COMUNICACIÓN E INTANGIBLES CORPORATIVOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS (2017-18)

DATOS GENERALES

Código 43601

Créditos ECTS 5

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
COMUNICACION Y PSICOLOGIA SOCIAL	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS

Contexto de la asignatura

La dirección de comunicación e intagibles en y para las organizaciones, privadas o públicas, familiares o de otra naturaleza, sobre todo las de las de las industrias culturales y creativas. Gestión de recursos y activos intangibles orientados a resultados. Comunicación personal y Dircom. Comunicación, intangibles y modelos de negocio. El Plan estratégico de la comunicación organizacional. Valoración, medición y monitores. Reputación on line y off line. Tendencias en la gestión de la comunicación corporativa e intangibles.

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2017-18)

Ofrecer una visión integrada de la comunicación en las organizaciones en el actual contexto de la economía creativa y de valorización de los activos y recursos intangibles.

Que el estudiante conozca cómo y quiénes gestionan de forma integral, los intangibles, la reputación y la marca corporativos, en las instituciones o empresas, privadas o públicas, familiares o de otra naturaleza.

Que el estudiante aprenda a realizar proyectos y planes en materia de comunicación e intangibles vinculados a las industrias creativas.

Que el estudiante conozca las vías para captar fondos y financiar proyectos de las industrias culturales y creativas y que ponga en práctica el papel de la comunicación personal y organizacional para tal fin.

Al finalizar la asignatura, el alumno será capaz de ejercer como experto en la gestión estratégica de la imagen, identidad y reputación corporativa de la empresa, privadas o públicas, familiares o de otra naturaleza, sobre todo de aquellas directamente relacionadas con las industrias creativas.

Será capaz de liderar un proyecto personal, con base on line, en materia de industrias creativas.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

1. FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y LOS INTANGIBLES EMPRESARIALES.

2. LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y DE INTANGIBLES: ACTITUDES Y APTITUDES PARA DIRIGIR PROYECTOS EN INDUSTRIAS CREATIVAS DESDE LOS INTANGIBLES.

3. PROCESOS DE TRABAJO EN LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y GESTIÓN DE INTANGIBLES.

4. COMUNICACIÓN ON LINE Y BLOG

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

La evaluación consta de tres criterios:

1. Implicación, actitud y proactividad hacia el aprendizaje y el trabajo colaborativo (15%)

2. Proyecto o proyectos grupales y, en su caso, prácticas parciales (60%)

3. Prueba objetiva de conocimientos teóricos (25%)

Las clases teóricas y las clases prácticas están íntimamente relacionadas, y además suelen producirse de manera sucesiva en una misma sesión de cuatro horas. El control de asistencia es requerido por tanto en todas las sesiones del máster. Por debajo del 80% de asistencia (es decir, con más de 10 horas de ausencia de las 50 horas de las asignaturas de 2 ECTS y más de 20 horas de las 100 horas de las de 4 ECTS), el porcentaje de asistencia ponderará la nota final de la asignatura (por ejemplo, un/a estudiante que haya obtenido un 10 y sólo haya asistido al 70% de las clases tendrá como nota final un 7). Todas las faltas, en cualquier caso, deben justificarse. Es imprescindible obtener al menos 4 puntos en los apartados 2 y 3 para hacer media.

No es recuperable el apartado 1.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
EXAMEN FINAL	Para hacer media con la parte práctica (proyecto), hay que tener superado el test.	EXAMEN TIPO TEST	25
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Se determinará a partir de cantidad y sobre todo calidad de intervenciones en el aula, a partir de conocimientos suministrados (ponentes, profesor, lecturas obligatorias y recomendadas, especialmente). Se valorará la actitud favorable hacia el aprendizaje y hacia el trabajo grupal y colectivo. Se podrá determinar también a partir de la capacidad del alumno para integrarse en grupos de trabajo y a partir de la interacción con el profesorado.	Implicación y proactividad	15

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Se tendrán en cuenta los aspectos relacionados con la originalidad de la propuesta y la adecuación a lo exigido por el profesorado. Se tendrá en cuenta el diseño del documento y de la presentación así como la calidad en la oratoria y presentación verbal, la calidad de la investigación realizada y el manejo de fuentes primarias y secundarias de información. Se tendrá en cuenta las conclusiones y las aportaciones, especialmente. Se tendrá en cuenta el número de miembros que han trabajado en el proyecto y en la complementariedad de los perfiles de los integrantes del grupo. El profesorado determinará el número óptimo de miembros (preferentemente, no inferior a 3).	2. Proyecto o proyectos grupales y, en su caso, prácticas parciales	60