

# Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Actividades** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
<b>Semana 1</b>	<b>Tema 1. La identidad corporativa</b> 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Una concepción dinámica de la identidad corporativa 1.3. Componentes de la identidad corporativa 1.4. La carta de identidad 1.5. Referencias bibliográficas	<i>Asistencia a 2 clases en directo a lo largo de la asignatura. (0.3 puntos cada una)</i>  Test Tema 1 (0.1 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
<b>Semana 2</b>	<b>Tema 2. La imagen corporativa</b> 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Concepciones predominantes acerca de la imagen en la empresa 2.3. Niveles de imagen 2.4. El concepto de imagen corporativa 2.5. Análisis del concepto de imagen corporativa 2.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del tema 2
<b>Semana 3</b>	<b>Tema 3. La comunicación externa</b> 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Principios y objetivos de la comunicación externa 3.3. Funciones de la comunicación externa 3.4. Estrategias de comunicación externa 3.5. Referencias bibliográficas	Actividad 1 (3.3 puntos)  Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del tema 3 y presentación actividad 1
<b>Semana 4</b>	<b>Tema 4. El plan global de comunicación</b> 4.1. Introducción y objetivos 4.2. El plan estratégico de comunicación integral 4.3. Estrategias de comunicación 4.4. Decálogo para planificar la comunicación organizacional 4.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del tema 4

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 5</b>	<p><b>Tema 5. Herramientas de comunicación externa</b></p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2. Ventas, promoción y publicidad</p> <p>5.3. Relaciones públicas</p> <p>5.4. Gestión de la influencia y <i>lobbying</i></p> <p>5.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 5 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 5</p>
<b>Semana 6</b>	<p><b>Tema 6. La comunicación en las organizaciones públicas</b></p> <p>6.1. Introducción y objetivos</p> <p>6.2. Diferencias entre la comunicación en las organizaciones públicas y privadas</p> <p>6.3. Problemas de la Comunicación en las organizaciones públicas</p> <p>6.4. La gestión de la comunicación en las instituciones públicas</p> <p>6.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal (6.0 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 6 y presentación de actividad grupal</p> <p>Clase de resolución de la actividad 1</p>
<b>Semana 7</b>	<p><b>Tema 7. La reputación corporativa</b></p> <p>7.1. Introducción y objetivos</p> <p>7.2. Orígenes</p> <p>7.3. Definición</p> <p>7.4. La reputación como generadora de valor</p> <p>7.5. La gestión de la reputación</p> <p>7.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 7 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 7</p>
<b>Semana 8</b>	<p><b>Tema 8. Comunicación de crisis</b></p> <p>8.1. Introducción y objetivos</p> <p>8.2. Tipos de crisis</p> <p>8.3. Riesgo y tensión: comunicar desde el estrés</p> <p>8.4. Etapas y actitudes comunicativas: prevenir, implementar y evaluar</p> <p>8.5. El gabinete de crisis</p> <p>8.6. El plan de comunicación preventiva interna y externa</p> <p>8.7. Análisis e investigación de resultados</p> <p>8.8. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 8 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8</p> <p><b>Sesión de explicación examen</b></p>
<b>Semana 9</b>	<p><b>Tema 9. Comunicación corporativa 2.0</b></p> <p>9.1. Introducción y objetivos</p> <p>9.2. El consumidor 2.0</p> <p>9.3. Los nuevos intermediarios</p> <p>9.4. Medios sociales. Definición</p> <p>9.5. Los blogs</p>		<p>Clase del tema 9</p>

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 10</b>	<b>Tema 9. Comunicación corporativa 2.0 (continuación)</b> 9.6. Las redes sociales 9.7. Los wikis 9.8. Gestores de cuentas 9.9. Integración de la comunicación corporativa online y offline 9.10. Referencias bibliográficas	Actividad 3 (4.0 puntos)  Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del tema 9 y presentación de la actividad 2 Clase de resolución de la actividad grupal
<b>Semana 11</b>	<b>Tema 10. Nuevos perfiles profesionales para la comunicación corporativa</b> 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Community Manager 10.3. Responsable de reputación online		Clase del tema 10
<b>Semana 12</b>	<b>Tema 10. Nuevos perfiles profesionales para la comunicación corporativa (continuación)</b> 10.4. Experto en analítica web 10.5. Gestor de contenidos digitales 10.6. Content curator 10.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del tema 10
<b>Semana 13</b>	<b>Tema 11. La Responsabilidad Social Corporativa</b> 11.1. Introducción y objetivos 11.2. Definición de la RSC 11.3. Principios de la RSC		Clase del tema 11 Clase de resolución de la actividad 2
<b>Semana 14</b>	<b>Tema 11. La Responsabilidad Social Corporativa (continuación)</b> 11.4. Ámbitos de la RSC 11.5. Contexto histórico 11.6. Herramientas 11.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 11 (0.1 puntos)	Clase del tema 11
<b>Semana 15</b>	Clase de repaso		
<b>Semana 16</b>	Semana de exámenes		