Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Modelos y tendencias en planificación estratégica (2023 - 2024)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Modelos y tendencias en planificación estratégica	Código: 835901107

- Centro: **Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado**
- Lugar de impartición: **-**
- Titulación: **Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones**
- Plan de Estudios: **2018 (Publicado en 2018-09-19)**
- Rama de conocimiento: **Ciencias Sociales y Jurídicas**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:
  Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social
- Área/s de conocimiento:
  Comunicación Audiovisual y Publicidad
  Periodismo
- Curso: **1**
- Carácter: **Obligatoria**
- Duración: **Primer cuatrimestre**
- Créditos ECTS: **3,0**
- Modalidad de impartición: **Presencial**
- Horario: **Enlace al horario**
- Dirección web de la asignatura: **http://www.campusvirtual.ull.es**
- Idioma: **Castellano**

2. Requisitos de matrícula y calificación

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: **MARÍA AUXILIADORA GABINO CAMPOS**

- Grupo: **1**

General
- Nombre: **MARÍA AUXILIADORA**
- Apellido: **GABINO CAMPOS**
- Departamento: **Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social**
- Área de conocimiento: **Comunicación Audiovisual y Publicidad**

Contacto
- Teléfono 1: **922317233**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **mgabinoc@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:00	12:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Todo el cuatrimestre		Martes	08:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Observaciones: Las tutorías se concertarán previamente enviando un correo electrónico a la profesora.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Lunes	12:30	15:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquieda
Todo el cuatrimestre		Martes	11:00	14:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	3 Izquierda
Observaciones: Las tutorías se concertarán previamente enviando un correo electrónico a la profesora.						

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 interdisciplinares 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

1. La planificación estratégica (conceptos básicos y fases) y los diferentes modelos teóricos.
2. La investigación previa como eje del diseño del plan estratégico.
3. La redacción del plan estratégico: acciones, calendario y presupuesto.
4. Técnicas de comunicación interna y externa de las organizaciones.
5. Criterios para evaluar un plan estratégico.

Actividades a desarrollar en otro idioma

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado

Aplica el Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado (MECA - ULL)
Aula invertida - Flipped Classroom, Aprendizaje Servicio, Aprendizaje cooperativo, Método o estudio de casos,

Descripción

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. 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 otras metodologías activas como Aula invertida; Aprendizaje colaborativo; estudios de caso y aprendizaje basado en proyectos. Será una combinación de:

- Lección magistral/método expositivo (presentación o explicación por parte del profesor)
- Clases prácticas (actividades supervisadas por el profesor en el aula)
- Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común)
- Evaluación (pruebas escritas, orales, prácticas, etc, utilizadas en la evaluación el progreso de los estudiantes)
- Tutoría (período de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en clase)
- Exposiciones, debates y presentación de trabajos y proyectos (supervisados por el profesor, desarrollados ante un público especializado o no especializado)
- Salidas de campo, visitas.

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

Capriotti P. (2021). *DircomMAP. Dirección Estratégica de Comunicación*. https://drive.google.com/file/d/1SKayMpJxlAYPTDBenMip184V1zJnJlmJ/view
Cuenca Fontbona, J. (2017). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación (Vol. III). La investigación estratégica preliminar*. Editorial UOC (Colección Dircom).

González Millán, J. J. y Rodríguez Díaz, M. T. (2019). *Manual práctico de planeación estratégica*. Ediciones Díaz de Santos. https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf
Oliveira, A. (2017). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación (Vol II). Públicos y stakeholders.* Editorial UOC (Colección Dircom).

Bibliografía Complementaria

Cuesta, U. (2012). *Planificación estratégica y creatividad*. Madrid: ESIC.

Lannon, J., & Baskin, M. (eds.). (2007). *A Master Class in Brand Planning. The Timeless Work of Stephen King*. West Sussex (England): John Wiley & Sons.

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

La Evaluación continua requiere la participación activa en las clases y la realización de las siguientes pruebas evaluativas:

1. Resolución de ejercicios, casos y/o problemas expuestos durante la clase: 30% de la calificación final. (Semana 9, 10 y 11)
2. Pruebas de respuesta corta a lo largo del curso con dinámicas activas: 30% de la calificación final. (Semana 9, 10, 11 y 12)
3. Elaboración de un Plan estratégico de Comunicación a una empresa del tercer sector: 40% de la calificación final.

Cubiertos los ejercicios 1 y 2 de las pruebas evaluables de la evaluación continua se entenderá agotada la convocatoria, el alumnado ya no podrá solicitar cambio en el modelo de evaluación, como estipula el reglamento al respecto de la ULL.
El alumnado de evaluación continua mantendrá esa condición para todas las convocatorias del curso. Las actividades aprobadas se guardarán y no tendrán que volver a examinarse en el curso. No se ponderará para la nota final ninguna calificación inferior a 5 en los ejercicios propuestos, por ello cada bloque tendrá que estar aprobado.

