

# **Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado**

## **Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones**

### **GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):**

#### **Modelos y tendencias en planificación estratégica (2021 - 2022)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: <b>Modelos y tendencias en planificación estratégica</b>	Código: <b>835901107</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro: <b>Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado</b></li> <li>- Lugar de impartición: -</li> <li>- Titulación: <b>Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones</b></li> <li>- Plan de Estudios: <b>2018 (Publicado en 2018-09-19)</b></li> <li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li> <li>- Itinerario / Intensificación:</li> <li>- Departamento/s: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li> <li>- Área/s de conocimiento: <b>Comunicación Audiovisual y Publicidad</b> <b>Periodismo</b></li> <li>- Curso: <b>1</b></li> <li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li> <li>- Duración: <b>Primer cuatrimestre</b></li> <li>- Créditos ECTS: <b>3,0</b></li> <li>- Modalidad de impartición: <b>Presencial</b></li> <li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li> <li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li> <li>- Idioma: <b>Castellano</b></li> </ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: <b>MARÍA AUXILIADORA GABINO CAMPOS</b>
- Grupo: <b>1</b>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre: <b>MARÍA AUXILIADORA</b></li> <li>- Apellido: <b>GABINO CAMPOS</b></li> <li>- Departamento: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li> <li>- Área de conocimiento: <b>Comunicación Audiovisual y Publicidad</b></li> </ul>
<b>Contacto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teléfono 1:</li> <li>- Teléfono 2:</li> <li>- Correo electrónico: <b><a href="mailto:mgabinoc@ull.es">mgabinoc@ull.es</a></b></li> <li>- Correo alternativo:</li> <li>- Web: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li> </ul>

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda

Observaciones: Las tutorías en el Escenario 0 serán presenciales. Las tutorías en el Escenario 1 serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello (correo electrónico o Google Meet). El alumno deberá acceder a través de su cuenta institucional de la ULL.

Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda

Observaciones: Las tutorías en el Escenario 0 serán presenciales. Las tutorías en el Escenario 1 serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello (correo electrónico o Google Meet). El alumno deberá acceder a través de su cuenta institucional de la ULL.

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Nuevas estrategias en comunicación política y corporativa**  
Perfil profesional:

#### 5. Competencias

##### Competencias Generales

**CG2** - Capacidad para organizar y planificar acciones dentro del ámbito profesional, con una orientación hacia la consecución de metas y de resultados concretos, y con un compromiso ético

**CG3** - Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios para lograr objetivos y resolver problemas conjuntamente

##### Competencias Básicas

**CB6** - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

**CB7** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

**CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

**CB9** - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

**CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

#### Competencias Especificas

**CE5** - Capacidad para seleccionar y aplicar las distintas metodologías y técnicas de investigación con el fin de realizar diagnósticos complejos sobre la comunicación de las organizaciones, instituciones y líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación

**CE6** - Capacidad de formular objetivos, diseñar acciones innovadoras, ofrecer resultados y cuantificar costes en los distintos aspectos comunicativos fundamentales de las organizaciones

**CE7** - Conocimiento de los mecanismos de planificación y gestión de la comunicación, y capacidad de aplicarlos de forma innovadora en la consecución de objetivos estratégicos de carácter institucional, empresarial o político

**CE14** - Capacidad para idear, diseñar y ejecutar campañas de comunicación política y electoral, en el marco de una planificación estratégica e integral

**CE17** - Conocimiento de los principios de la responsabilidad social y capacidad para aplicarlos en el marco de la comunicación organizacional

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- La planificación estratégica (conceptos básicos y fases) y los diferentes modelos teóricos.
- La investigación previa como eje del diseño del plan estratégico.
- La redacción del plan estratégico: acciones, calendario y presupuesto.
- Técnicas de comunicación interna y externa de las organizaciones.
- Responsabilidad Social Corporativa y comunicación en crisis en el plan estratégico.
- Criterios para evaluar un plan estratégico

### Actividades a desarrollar en otro idioma

Visionado de material audiovisual en inglés.

