

## Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<b>Semana de introducción a la asignatura</b>		<b>Presentación de la asignatura</b>
Semana 2	<b>Tema 1. La economía de la reputación</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Ante una nueva complejidad 1.3. La empresa como agente económico, político y social 1.4. Consecuencias para la gestión comunicativa	Completa la tarea «HUELLA UNIR: Gestión Lean» y realiza el test final (actividad a desarrollar a lo largo del semestre) (3 puntos)  Test tema 1 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 1</b>
Semana 3	<b>Tema 2. Fundamentos teóricos de la comunicación corporativa</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Concepto de comunicación corporativa 2.3. Elementos de la comunicación corporativa: misión, visión y valores 2.4. Principios para la gestión comunicativa	<b>Foro:</b> Pertinencia de los embajadores de marca (3,6 puntos)  Test tema 2 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 2 y presentación de la actividad Foro: Pertinencia de los embajadores de marca</b>
Semana 4	<b>Tema 3. Gestión reputacional de la comunicación corporativa</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. En qué consiste la reputación corporativa 3.3. Industria de la medición de la reputación 3.4. Gestionar la comunicación corporativa desde la reputación	Test tema 3 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 3</b>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<b>Tema 4. El diálogo con los grupos de interés</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Concepto y naturaleza del diálogo 4.3. Conocer y jerarquizar los distintos grupos de interés 4.4. De la gestión al diálogo con los grupos de interés	Test tema 4 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 4</b>
Semana 6	<b>Tema 5. Relaciones con el consumidor</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. El posicionamiento: del <i>marketing</i> a la reputación 5.3. Fidelización del cliente: objetivos y herramientas 5.4. <i>Influencers</i> o líderes de opinión	<b>Caso práctico:</b> Lectura y análisis del caso práctico Google (3,6 puntos)  Test tema 5 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 5 y presentación de la actividad Caso práctico: Lectura y análisis del caso práctico Google</b>
Semana 7	<b>Tema 6. Relaciones con los medios</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Los medios de comunicación y los periodistas 6.3. Agenda <i>setting</i> y teoría del <i>framing</i> 6.4. Objetivos y herramientas	Test tema 6 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 6</b>
Semana 8	Semana de repaso		<b>Clase de repaso</b>
Semana 9	<b>Tema 7. Relaciones con los inversores</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Gestión de la confianza 7.3. Objetivos y herramientas	Test tema 7 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 7</b>
Semana 10	<b>Tema 8. Relaciones con la comunidad</b> 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Licencia para operar 8.3. Objetivos y herramientas	Test tema 8 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 8</b>  <b>Clase de explicación del modelo de examen</b>
Semana 11	<b>Tema 9. Relaciones con el sector público</b> 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. <i>Lobby</i> e influencia política 9.3. <i>Corporate public affairs e issues management</i> 9.4. Objetivos y herramientas	<b>Caso práctico:</b> Propuesta de estrategia, objetivos y tácticas poscrisis de Google (3,6 puntos)  Test tema 9 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 9 y presentación de la actividad Caso práctico: Propuesta de estrategia, objetivos y tácticas poscrisis de Google</b>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 12	<b>Tema 10. La comunicación de crisis</b> 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. La naturaleza de las crisis 10.3. Gestión precrisis 10.4. La comunicación de crisis: objetivos y herramientas	Test tema 10 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 10</b>
Semana 13	Semana de repaso		<b>Clase de repaso</b>
Semana 14	<b>Tema 11. El plan de comunicación corporativa</b> 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. El <i>briefing</i> 11.3. Investigación: el diagnóstico 11.4. Estrategia, mensajes y objetivos	Test tema 11 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 11</b>
Semana 15	<b>Tema 12. El plan de comunicación corporativa II</b> 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. De la planificación a la ejecución: tácticas, calendario y presupuesto		<b>Clase del tema 12</b>
Semana 16	<b>Tema 12. El plan de comunicación corporativa II (continuación)</b> 12.3. Evaluación 12.4. El continuo de comunicación y el <i>dircom</i>	Test tema 12 (0,1 puntos)	<b>Clase del tema 12</b>
Semana 17	<b>Semana de exámenes</b>		

**NOTA**

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.