

Programación semanal

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

Semana	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
					Actividades	Proyecto transversal (7 asignaturas 7 retos)	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 1 31/10/2022 – 04/11/2022	Bloque 1: El dircom: gestor estratégico de la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comprender el rol que juega el dircom dentro de las organizaciones. ▶ Desarrollar capacidades y habilidades para ser un buen dircom no solo dentro del mundo de las comunicaciones, sino también el de la gestión de liderazgo. ▶ Aplicar de modo óptimo el rol para aportar valor a la compañía. 	Tema 1. La relación del dircom y la alta dirección	Presentación de la asignatura (45 min). Clase 1. Problema: ¿Cómo diseñar un equipo de comunicación para dar respuesta a las necesidades de la organización? (45 min).	Test del tema 1 (0,1 puntos)	Proyecto transversal (7 asignaturas 7 retos)	Huella UNIR Comunicación (Conviértete en estratega: directivo) Fecha entrega: fin de la asignatura. (2,6 puntos)	Experiencia en detectar las necesidades y en la toma de decisiones para la construcción de un equipo.
Semana 2 07/11/2022 – 11/11/2022			Tema 2. Procesos estratégicos en la dirección de la comunicación corporativa	Presentación Actividad 1: Aplicación de las capacidades y habilidades del dircom como portavoz, así como construcción de mensajes Clase 2. Problema: ¿Cómo preparar un plan de comunicación corporativa? (45 min).	Presentación Actividad 1 Test del tema 2 (0,1 puntos)		Experiencia en el análisis, el diseño y la ejecución de un plan de comunicación.	

<p>Semana 3 14/11/2022 – 18/11/2022</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aplicar metodología del <i>naming</i> para crear valor de marca. 	<p>Tema 3. Ejes clave para la construcción de una marca corporativa</p>	<p>Clase 3. Problema: ¿Cómo crear el <i>naming</i> de una organización? (45 min).</p>				
<p>Semana 4 21/11/2022 – 25/11/2022</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aplicar metodologías corporativas para la construcción de valor a través de la marca. 	<p>Tema 3. Ejes clave para la construcción de una marca corporativa (continuación)</p>	<p>Clase 4. Problema: Seleccionar una estrategia para aumentar el valor de marca. (45 min).</p>	<p>Entrega Actividad 1 Test del tema 3 (0,1 puntos)</p>			<p>Experiencia en la construcción del <i>naming</i> de una compañía.</p>
<p>Semana 5 28/11/2022 – 02/12/2022</p>	<p>Bloque 2: Estrategias corporativas para la construcción de marca</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Implementar estrategias de alianzas corporativas para mejorar y reforzar la imagen de una organización. 	<p>Tema 4. Alianzas estratégicas para gestión directiva de la comunicación</p>	<p>Clase 5. Problema: ¿Cómo seleccionar una alianza de patrocinio o mecenazgo para una organización? (45 min).</p>				
<p>Semana 6 05/12/2022 – 09/12/2022</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Diseñar estrategias de colaboración para asegurar el éxito de las alianzas. 	<p>Tema 4. Alianzas estratégicas para gestión directiva de la comunicación (continuación)</p>	<p>Resolución Actividad 1 y Presentación Actividad 2: Estrategia de alianza para mejorar y reforzar la imagen corporativa de una organización (45 min).</p> <p>Clase 6. Problema: ¿Cómo diseñar una estrategia de colaboración con tu «enemigo»? (45 min).</p>	<p>Resolución Actividad 1 y Presentación Actividad 2 Test del tema 4 (0,1 puntos)</p>			<p>Experiencia en desarrollar alianzas que refuercen la imagen corporativa de una compañía, así como los riesgos asociados a esta.</p>

