqueda bibliográfica.	9	0
Realización de ejercicios.	24	0
Estudio personal.	15	0
Trabajo en equipo.	15	0
Tutoría.	12	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

Con el fin de desarrollar la exposición de conceptos clave, demostración de conocimientos y competencias, o la explicación de técnicas, la dinámica de cada módulo no sólo se basará en las dinámicas profesor-alumno, sino que también aprovechará las características del campus virtual para fomentar y optimizar las dinámicas alumno-alumno.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas teóricas.	40.0	40.0
Resolución de un supuesto práctico basado en la teoría.	40.0	40.0
Se valora la participación y la calidad de las aportaciones del alumno.	20.0	20.0
5.5 NIVEL 1: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>T2. Analizar críticamente las situaciones y oportunidades y las relaciones de éstas con los actores sociales implicados en la resolución de los casos planteados.</p> <p>T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones.</p> <p>T2. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica.</p> <p>T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias.</p> <p>T3. Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido.</p> <p>T4. Analizar de forma crítica y sistemática las situaciones planteadas.</p> <p>T4. Usar adecuadamente la documentación teórica y práctica aportada.</p> <p>T6. Analizar las preguntas y el ejercicio práctico planteado desde una perspectiva crítica, argumentada y razonada.</p> <p>T6. Localizar y ponderar los argumentos empleados para la resolución de los casos empleados.</p>		

- T8. Aportar perspectivas de análisis, ejemplos y puntos de vista críticos a través de las actividades en el aula virtual.
- T8. Puntualidad en la entrega de los materiales.
- T8. Comprensión global de los contenidos, los conceptos fundamentales –teóricos, metodológicos y terminológicos- y los objetivos del módulo.
- T8. Resolución adecuada de las cuestiones teóricas planteadas, participación en los debates y comentarios de la teoría y casos-estudio y resolución del planteamiento solicitado en el ejercicio práctico final del módulo.
- T9. Desarrollar el respeto hacia la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
- T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.
- T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.
- D1. Tomar conciencia plena de la importancia del papel de los receptores en la comunicación empresarial e institucional, Y tomar conciencia de que lo que sucede con estos receptores puede (y debe) ser diagnosticado y gestionado en todos los momentos de los procesos: en la planificación y en el desarrollo de todas las estrategias globales y de los proyectos puntuales de comunicación.
- D1. Conocer las principales herramientas de investigación y diagnóstico que debe utilizar un DirCom para que su trabajo tenga un sentido estratégico.
- D6. Conocer la metodología propia del estudio de imagen para empresas e instituciones.
- D6. Conocer el procedimiento de aplicación de los métodos de estudio de la imagen valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la empresa.
- D6. Conocer de los requerimientos conceptuales y técnicos para la articulación de un proyecto de identidad, marca e imagen corporativa de proyectos de diferente naturaleza.
- D6. Conocer diferentes estrategias y experiencias innovadoras para la valoración de referentes corporativos a través de la marca y otras manifestaciones sensibles.
- D8. Asumir el rol de portavoz institucional por delegación de presidencia.
- D8. Manejar el procedimiento de análisis de diagnóstico del entorno valorando los objetivos perseguidos y los medios a disposición de la organización.
- D10. Dimensionar la complejidad del contexto y los condicionantes de un proyecto de comunicación institucional.
- D10. Conocer las herramientas para el diseño y ejecución de un proyecto estratégico de comunicación institucional.
- P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones.
- P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocrítica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor.
- P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones.
- P1. Conocer los pasos necesarios implicados en el diseño y ejecución de un plan de comunicación para una organización.
- A1. Trabajar en equipo, asignar responsabilidades y ayudar a aprender.
- A1. Utilizar todos los elementos disponibles en el Campus Virtual para la mejora del aprendizaje
- A1. Desarrollar una curiosidad innata hacia las innovaciones, el aprendizaje y hacia la lectura en general.
- A2. Desarrollar una visión positiva frente a los desafíos que se le presenten.
- A2. Asumir la actitud de observar y reflexionar continuamente ante todo lo que se ofrezca a nuestra atención, aunque no tenga en ese momento una aplicación a ningún caso o necesidad profesional planteada.
- A2. Extrapolar siempre las reflexiones y conclusiones extraídas de cualquier caso o ámbito determinado a otras situaciones o soluciones que puedan darse.
- A4. Desarrollar una actitud optimista, segura y ejemplar ante todos por medio de la convicción, no de la imposición.
- A4. Conocer las competencias profesionales, el lenguaje propio y las necesidades en la interacción de estamentos, de todos los que participan en la dirección y la comunicación integral de la corporación, respetando, delegando y valorando sus respectivas aportaciones.
- A7. Autoevaluar continuamente los procesos seguidos en el desarrollo profesional, los comportamientos en el equipo de trabajo y los resultados alcanzados en cualquier ámbito.
- A7. Proyectar de manera clara y detallada el planteamiento y plan de trabajo en cualquier tipo de proyecto, de manera que se logre comunicar la capacidad de organizar y supervisar cualquier tipo de iniciativa desde la humildad y la consideración a cada uno de quienes participan en el mismo.

