

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E IDENTIDAD CORPORATIVA

Gestión Reputacional de la Comunicación Corporativa			
Materia:	Comunicación Estratégica		
Créditos ECTS:	6		
Carácter	Obligatorio		
Unidad temporal:	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	% PRESENCIAL
Sesiones presenciales virtuales		15	0
Lecciones magistrales		6	0
Estudio del material básico		60	0
Lectura del material complementario		45	0
Trabajos, casos prácticos, test		29	0
Tutorías		16	0
Trabajo colaborativo		7	0

Examen final presencial	2	100
Total	180	-

CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

Gestión Reputacional de la Comunicación Corporativa

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.