<p>Semana 7 12/12/2022 – 16/12/2022</p>	<p>Bloque 3: Estrategias para maximizar el retorno de la comunicación corporativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aplicar el <i>storytelling</i> como estrategia de comunicación para obtener mayor impacto y repercusión. ▶ Segmentar contenidos en función de diferentes grupos de interés. 	<p>Tema 5. Estrategia y creación de contenidos para crear valor de marca</p>	<p>Clase 7. Problema: ¿Cómo aplicar estrategias de <i>storytelling</i> desde el ejemplo de tres grandes compañías? (45 min).</p>	<p>Test del tema 5 (0,1 puntos)</p>		<p>Experiencia en la construcción de historias. Importancia de la segmentación.</p>
<p>Semana 8 19/12/2022 – 23/12/2022</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ejecutar estrategias de comunicación basadas en la creación de contenidos líquidos. 	<p>Tema 6. La comunicación transmedia en las organizaciones</p>	<p>Clase 8. Problema: ¿Cómo aplicar estrategias de comunicación transmedia desde el ejemplo de tres grandes compañías? (45 min).</p>	<p>Entrega Actividad 2 Test del tema 6 (0,1 puntos)</p>		
<p>Semana 9 09/01/2023 – 13/01/2023</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Analizar, diseñar y ejecutar un plan de comunicación de crisis. 	<p>Tema 7. Situaciones de crisis en la comunicación corporativa</p>	<p>Sesión de recomendación de examen (45 min). Clase 9. Problema: ¿Cómo tener preparado un manual de crisis para adelantarnos a posibles crisis? (45 min).</p>	<p>Test del tema 7 (0,1 puntos)</p>		<p>Experiencia en la gestión de crisis reputacionales.</p>
<p>Semana 10 16/01/2023 – 20/01/2023</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Analizar y aplicar tendencias y nuevas estrategias de la comunicación corporativa. 	<p>Tema 8. Brand journalism, la clave para aumentar la reputación de marca</p>	<p>Clase 10. Problema: ¿Cómo utilizar la marca como medio de comunicación? (45 min).</p>	<p>Resolución Actividad 2 Test del tema 8 (0,1 puntos)</p>		<p>Experiencia en el uso de nuevas tendencias en comunicación corporativa.</p>

<p>Semana 11 23/01/2023 – 27/01/2023</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar un plan de comunicación estratégico para la empresa Go Vida. ▶ Plantear objetivos de comunicación estratégicos para cada línea de negocio. ▶ Desarrollar un diagnóstico de la situación de la empresa. ▶ Diseñar un plan de com. estratégico externo: selección de medios <i>online</i> y <i>offline</i> para cada acción concreta dentro de la estrategia. Elaboración de cronograma. ▶ Presentar de modo oral el proyecto de comunicación por parte de un portavoz del grupo. 	<p>Presentación de la Actividad 3</p> <p>Clase 11. Problema: ¿Qué objetivos de comunicación se pueden plantear de modo estratégico? ¿Cómo diseñar un plan de comunicación estratégico para una empresa? Importancia del portavoz. (90 min).</p>	<p>Actividad grupal. Plan de comunicación estratégico</p>	<p>Actividad 3: Diseñar un plan de comunicación estratégico para la empresa Go Vida (5,4 puntos)</p>	<p>Experiencia en desarrollo de plan estratégico de comunicación para la empresa Go Vida.</p>
--	--	---	---	--	---

<p>Semana 12 30/01/2023 – 03/02/2023</p>		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Definir claves para la gestión de proyectos de comunicación en el ámbito de la Administración Pública, tercer sector, cultura, sanidad, financiero y restauración. 	<p>Tema 9: Gestión de proyectos de comunicación</p>	<p>Clase 12. Problema: ¿Cómo diseñar un buen plan de comunicación? (45 min).</p>	<p>Test del tema 9 (0,1 puntos)</p>		
<p>Semana 13 06/02/2023 – 10/02/2023</p>	<p>Bloque 4: Proyectos de comunicación: gestión, retos y tendencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar plan de comunicación estratégico para la empresa Go Vida. ▶ Plantear objetivos de comunicación estratégicos para cada línea de negocio. ▶ Desarrollar un diagnóstico de la situación de la empresa. ▶ Diseñar plan de com. estratégico externo: selección de medios <i>online</i> y <i>offline</i> para cada acción concreta dentro de la estrategia. Elaboración de cronograma. ▶ Presentar de modo oral el proyecto de comunicación por 		<p>Sesión de Resolución Actividad 3: ¿Qué objetivos de comunicación se pueden plantear de modo estratégico? ¿Cómo diseñar un plan de comunicación estratégico para una empresa? Importancia del portavoz. (90 min).</p>	<p>Entrega de Actividad 3 (5,4 puntos)</p>		<p>Experiencia en claves para la gestión de la comunicación en diferentes ámbitos de actividad.</p>

		parte de un portavoz del grupo.					
Semana 14 13/02/2023 – 17/02/2023		▶ Conocer nuevas tendencias comunicativas para la consecución de nuevas estrategias.	Tema 10: Retos y tendencias de la comunicación corporativa	Clase 14. Problema: ¿Cómo gestionar la comunicación corporativa en el nuevo paradigma? (45 min).	Test del tema 10 (0,1 puntos)		
Semana 15 20/02/2023 – 24/02/2023		Semana de repaso		Clase de repaso: (45 min).			
Semana 16 27/02/2023 – 05/03/2023	SEMANA DE EXÁMENES						

NOTA

Se consideran periodo de repaso los días comprendidos entre el 24/12/2022 y el 08/01/2023.

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