

Programación semanal

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

	Temas	Lecturas (1 puntos)	Eventos (2 puntos)	Trabajos (3 puntos)
Semana 1	Tema 1. El concepto de organización 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Definición de organización 1.3. Agrupamientos: grupos, organizaciones e Instituciones 1.4. Organizaciones cerradas y abiertas		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 cada una) Test Tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. Los modelos de organización 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Introducción 2.3. El modelo lineal 2.4. Modelo funcional 2.5. Modelo adhocrático			
Semana 3	Tema 2. Los modelos de organización (continuación) 2.6. El modelo líneo-funcional 2.7. El modelo divisional 2.8. El modelo matricial 2.9. Formas complejas nuevas		Test Tema 2 (0,1 puntos)	Trabajo: Ejemplos de los diferentes modelos de organización (1 puntos)
Semana 4	Tema 3. La comunicación corporativa 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Antecedentes de la comunicación corporativa 3.3. Conceptualización 3.4. Niveles 3.5. Las formas de comunicación corporativa	Lectura: La figura del Dircom. Su importancia en el modelo de comunicación integral (0,5 puntos)	Test Tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 5	Tema 4. El Departamento de Comunicación 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. La dirección de comunicación 4.3. Departamento de Comunicación y activos intangibles 4.4. Funciones del Departamento de Comunicación 4.5. Funciones del director de Comunicación		Test Tema 4 (0,1 puntos)	
Semana 6	Tema 5. La comunicación interna 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Principios y objetivos de la comunicación interna 5.3. Una concepción dinámica de la comunicación interna 5.4. Instrumentos de comunicación interna 5.5. El plan de comunicación interna		Test Tema 5 (0,1 puntos)	
Semana 7	Tema 6. Herramientas de comunicación externa 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Ventas, promoción y publicidad 6.3. Relaciones públicas 6.4. Gestión de la influencia y lobbying		Test Tema 6 (0,1 puntos)	

	Temas	Lecturas (1 puntos)	Eventos (2 puntos)	Trabajos (3 puntos)
Semana 8	Tema 7. El plan global de comunicación 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. El plan estratégico de comunicación integral 7.3. Estrategias de comunicación 7.4. Decálogo para planificar la comunicación organizacional		Test Tema 7 (0,1 puntos)	
Semana 9	Tema 8. La reputación corporativa 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Orígenes 8.3. Definición 8.4. La reputación como generadora de valor 8.5. La gestión de la reputación	Lectura: La reputación online en el marco de la comunicación corporativa. Una visión sobre la investigación de tendencias y perspectivas profesionales (0,5 puntos)	Test Tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 10	Tema 9. La responsabilidad social corporativa 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Definición de la RSC 9.3. Principios de la RSC 9.4. Ámbito de la RSC 9.5. Contexto histórico 9.6. Herramientas		Foro: La aplicación efectiva de las políticas de RSC por parte de las empresas (0,6 puntos) Test Tema 9 (0,1 puntos)	Trabajo en grupo: Implementación de estrategias de RSC (1 puntos)
Semana 11	Tema 10. La comunicación interpersonal en la organización 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Definición 10.3. Elementos 10.4. Ética 10.5. Comunicación no verbal 10.6. Redes de comunicación interpersonal		Test Tema 10 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 11. Los públicos de la comunicación corporativa 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Stakeholders y comunidades 11.3. Segmentos de públicos 11.4. Tipos de públicos		Test Tema 11 (0,1 puntos)	Trabajo: Identificando stakeholders (1 puntos)
Semana 13	Tema 12. Las auditorías de comunicación 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. Auditorías de comunicación interna			
Semana 14	Tema 12. Las auditorías de comunicación (continuación) 12.3. Auditorías de comunicación externa		Test Tema 12 (0,1 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso			
Semana 16	Semana de exámenes			