

**Módulo II. Planificación**
**Materia 1. Estrategias de planificación (6 ECTS OB)**

		ASIGNATURAS						
		<i>Dirección Estratégica de la Comunicación</i>	<i>Fundamentos de Planificación</i>	<i>Estrategia: fundamentación y prácticas políticas</i>	<i>Organización de Eventos y Actos</i>	<i>Gestión de Intangibles y Reputación Corporativa</i>	<i>Comunicación Interna</i>	<i>Comunicación de Crisis</i>
COMPETENCIAS								
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	X		X		X	X	
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			X	X	X	X	X
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.	X	X					X
CG2	Poseer habilidades directivas y de planificación.	X	X	X	X	X	X	X
CG6	Conocer el sentido de las estructuras organizativas de empresas e instituciones y su relación con la comunicación pública.	X	X	X	X	X	X	X
CE2	Interpretar y conocer en profundidad las tendencias actuales de la opinión pública, mediante la aplicación de técnicas y herramientas de investigación especializadas propias de la comunicación política y corporativa		X	X		X		X
CE5	Diseñar y gestionar planes y proyectos de comunicación integrales, con especial foco en la planificación estratégica, aplicando los procedimientos desarrollados recientemente en el ámbito de la comunicación política y corporativa.	X	X	X				
CE7	Aplicar los métodos de pensamiento creativo integrando las tendencias del marketing, las estrategias de comunicación institucional y el comportamiento del consumidor para dirigirse a entornos multi-stakeholder, con públicos heterogéneos y multiculturales en entornos dinámicos.	X		X		X		
CE9	Implementar de forma innovadora los avances de la tecnología y nuevos medios para la planificación y ejecución de campañas comunicativas integrales, considerando los diferentes públicos, soportes y contextos.	X			X		X	X
CE14	Conocer el funcionamiento de las administraciones y gobiernos y del entorno empresarial, así como las técnicas para establecer relaciones orientadas a influir en las decisiones políticas.		X	X				X

**CONTENIDOS DE LA MATERIA**

- 1.- Aportaciones de las diversas escuelas y autores a la visión del concepto de estrategia.
- 2.- Elementos que intervienen en la dirección de las organizaciones, especialmente la figura del director de comunicación en la estructura directiva general y sus tareas de gestión.
- 3.- Elaboración de una estrategia de comunicación, tanto interna como externa: definición de fines y objetivos, de públicos y mensajes, la gestión de los tiempos y del presupuesto...
- 4.- Diseño, selección y distribución de una campaña pagada en los medios.
- 5.- Gestión de los intangibles y su medición.
- 6.- Protocolo y organización de diferentes eventos

**OBSERVACIONES**

Algunos contenidos de esta materia se imparten en inglés.