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

**Descripción**

**IMPORTANTE: Las clases se realizarán presencialmente y a través de Google Meet para adaptarlas a la modalidad de presencialidad limitada derivada de la situación sanitaria creada por el covid-19.**

**METODOLOGÍA**

Los sustentos metodológicos siguen las directrices del modelo de Enseñanza-Aprendizaje Centrado en el Alumnado, que fue aprobado en Consejo de Gobierno el pasado 19 de marzo del 2021. Además, esta materia está integrada dentro de los Proyectos de Innovación y Transferencia Educativa de la ULL a través de la implementación de la metodología de **Aprendizaje por Servicio Universitario** y en perfecta sintonía con la declaración en favor de los ODS y la Responsabilidad Social Universitaria.

El alumnado adquirirá los contenidos básicos de la asignatura a través de clases magistrales en las que deberá tener un papel activo. Asimismo, se realizarán trabajos prácticos en el aula y la realización de una intervención centrada en la metodología de Aprendizaje por Servicio Universitario que se simultanearán con actividades centradas en la resolución de casos.

**Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	12,00	0,00	12,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	12,00	0,00	12,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	25,00	25,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	5,00	5,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	5,00	5,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]

Preparación de exámenes	0,00	10,00	10,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Realización de exámenes	1,00	0,00	1,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Asistencia a tutorías	1,00	0,00	1,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos	2,00	0,00	2,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Salidas de campo/visitas	2,00	0,00	2,0	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]
Total horas	30,00	45,00	75,00	
Total ECTS			3,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

Castillo, A. y Álvarez, Alejandro (...). Evaluación en comunicación estratégica. España: McGrawHill Educación.  
 Pérez, Rafael Alberto (2005) Estrategias de comunicación. Barcelona, España: Editorial Ariel.  
 Sánchez-Blanco, Cristina (2011). Planificación estratégica. Madrid, España: Editorial Universitas.  
 Tur-Viñes, V. & Monserrat-Gauchi, J. (2014). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. Razón y Palabra.

### Bibliografía Complementaria

Álvarez Ruiz, A. (2012).  
 La magia del planner  
 . Madrid, España: Esic Editorial.  
 Cuesta, U. (2012).  
 Planificación estratégica y creatividad  
 . Madrid: ESIC.  
 Guardia, M. L. (2009). El planner, la clave de la publicidad eficaz: su papel como estrategia y orientador de creatividad.  
 Economía industrial,  
 nº 373, pp. 197-210.

Lannon, J., & Baskin, M. (eds.). (2007).  
 A Master Class in Brand Planning. The Timeless Work of Stephen King  
 . West Sussex (England): John Wiley & Sons.  
 Ries, Al y Trout, Jack (1993).  
 Posicionamiento.  
 Madrid, España: McGrawHill/Interamericana.  
 Steel, Jon (2012).  
 Verdades, mentiras y publicidad. El arte de la planificación de cuentas  
 . Madrid, España: Editorial Fragua.

#### Otros Recursos

Se irán proporcionando a lo largo del curso y se colocarán en el Aula Virtual de la asignatura.

## 9. Sistema de evaluación y calificación

#### Descripción

El sistema de evaluación que se aplica en esta asignatura comprende una prueba teórica (20%) integrada preguntas de respuesta corta; elaboración y exposición de un Plan estratégico de Comunicación para una empresa del tercer sector (50%); resolución de ejercicios, casos y/o problemas expuestos durante las clases (30%),

Para el alumnado que **NO** puedan seguir la **EVALUACIÓN CONTINUA**: aplicará una prueba teórica (20%) integrada preguntas de respuesta corta; elaboración y exposición de un Plan estratégico de Comunicación para una empresa del tercer sector (50%); resolución de ejercicios, casos y/o problemas expuestos durante las clases (30%).

#### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas de respuesta corta	[CE17], [CE7], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]	Preguntas de respuesta corta. Se valorará el conocimiento de la parte teórica impartida durante el curso.	20,00 %
Trabajos y proyectos	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]	Elaboración y presentación de una propuesta innovadora de planificación estratégica a través de un caso centrado en las carencias comunicacionales de una empresa real del tercer sector. Se valorará la implicación con la empresa del tercer sector, las habilidades comunicativas, la búsqueda y aprovechamiento de los datos obtenidos mediante las labores de investigación previas. Asimismo, la innovación en la defensa y exposición del proyecto.	50,00 %

Pruebas de ejecuciones de tareas reales y/o simuladas	[CE17], [CE14], [CE7], [CE6], [CE5], [CB8], [CB7], [CB6], [CG3], [CG2]	Resolución de casos, ejercicios y problemas. Se valorará la capacidad de comprensión y análisis; la aplicación de los conocimientos adquiridos, la toma de decisiones y la evaluación de los resultados obtenidos.	30,00 %
---	--	--	---------

## 10. Resultados de Aprendizaje

RA5 - Realizar diagnósticos sobre la comunicación de las organizaciones, las instituciones y los líderes políticos, sobre el impacto de sus acciones comunicativas y sobre su reputación, mediante la correcta aplicación de las metodologías y técnicas de investigación adecuadas para ello.

RA6 - Formular objetivos y, a partir de ellos, diseñar y ejecutar acciones innovadoras en los distintos aspectos comunicativos fundamentales de las organizaciones.

RA7 - Planificar y gestionar la comunicación institucional, empresarial y política de forma innovadora, para alcanzar objetivos estratégicos previamente formulados.

RA14 - Llevar a cabo campañas de comunicación política y electoral, utilizando herramientas innovadoras, tras un proceso de diagnóstico y planificación.

RA17 - Conocer los principios de la responsabilidad social corporativa y saber aplicarlos de forma innovadora y acorde a los objetivos estratégicos de la organización.

## 11. Cronograma / calendario de la asignatura

### Descripción

La distribución de los temas por semana es orientativo, puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:			0.00	0.00	0.00
Semana 2:			0.00	0.00	0.00
Semana 3:			0.00	0.00	0.00
Semana 4:			0.00	0.00	0.00
Semana 5:			0.00	0.00	0.00
Semana 6:			0.00	0.00	0.00

Semana 8:			0.00	0.00	0.00
Semana 9:	<p><b>Tema 1.</b> Bienvenida a la asignatura. Introducción a la planificación estratégica (conceptos básicos y fases) y los diferentes modelos teóricos.</p> <p><b>Tema 2.</b> La investigación previa como eje del diseño del plan estratégico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor en el aula, platós, laboratorios, etc. Práctica: Análisis de sistemas y estrategias de información.</li> <li>Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común).</li> <li>Trabajo autónomo del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas</li> </ul>	7.00	10.00	17.00
Semana 10:	<p><b>Tema 2.</b> La investigación previa como eje del diseño del plan estratégico.</p> <p><b>Tema 3.</b> La redacción del plan estratégico: acciones, calendario y presupuesto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor en el aula, platós, laboratorios, etc.</li> <li>Salida de campo, o/y visita de representantes de empresas del tercer sector.</li> <li>Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común).</li> <li>Trabajo autónomo del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas</li> </ul>	7.00	10.00	17.00
Semana 11:	<p><b>Tema 4.</b> Técnicas de comunicación interna y externa de las organizaciones.</p> <p><b>Tema 5.</b> Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación en crisis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor en el aula, platós, laboratorios, etc. Debate: Iniciativas para promover la Responsabilidad Social Corporativa.</li> <li>Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común).</li> <li>Trabajo autónomo del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas</li> </ul>	7.00	10.00	17.00

Semana 12:	<b>Tema 6.</b> Criterios para evaluar un plan estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor en el aula, platós, laboratorios, etc.</li> <li>Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común).</li> <li>Trabajo autónomo del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas.</li> </ul>	7.00	10.00	17.00
Semana 13:			0.00	0.00	0.00
Semana 14:			0.00	0.00	0.00
Semana 15:			0.00	0.00	0.00
Semana 16 a 18:	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación mediante prueba escrita; exposiciones, debates y presentación de trabajos y proyectos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación (pruebas escritas, orales, prácticas, etc, utilizadas en la evaluación el progreso de los estudiantes).</li> <li>Exposiciones y presentación de trabajos y proyectos (supervisados por el profesor, desarrollados ante un público especializado o no especializado).</li> </ul>	2.00	5.00	7.00
Total			30.00	45.00	75.00