G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

- Realización del Trabajo Fin de Máster (TFM)

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T4 - Capacidad de análisis y síntesis.

T6 - Capacidad de racionamiento crítico.

T8 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D6 - Estudio de los procesos de investigación de la imagen y la marca de las instituciones sociales de cualquier tipo

D8 - Estudio de las estrategias, herramientas, públicos y canales para la difusión pública de la organización en los medios de comunicación

D10 - Conocimiento de las fases y aplicación de un plan de comunicación

A1 - Adquisición de conocimiento de las responsabilidades propias de la figura del director de comunicación y de su equipo de trabajo.

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.

A4 - Implicación y sensibilidad para organizar y dirigir equipos de comunicación con liderazgo.

A7 - Mantenimiento de una actitud crítica y científica para el análisis de contextos comunicacionales en la organización o institución.

P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.

D1 - Conocimiento teórico y práctico de los fenómenos generales asociados a la comunicación en el ámbito empresarial.

P7 - Diseñar y ejecutar un plan de comunicación para cualquier tipo de organización, a partir del establecimiento de un calendario de trabajo y una organización sistemática y científica de las herramientas adecuadas.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Defensa del Trabajo Fin de Máster.	1	1
Preparación de la Defensa del TFM.	1	0
Búsqueda bibliográfica.	28	0
Realización de ejercicios.	75	0
Estudio personal.	24	0
Tutoría.	23	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Todos los profesores programan con carácter periódico una serie de tutorías, mediante la utilización de canales de comunicación sincrónica del campus virtual, para realizar un seguimiento de las dudas del alumno tanto en la parte de preguntas teóricas como en la de resolución del caso práctico.

Exposición oral ante un tribunal evaluador del Trabajo Fin de Máster.

Con la asesoría del tutor, el alumno realizará el TFM como reflejo de los conocimientos y competencias adquiridas a lo largo de los diferentes módulos

El alumno, apoyado por su tutor de TFM, prepara un guión para la exposición ante el Tribunal donde se expondrán aquellos puntos fuertes del trabajo y los principales puntos de valor añadido, que evidencian que el alumno ha alcanzado las competencias pertinentes con el trabajo.

Búsqueda, consulta y asimilación de la bibliografía propuesta por el profesor para la resolución de las diferentes actividades. Este proceso resulta vital para una correcta preparación de los ejercicios, casos y trabajos prácticos.

Una parte esencial en el desarrollo de cada materia se basa en la realización de trabajos sobre materiales teóricos ofrecidos por el profesor, así como en la resolución de casos prácticos basados en los materiales seleccionados y entregados al alumno al inicio de cada módulo.

Estudio personal teórico y práctico del alumno para asimilar los materiales y temas presentados en las actividades y preparar posibles dudas a resolver en las tutorías, con vistas a la realización de las preguntas teóricas y la resolución del caso práctico.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Realización del TFM según los objetivos definidos.	80.0	80.0
Defensa oral del TFM ante un tribunal evaluador.	20.0	20.0

5.5 NIVEL 1: Practicum

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: Practicum

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Prácticas Externas
ECTS NIVEL 2	4

