

Asignatura

| | |
|-------------------|-------------------------------------|
| Nombre Asignatura | Comunicación Integrada de Marketing |
| Código | 100000050 |
| Créditos ECTS | 4.0 |

Plan/es donde se imparte

| | |
|------------|---|
| Titulación | Grado en Administración y Dirección de Empresas (Plan 2020) |
| Carácter | OPTATIVA |
| Curso | 4 |

Datos Generales

➤ PROFESORADO

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

- Introducir al alumno en los conceptos y mecanismos de actuación de la Comunicación como variable fundamental del Marketing.
- Relacionar la Comunicación con el resto de variables y a funciones del Marketing.
- Transmitir la importancia de la Comunicación para conseguir sus objetivos fijados en el Plan de Marketing de la empresa.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Facilitar la aplicación de los conocimientos adquiridos a la actividad comunicativa en el Marketing de empresas y organizaciones.
- Desarrollar la capacidad de análisis y síntesis dentro del ámbito de la Comunicación empresarial.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Capacidad para resolver problemas.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organización y planificación.
- Capacidad de comunicación y trabajo en equipo.
- Capacidad de búsqueda de información e investigación.

- Capacidad para trabajar en entornos de presión.
- Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.
- Usar tecnologías de la información y las telecomunicaciones.
- Integrarse en cualquier área funcional de una empresa y organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
- Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
- Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.
- Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

TEMA 1 | COMUNICACIÓN COMERCIAL vs COMUNICACIÓN CORPORATIVA

TEMA 2 | GESTIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES

TEMA 3 | COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA & EXTERNA

TEMA 4 | GESTIÓN DE CRISIS DE COMUNICACIÓN

TEMA 5 | ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

El total de número de horas de las actividades formativas = 6 ECTSx25=150

| Denominación | Nº horas | % Presencialidad |
|--|----------|------------------|
| Clases Teóricas: permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos del módulo para reflexionar sobre los mismos y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor. | 30 | 100 |
| Clases Prácticas: permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos del módulo para reflexionar sobre los mismos y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor. | 30 | 75 |

| | | |
|---|----|-----|
| Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que desee profundizar. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor. | 9 | 100 |
| Actividades de evaluación: exámenes, exposiciones en clase que permitirán al estudiante y al profesor medir las competencias adquiridas en el módulo. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor. | 6 | 100 |
| Elaboración de trabajos en grupo e individuales: los estudiantes trabajarán fuera del aula en los casos, ejercicios, etc. propuestos por el profesor. Esta actividad le permitirá acceder a las diferentes fuentes bibliográficas y bases de datos que ofrece la biblioteca. Esta actividad se realizará sin la presencia del profesor. | 30 | 0 |
| Horas de estudio que permitirán al estudiante aprender los conceptos básicos del módulo. Esta actividad se realizará sin la presencia del profesor. | 45 | 0 |

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La evaluación de la asignatura se hará mediante evaluación continua a lo largo del curso, comprendiendo una parte teórica y otra práctica:

Teórica: Un único examen final, en la fecha establecida por el centro, que supondrá un 40% de la calificación total del alumno. Se valorará sobre 10, fijándose el aprobado en 5. Para aprobar el examen la media entre la parte teórica y la práctica tendrá que ser como mínimo de 5 puntos, no pudiendo ser en ninguna de ellas por separado inferior a 5. Es necesario aprobar el examen para aprobar la asignatura.

Práctica: El 50% de la nota final corresponderá a la evaluación continua del alumno con su participación en clase a través de varios trabajos en grupo relacionados con el contenido de los bloques de la asignatura. Será necesario aprobar la parte práctica con un mínimo de 5 para poder superar la asignatura y hacer media tanto con la asistencia/participación como con el examen.

Asistencia y participación en clases: 10% de la nota final, donde además de la asistencia a clase se valorarán:

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.

Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un

máximo de dos puntos.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

A. En caso de tener aprobada la evaluación continua, se aplicarán los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, manteniéndose la nota ya obtenida en la evaluación continua.

B. En el caso de haber suspendido la evaluación continua a lo largo del curso, el alumno solo podrá recuperar la mitad del porcentaje de esta. La mitad de la evaluación continua se recuperará incrementando el peso del examen final extraordinario en el porcentaje que corresponde a la mitad de la evaluación continua en convocatoria extraordinaria.

ALUMNOS A PARTIR DE LA SEGUNDA MATRÍCULA

En el caso de los alumnos de 2ª matrícula y sucesivas, el criterio de asistencia y participación se suprime y su nota será la del examen final.

ALUMNOS NO PRESENTADOS

La calificación de "no presentado" no consume convocatoria. Cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como no presentada su asignatura.

En la evaluación de los exámenes y trabajos escritos del estudiante se tendrá en cuenta su capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva. Se tendrá además en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación. En el caso de examen, los errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

AON HEWITT (2017). 2017 Trends in Global Employee Engagement.

ARGENTI, P.A. (2014). Comunicación estratégica y su contribución a la reputación. Madrid: Editorial LID.

ALLOZA, A., CARRERAS, A. (2013). Reputación corporativa. Madrid: Editorial LID.

DELOITTE (2017). 2030 Purpose: Good business and a better future. Connecting sustainable development with enduring

commercial success.

HATCH, M.J., SCHULTZ, M. (2010). Esencia de marca. Madrid: Editorial LID.

HR & DIRCOM INTERNATIONAL FORUM (2018). Claves para entender la relación estratégica entre

las áreas de Comunicación y Recursos

Humanos. Madrid: DIRCOM.

VAN RIEL, C. (2012). Alinear para ganar. Madrid: Editorial LID.

DIRCOM (2013). Manual de comunicación. Asociación de directivos de comunicación

DIRCOM (2018). Anuario de la comunicación. Asociación de directivos de comunicación

IESE (2014). Academic Case Studies Dircom - IESE. Association of Communication Directors & IESE Business School

DIRCOM (2013). Comunicación y estrategias: casos prácticos en gestión de la reputación. Madrid: Editorial Pearson

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

El horario y el calendario de exámenes puede consultarse en el campus virtual.

Las tutorías pueden solicitarse en vucles@villanueva.edu

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía ha sido elaborada según los criterios recogidos en la memoria oficial del Grado.

El texto actual de la guía ha sido revisado en julio de 2023.