

Asignatura

Nombre Asignatura	La Comunicación Interna
Código	200000575
Créditos ECTS	2.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Máster Universitario en Dirección de Centros Educativos (Plan 2021)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	1

Datos Generales

➤ PROFESORADO

Miquel Rossy

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Aprender a desarrollar un plan de comunicación interna, dentro del plan de comunicación del centro.

Valorar la importancia del liderazgo, la cultura y la escucha sistémica en la comunicación interna.

Reconocer el papel que corresponde al responsable de comunicación interna en un colegio.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Aprender a gestionar el flujo de comunicación interna del colegio.

Establecer mecanismos para el desarrollo de influencers internos.

Aprender a diseñar la organización de eventos en un colegio.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CN7 - Conocer la importancia de gestionar la comunicación en una institución educativa.

CN9 - Conocer los aspectos claves de la organización de eventos en una institución educativa.

Habilidades:

H24 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito para transmitir información a un público tanto especializado como no especializado.

H27 - Seleccionar, utilizar y evaluar los procedimientos de comunicación interna y externa de una institución educativa.

Competencias:

C1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la dirección de un centro educativo.

C3 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

C7 - Tomar decisiones en contextos complejos y en situaciones de dificultad, basadas en las necesidades de la comunidad educativa, la realidad del contexto y los objetivos de la institución, teniendo en cuenta los costes y beneficios relativos de las acciones posibles para elegir la más adecuada.

C8 - Trabajar en equipo, fomentando el intercambio de ideas y buenas prácticas, compartiendo el conocimiento y generando nuevas metas y modelos de trabajo colaborativo que capaciten a la propia institución para dirigir el cambio.

C12 - Comunicarse y trabajar en equipo con los padres y el personal del centro desde puestos de responsabilidad y dirección en el centro.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

La importancia de la comunicación interna

La comunicación con las familias

Coherencia entre mensajes y percepciones

La gestión de eventos

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Actividades formativas	Horas/ECTS	% Presencialidad
Clase magistral	4	0
Clase práctica	2	100
Trabajos	7	0
Tutorías	0	0

Estudio independiente del alumno	29	0
Pruebas evaluación	1	100
Clases grabadas y píldoras formativas en campus virtual	1	0
SCORM	3	0
Resolución casos en campus virtual	1	0
Foros en campus virtual	2	0
Total	50	

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

La calificación final en la CONVOCATORIA ORDINARIA se obtendrá según los siguientes porcentajes:

Asistencia y participación 15%

Elaboración de trabajos: 35%

Pruebas de evaluación: 50%

La calificación final en la CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA se obtendrá según los siguientes porcentajes:

Asistencia y participación 15%

Elaboración de trabajos: 35%

Pruebas de evaluación: 50%

Alumnos repetidores: se evaluarán siguiendo los siguientes porcentajes

Evaluación de trabajos: 50%

Pruebas evaluación: 50%

NO PRESENTADO: la calificación de no presentado no consume convocatoria. En cualquier caso,

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.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.

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.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

► **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

Cuenca, Juan y Verazzi, Laura. F. Guía fundamental de la comunicación interna. Editorial UOC. 2018

Estudio de Comunicación. Director: Benito Berciruelo. Empleados comprometidos, empresas eficaces. 2020.

Ramon-Cortés, Ferran. Virus: un relato sobre el peligro de los rumores en las organizaciones. RBA. 2008.

Rossy, Miquel. Tu escuela, una gran marca. Branding Escolar. 2016.

Rossy, Miquel. El secreto del marketing educativo. El profesorado es la marca de la escuela. Santillana, 2020.

Roberts, Kevin. Lovemarks. El futuro más allá de las marcas. Empresa Activa. 2008.

Kotter, John P. Al frente del cambio. Empresa activa. 2007.

Ramon-Cortés, Ferran y Galofré, Álex. Relaciones que funcionan. Cómo entenderte hasta con tu peor enemigo. Conecta, 2015.

Gómez Quijano, Arturo. Comunicación para ganar. Autoeditado. 2019.

Covey, Stephen MR. El factor confianza. El valor que lo cambia todo. Paidós Empresa. 2006.

Sinek, Simon. Los líderes comen al final. Por qué algunos equipos funcionan bien y otros no. Empresa Activa, 2014.

Barlow, Janelle y Stewart, Paul. El valor de la marca en el servicio al cliente. Gestión 2000, 2004.

Malone, Chris y Fiske, Susan T. The human brand. Medir y mejorar la experiencia del cliente. Profit Editorial, 2019.

Pérez Ortega, Andrés. Marca personal para dummies. Dummies, 2014.

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

Información disponible en el campus virtual del alumno.

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

Esta guía docente se ha realizado de acuerdo a la Memoria Verificada de la titulación.