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	4	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • T1. Proyectar las problemáticas -desarrolladas en los materiales y en la discusión con el profesor- a los problemas concretos a los que el alumno se enfrenta en su vida laboral a fin de aplicar lo aprendido en la toma de sus decisiones • T1.Capacidad de búsqueda de documentación complementaria que ilustre las respuestas teóricas y prácticas del alumno • T2. Analizar críticamente las situaciones y oportunidades y las relaciones de éstas con los actores sociales implicados en la resolución de los casos planteados • T2. Utilizar la documentación teórica como refuerzo de los argumentos del alumno en el módulo sobre la base de la creatividad necesaria para las nuevas situaciones • T3. Asimilar la documentación facilitada y comentada para que pueda aplicarse eficazmente en la práctica • T3. Comprensión global de las prioridades del módulo, las exigencias y las actividades complementarias • T3.Capacidad de organizar el tiempo y los recursos de modo personal, sin necesidad de un seguimiento personal del profesor más allá de la evolución de lo aprendido <p>T9. Desarrollar el respeto hacia la igual de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.</p> <p>T10. Proyectar los conocimientos a favor de la igualdad, la justicia, la cultura de paz y el pluralismo.</p> <p>T11. Tomar conciencia de las necesidades para garantizar la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • D3. Entender la importancia de construir y mantener confianza para generar credibilidad y lealtad en los mercados en los que las empresas laboran. • D3. Conocer y manejar los conceptos y las herramientas propias del management y la gestión general de la cultura institucional. • D3. Definir estrategias de Identidad, Cultura, Comunicación e Imagen, y gestionarlas. • D7. Desarrollar cultura relacional dentro y fuera de la organización. • D7. Manejar las funciones tradicionales y nuevas asignadas al comunicador dentro de la empresa <p>D7.Comprender la necesidad de potenciar las cualidades comunicacionales de los gerentes y la alta dirección a los efectos de contribuir a la mejora de los procesos internos.</p> <p>D7. Conocer y manejar el modelo organizativo habitual de las direcciones de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • P1. Conocer los procedimientos adecuados para ejercer las funciones de asesoría externa en comunicación para las organizaciones • P1. Saber desarrollar estrategias de comunicación interna y tener la capacidad de autocritica para poder consensuarlas con la dirección y otras gerencias involucradas en la comunicación desde la figura del asesor • P1. Conocer los límites de la labor de asesor externo de comunicación para organizaciones. • P2. conocer los criterios a seguir para poner en marcha las funciones o para solicitar servicios especializados en comunicación empresarial en cualquier tipo de organización • P2.conocer las responsabilidades en relación a los públicos internos y externos, y diagnósticos adecuados sobre los mismos, para la planificación y para la gestión ordinaria de la comunicación en la organización. • P3. Saber extrapolar otras experiencias de corporaciones similares o de cualquier tipo, que puedan aportar soluciones adecuadas a la realidad y objetivos de una entidad determinada en materia de comunicación • P3. Conocer las implicaciones de la comunicación en el conjunto de departamentos y órganos de toda organización y su actividad diaria • P6. saber elaborar un conjunto de directrices para orientar a los profesionales encargados de la materialización visual y material de los distintos ámbitos de comunicación dentro de una organización • P6. Identificar y delimitar correctamente los ámbitos de actuación de una Dirección de Comunicación en su área de Internet • P6. Designar responsabilidades específicas dentro de un equipo multidisciplinar de trabajo en un departamento de comunicación <ul style="list-style-type: none"> • A2. conocer las funciones propias del comunicador como estrategia institucional y su importancia para el posicionamiento de las organizaciones • A2.Desarrollar una curiosidad hacia las nuevas tendencias que marcan la pauta en el ámbito gerencial. 		

- A2. Desarrollar una actitud positiva, honesta y directa en relación con sus pares, superiores y subalternos en el marco de su función profesional en la organización.
- A3. practicar siempre un trabajo que responda a normas morales perfectamente claras y definidas, que respeten la dignidad de las personas consultadas en las investigaciones
- A3. Mantener una actitud ética y positiva en relación con todos los miembros de la organización.
- A5. Aprender a trabajar en equipo
- A5. Conocer el modo en el resto del equipo puede aportar sus conocimientos al beneficio compartido

G1. Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación.

G2. Diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3. Diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4. Implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

5.5.1.3 CONTENIDOS

Prácticas profesionales en instituciones y empresas.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

G1 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la Dirección de Comunicación

G2 - Que los estudiantes sean capaces de diagnosticar problemas, mediante la integración de conocimientos, en instituciones o empresas de carácter comunicativo.

