

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	Semana de introducción a la asignatura		Presentación de la asignatura
Semana 2	Tema 1. La economía de la reputación 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)	Clase del tema 1
Semana 3	Tema 2. Fundamentos teóricos de la comunicación corporativa 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	Foro: Pertinencia de los embajadores de marca (3,6 puntos) Test tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2 y presentación de la actividad Foro: Pertinencia de los embajadores de marca
Semana 4	Tema 3. Gestión reputacional de la comunicación corporativa 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)	Clase del tema 3

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	Tema 4. El diálogo con los grupos de interés 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)	Clase del tema 4
Semana 6	Tema 5. Relaciones con el consumidor 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	Caso práctico: Lectura y análisis del caso práctico Google (3,6 puntos) Test tema 5 (0,1 puntos)	Clase del tema 5 y presentación de la actividad Caso práctico: Lectura y análisis del caso práctico Google
Semana 7	Tema 6. Relaciones con los medios 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)	Clase del tema 6
Semana 8	Semana de repaso		Clase de repaso
Semana 9	Tema 7. Relaciones con los inversores 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Gestión de la confianza 7.3. Objetivos y herramientas	Test tema 7 (0,1 puntos)	Clase del tema 7
Semana 10	Tema 8. Relaciones con la comunidad 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Licencia para operar 8.3. Objetivos y herramientas	Test tema 8 (0,1 puntos)	Clase del tema 8 Clase de explicación del modelo de examen
Semana 11	Tema 9. Relaciones con el sector público 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	Caso práctico: Propuesta de estrategia, objetivos y tácticas poscrisis de Google (3,6 puntos) Test tema 9 (0,1 puntos)	Clase del tema 9 y presentación de la actividad Caso práctico: Propuesta de estrategia, objetivos y tácticas poscrisis de Google

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 12	Tema 10. La comunicación de crisis 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)	Clase del tema 10
Semana 13	Semana de repaso		Clase de repaso
Semana 14	Tema 11. El plan de comunicación corporativa 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)	Clase del tema 11
Semana 15	Tema 12. El plan de comunicación corporativa II 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. De la planificación a la ejecución: tácticas, calendario y presupuesto		Clase del tema 12
Semana 16	Tema 12. El plan de comunicación corporativa II (continuación) 12.3. Evaluación 12.4. El continuo de comunicación y el <i>dircom</i>	Test tema 12 (0,1 puntos)	Clase del tema 12
Semana 17	Semana de exámenes		

NOTA

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