

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E IDENTIDAD CORPORATIVA

Gestión Reputacional de la Comunicación Corporativa			
<b>Materia:</b>	Comunicación Estratégica		
<b>Créditos ECTS:</b>	6		
<b>Carácter</b>	Obligatorio		
<b>Unidad temporal:</b>	1 asignatura en el primer cuatrimestre.		
SISTEMA DE EVALUACIÓN		PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación del estudiante (sesiones, foros, tutorías)		5%	10%
Trabajos, proyectos y casos		10%	30%
Test de autoevaluación		5%	10%
Examen final presencial		60%	60%
COMPETENCIAS			
Básicas	Generales	Específicas	Transversales
CB6 - CB10	CG1, CG3, CG4, CG3, CG6 – CG8	CE1, CE2, CE5, CE6, CE9	CT1, CT3, CT5
ACTIVIDADES FORMATIVAS			HORAS
Sesiones presenciales virtuales			15
Lecciones magistrales			6
Estudio del material básico			60
Lectura del material complementario			45
Trabajos, casos prácticos, test			29
Tutorías			16
Trabajo colaborativo			7
% PRESENCIAL			
			0

Examen final presencial	2	100
Total	180	-
<b>CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS</b>		
<b>Gestión Reputacional de la Comunicación Corporativa</b>  Esta asignatura muestra el carácter estratégico de la comunicación, la importancia de la reputación corporativa como elemento fundamental para la competitividad de las organizaciones y los métodos y técnicas de comunicación que se puede llevar a la práctica para conseguir alcanzar un reconocimiento positivo en los stakeholders de la organización. En este sentido, esta asignatura permite elaborar planes de comunicación, segmentar y diferenciar la importancia de los diferentes grupos de interés y responder ante situaciones de crisis mediante la continua construcción de sólidas reputaciones.		