G3 - Que los estudiantes sepan diseñar estrategias adecuadas a situaciones específicas desde la perspectiva global de la Dirección de Comunicación, así como comunicar sus resultados y conclusiones.

G4 - Que los estudiantes sepan implementar soluciones de comunicación dirigidas a crear una cultura organizacional positiva.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

T1 - Capacidad de toma de decisiones.

T2 - Capacidad de creatividad y resolución de problemas.

T3 - Capacidad de organización y planificación.

T9 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos desde una perspectiva que no olvide ni ponga en peligro derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres.

T10 - Capacidad de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo, a favor de una cultura democrática y de paz.

T11 - Capacidad para proyectar en las distintas soluciones aportadas la consideración oportuna que garantice igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

D7 - Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes en los distintos soportes y medios de comunicación

A2 - Actitud honesta para ajustarse a los límites de su competencia profesional en el ámbito de la comunicación organizacional.

A3 - Colaboración y cooperación con los equipos multidisciplinares que caracterizan los entornos de comunicación institucional u organizacional.

A5 - Trabajo con responsabilidad y afán de servicio en el ámbito de un gabinete de comunicación.

P1 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que asesoran en la gestión de la comunicación interna y externa de todo tipo de organizaciones.

P2 - Capacidad y habilidad para responsabilizarse de un área de comunicación en todo tipo de organizaciones.

P3 - Capacidad para entender las implicaciones que supone la comunicación integral para el funcionamiento interno y externo de una organización

D3 - Conocimiento del contexto de la economía de servicios en la que tiene su eje la figura del comunicador y la gestión de intangibles.

P6 - Capacidad para planificar y gestionar los recursos técnicos y humanos de un departamento de comunicación

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Prácticas formativas externas.	100	100
Elaboración de la memoria de prácticas.	5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Prácticas profesionales externas en empresas o instituciones públicas.

Elaboración de una memoria de Practicum donde se reflejarán las actividades desarrolladas y los conocimientos adquiridos en dicho periodo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Informe del tutor de prácticas en la organización destinada.	50.0	50.0
Memoria de prácticas evaluada por el coordinador de prácticas del Máster.	50.0	50.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS

Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Católica San Antonio	Personal Docente contratado por obra y servicio	53	75	67
Universidad Católica San Antonio	Profesor Titular	7	100	7
Universidad Católica San Antonio	Profesor Contratado Doctor	33	100	18
Universidad Católica San Antonio	Profesor colaborador Licenciado	7	0	8

PERSONAL ACADÉMICO

Ver Apartado 6: Anexo 1.

6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS

Ver Apartado 6: Anexo 2.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS

TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
90	20	100
CODIGO	TASA	VALOR %

No existen datos

Justificación de los Indicadores Propuestos:

Ver Apartado 8: Anexo 1.

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

La Dirección de Estudios de la UCAM gestiona la organización de la actividad académica a través de diferentes unidades de recogida de información, planificación y control. Entre sus competencias y atribuciones está la de gestionar el desarrollo de la actividad docente, la evaluación del proceso y los resultados de aprendizaje, y el control de los espacios y los horarios.

Uno de estos servicios es la Unidad de Análisis e Informes Académicos, encargada de realizar el análisis de los diferentes informes académicos. Dichos informes tienen como finalidad facilitar al responsable académico la información sobre la situación en la que se halla la titulación.

Dichos datos se generan a través de una herramienta informática propia, que generan tasas agrupadas en diferentes categorías:

- Graduación.
- Abandono.
- Eficiencia.
- No-presentados.
- Asistencia del profesor.
- Asistencia a foros, debates, chats del alumno.
- Período medio que tarda un alumno en superar el plan de estudios.

Estas tasas e índices pueden ser elaborados también para describir el rendimiento o evaluación académica del PDI, agrupando, en este caso, toda la docencia impartida por un profesor, de igual modo que se realiza con los títulos. Del mismo modo, son las que se remiten al Director de Estudios quien, en reuniones con cada responsable de título, lleva a cabo la toma de decisiones al objeto de aplicar las acciones de mejora correspondientes y/o necesarias. Está previsto implicar, de manera paralela, al Responsable de Calidad de cada titulación para que éste pueda también aportar sus iniciativas de mejora.