Evaluación única
Para optar a la evaluación única, es necesaria su comunicación a través del procedimiento habilitado en el aula virtual de la asignatura antes de haberse presentado a las actividades cuya ponderación compute el 60% de la evaluación continua (Actividades evaluables 1 y 2).

Se aplicará una prueba teórica (40%) integrada preguntas de respuesta corta o/y preguntas tipo test; elaboración y exposición de un Plan estratégico de Comunicación para una empresa del tercer sector (40%); resolución de un caso y/o problema a través de Plan estratégico de Comunicación (20%).

- Los trabajos deberán ser originales y específicos. Tanto en los trabajos como en las distintas pruebas se tendrá en cuenta la capacidad de comunicación, la corrección y la ortografía.
- Se valora la profesionalidad y la ética del alumnado y por ello, el plagio o la conducta no ética como se contempla en los reglamentos de la ULL serán sancionados puntuando con un 0. La reiteración llevará las sanciones que marca la normativa de la ULL al respecto.

Nota para el alumnado de Quinta o posterior convocatoria
El alumnado que se encuentre en la quinta o posteriores convocatorias y desee ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida a la Dirección del Máster. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles al comienzo del periodo de exámenes.

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.	30,00 %

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. Asismismo, la innovación en la defensa y exposición del proyecto.	40,00 %
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 7:			0.00	0.00	0.00
Semana 8:			0.00	0.00	0.00
Semana 9:	**Tema 1.** Bienvenida a la asignatura. Introducción a la planificación estratégica (conceptos básicos y fases) y los diferentes modelos teóricos. **Tema 2.** La investigación previa como eje del diseño del plan estratégico.	Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor. Práctica: Análisis de sistemas y estrategias de información. Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común). **Trabajo autónomo** del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas. **Tutoría** **Pruebas evaluables:** 1. Resolución de ejercicios, casos y/o problemas expuestos durante la clase: 30% de la calificación final. 2. Pruebas de respuesta corta a lo largo del curso con dinámicas activas: 30% de la calificación final.	7.00	10.00	17.00

Semana 10:	**Tema 2.** La investigación previa como eje del diseño del plan estratégico. **Tema 3.** La redacción del plan estratégico: acciones, calendario y presupuesto.	Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor. Salidas de campo o/y visita de representantes de empresas del tercer sector. Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común). **Trabajo autónomo** del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas. **Tutoría** **Pruebas evaluables:** 1. Resolución de ejercicios, casos y/o problemas expuestos durante la clase: 30% de la calificación final. 2. Pruebas de respuesta corta a lo largo del curso con dinámicas activas: 30% de la calificación final. 3. Elaboración de un Plan estratégico de Comunicación a una empresa del tercer sector: 40% de la calificación final.	7.00	10.00	17.00
Semana 11:	**Tema 3.** La redacción del plan estratégico: acciones, calendario y presupuesto. **Tema 4.** Técnicas de comunicación interna y externa de las organizaciones	Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor. Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común). **Trabajo autónomo** del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas. **Tutoría** **Pruebas evaluables:** 1. Resolución de ejercicios, casos y/o problemas expuestos durante la clase: 30% de la calificación final. 2. Pruebas de respuesta corta a lo largo del curso con dinámicas activas: 30% de la calificación final. 3. Elaboración de un Plan estratégico de Comunicación a una empresa del tercer sector: 40% de la calificación final.	7.00	10.00	17.00

Semana 12:	**Tema 6.** Criterios para evaluar un plan estratégico.	Clase teórica y actividades prácticas supervisadas por el profesor.Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común). **Trabajo autónomo** del alumnado de preparación de clases teóricas y actividades prácticas. **Tutoría** **Pruebas evaluables:** 1. Pruebas de respuesta corta a lo largo del curso con dinámicas activas: 30% de la calificación final. 2. Elaboración de un Plan estratégico de Comunicación a una empresa del tercer sector: 40% de la calificación final.	7.00	10.00	17.00
Semana 13:			0.00	0.00	0.00
Semana 14:			0.00	0.00	0.00
Semana 15:	Semana 15 Evaluación mediante prueba escrita; exposiciones, debates y presentación de trabajos y proyectos.	Exposición y presentación de Plan estratégico de Comunicación a una empresa del tercer sector: 40% de la calificación final (supervisados por el profesor y desarrollado ante un público especializado o no especializado).	2.00	5.00	7.00
Semana 16 a 18:	•		0.00	0.00	0.00
		Total	30.00	45.00	75.00