Las decisiones adoptadas por el responsable de la titulación, con los factores correctores que haya determinado en función de la información comentada en el apartado anterior, se plasman en la Propuesta Docente que éste deberá elaborar para implantar en el curso académico siguiente.

Dicha propuesta es planificada en un momento posterior, previo al inicio del curso, de modo que todo el claustro docente de la titulación sepa con exactitud cuál será el desarrollo académico de cada una de las asignaturas en las que participa como profesor, las líneas de evaluación académica que se seguirán y los requisitos formativos que se exigirá a los alumnos para la superación de la materia impartida.

Esta información se refleja en las correspondientes Guías Académicas, de las cuales dispondrá el alumno con anterioridad al inicio del curso.

En el Máster, además, se valorará el progreso y resultados de aprendizaje a través de la Evaluación Continua, el Trabajo Fin de Máster y otras pruebas de evaluación pertinentes para tal fin.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://ucam.edu/servicios/calidad/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic-de-la-universidad
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN

CURSO DE INICIO	2013
-----------------	------

Ver Apartado 10: Anexo 1.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN

NO APLICA

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN

CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO
3000703-30013347	Máster Universitario en Dirección de Comunicación-Universidad Católica San Antonio

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
38601229F	Joan	Costa	Solà-Segalés
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Av. Onze de Setembre, 27 C	08391	Barcelona	Tiana
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
presidencia@ucam.edu	933951612	968278586	Director del Máster Universitario en Dirección de Comunicación de la UCAM

11.2 REPRESENTANTE LEGAL

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
22894000F	JOSÉ LUIS	MENDOZA	PÉREZ
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
AVDA. LOS JERÓNIMOS, S/ N	30107	Murcia	Murcia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
presidencia@ucam.edu	968278803	968278715	PRESIDENTE

El Rector de la Universidad no es el Representante Legal

Ver Apartado 11: Anexo 1.

11.3 SOLICITANTE

El responsable del título es también el solicitante

NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
38601229F	Joan	Costa	Solà-Segalés
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Av. Onze de Setembre, 27 C	08391	Barcelona	Tiana
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
presidencia@ucam.edu	933951612	968278586	Director del Máster Universitario en Dirección de Comunicación de la UCAM

Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2. JUSTIFICACIÓN + INFORME DE ALEGACIONES.pdf

HASH SHA1 :E498A6FB239DBD63EEA9F0B8D6E412B96A9CC32A

Código CSV :299580366378590675781521

Ver Fichero: 2. JUSTIFICACIÓN + INFORME DE ALEGACIONES.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4_1.pdf

HASH SHA1 :3077BB5CA518596699FC6A644BDEC8D38CC24567

Código CSV :102975126928111825655635

Ver Fichero: 4_1.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5_1.pdf

HASH SHA1 :DD2A9B370A171C211FCCCD1E4AB2224C25A13A33

Código CSV :103885564887059734324864

Ver Fichero: 5_1.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.1.pdf

HASH SHA1 :B7B48425B0B3B3E6BA95FE7AFF5892FE883602D5

Código CSV :299580372602062499656651

Ver Fichero: 6.1.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6_2y3.pdf

HASH SHA1 :D4B751664DD81F09803492C2FE07642CE3416C70

Código CSV :102975151915886660374543

Ver Fichero: 6_2y3.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7_1yConvenios.pdf

HASH SHA1 :58820FB6CA124DFF454F275B9CAAF439DB071790

Código CSV :102975161911735368340361

Ver Fichero: 7_1yConvenios.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8_1indicadores.pdf

HASH SHA1 :F941B520ECA12FB296EB87B594DC0C09FED4E5A7

Código CSV :102975172139732167017113

Ver Fichero: 8_1indicadores.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10_1.pdf

HASH SHA1 :4173282FB82FE3DDAFA9B162121E76ABD2BE1A64

Código CSV :102975183394102673910562

Ver Fichero: 10_1.pdf

Apartado 11: Anexo 1

Nombre : REPRESENTANTE LEGAL 14-04-11.pdf

HASH SHA1 : 2839E8CE871798673E0EAF4CE96BDDAB06648BBE

Código CSV : 95702325141410969288815

Ver Fichero: REPRESENTANTE LEGAL 14-04-11.pdf

