

GUÍA DE ESTUDIO DEL CURSO

Herramientas de la comunicación corporativa

1. Presentación

Bienvenido al curso Introducción al Protocolo y las Relaciones Institucionales, organizado por el [Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada](#), la [Fundación General Universidad de Granada- Empresa](#) y la [Escuela Internacional de Protocolo de Granada](#) (EIP-Granada).

Para superar con éxito este curso, le recomendamos que lea detenidamente la siguiente Guía de Estudio. Le ayudará a familiarizarse con la plataforma de teleformación y le proporcionará toda la información necesaria para que supere sin dificultad los módulos teóricos y prácticos programados para el próximo curso.

2. Información general

Título del curso: **Herramientas de la comunicación corporativa**

Área de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas.

Organizan: [Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada](#), la [Fundación General Universidad de Granada- Empresa](#) y la [Escuela Internacional de Protocolo de Granada](#)

Directora: Manuela Suárez Pinilla

Tutores: Alejandra González Carretero y Antonio Luis Blanco Hurtado

Destinatarios:

Estudiante o Diplomados y Licenciados en: Derecho, Ciencias Económicas y Empresariales, LADE, Traducción e Interpretación, Trabajo Social, Ciencias Políticas, Comunicación y RRPP. Otras titulaciones del área de las Ciencias Sociales y Jurídicas...

Cualquier persona interesada en materia de comunicación empresarial

3. Cómo estudiar un curso virtual

A diferencia de la enseñanza tradicional y presencial, donde el profesor es el eje del proceso de enseñanza-aprendizaje, en la formación on-line el protagonista es el alumno y su actitud dinámica y participativa frente a los diferentes recursos y fuentes de información que se le ofrecen.

El estudio on-line no consiste en una simple descarga de materiales, sino que el alumno debe aprovechar todas las posibilidades que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han puesto a su disposición, otorgándole así una mayor libertad y responsabilidad para alcanzar el éxito en su formación.

De este modo, las personas que sigan el curso podrán fijar un calendario de trabajo personal y ser los 'promotores' de su formación, aunque siempre con la orientación y ayuda de su tutor y la participación del resto de compañeros.

En este proceso, es muy importante que el alumno conozca y maneje el entorno de teleformación de la plataforma Moodle, la herramienta que utiliza el Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada para la formación on-line.

4. Metodología

La metodología de este curso se basa en estrategias propias de una enseñanza activa y autónoma, centrada en la figura del alumno como elemento clave del sistema de formación y con una participación del profesor/tutor como dinamizador y facilitador del proceso de aprendizaje.

Desde el primer momento, se familiarizará al alumno con los sistemas de formación on-line y se creará el ambiente propio de un aula virtual donde el estudiante no tenga la sensación de aislamiento o soledad.

Estudiar sobre papel es diferente a hacerlo ante una pantalla de ordenador, pero las herramientas de comunicación de la plataforma harán más fácil, ameno y dinámico el tiempo de estudio:

- Correo electrónico: permite la comunicación dentro de la plataforma y es muy adecuado para hacer consultas de forma personalizada.
- Foro: al ser los mensajes públicos, sirve para plantear temas de interés general.
- Chat: posibilita comunicarse y "charlar" en tiempo real, tanto acerca de temas propuestos por los alumnos como acerca de otros planteados y planificados por el profesor.

Un elemento clave dentro del desarrollo del curso será el papel que realizará el tutor para orientar al alumno en el seguimiento de los contenidos. Los alumnos contarán en todo momento con la ayuda de un profesor-tutor, que estará disponible para la resolución de cualquier tipo de duda o problema.

Así mismo, los alumnos podrán recurrir al equipo de profesionales de Centro de Enseñanza Virtuales de la Universidad de Granada para resolver cualquier problema técnico

Desde el punto de vista metodológico, el Curso ofrece múltiples recursos para facilitar el estudio:

- Todo el temario estará disponible en la plataforma, estructurado en siete módulos. Cada módulo abarca un área fundamental y han sido seleccionados con el objetivo de proporcionar al alumno un conocimiento global y actualizado.
- Dentro de cada uno de los bloques temáticos, se plantea el desarrollo de unas actividades por parte del alumno, que reforzará de forma práctica e integrada la adquisición de las competencias adecuadas para la comprensión de las materias objeto de estudio en este curso.

5. Objetivos

Los servicios de comunicación de empresas e instituciones se han desarrollado a lo largo de los últimos veinte años en nuestro país para atender las necesidades de la comunicación corporativa. Constituyen ya un elemento fundamental en la estrategia de la Responsabilidad Social Corporativa.

Este curso tiene como objetivo el estudio de las técnicas de comunicación corporativa, a través de conocimiento de los métodos de gestión de la información y sus estrategias. Además, pretende fomentar y ejercitar los aspectos técnico-prácticos para que los participantes completen su formación mediante experiencias y habilidades basadas en casos reales.

Proyectar una buena imagen implica lograr que el mercado reconozca positivamente las actividades de la organización, de los productos y de los servicios que ofrece. En este sentido, el curso esbozará las herramientas corporativas al servicio de la comunicación, ligando elementos teóricos y prácticos.

6. Temario

1. La comunicación corporativa: Servicios de comunicación y relaciones con los medios.

- Introducción a los medios de comunicación
- Redacción periodística de la información
- El gabinete de prensa o comunicación

2. Relaciones institucionales

- Políticas de comunicación
- Formas de relación con los medios informativos

3. Imagen e identidad corporativa.

- La marca y el programa de identidad visual
- Definición de identidad visual
- La política de imagen
- El manual de imagen
- El logotipo
- 4. Fundamentos del marketing.**
- 5. Publicidad: estrategia y herramientas.**
- 6. Patrocinio y mecenazgo.**
- 7. Responsabilidad Social Corporativa**
- 8. Comunicación Corporativa en Redes Sociales**
- Introducción a los medios sociales
- Presencia y gestión eficiente de Facebook
- Presencia en twitter. Guía visual.
- Nociones Generales sobre “Community Manager”

7. Temporización

El curso se desarrollará del 23 de Noviembre al 21 de Diciembre de 2017

Es recomendable dedicar de 1 a 2 horas diarias. En todo caso, la planificación indicada es sólo una orientación para que el alumno lleve adecuadamente el aprendizaje de los diferentes temas, pudiendo cada alumno fijar su propio ritmo de estudio, por ejemplo, decidir cuándo se conecta a la plataforma, realiza una actividad o remite una aportación al foro.

Fechas de entrega

La fecha de entrega tope de todos los trabajos es el **20 de diciembre**. La corrección de los trabajos se realizará una vez cerrado el período de recepción de los mismos.

MÓDULO	FECHA
Tema 1 La comunicación corporativa: Servicios de comunicación y relaciones con los medios.	20 de diciembre
Tema 2 Relaciones institucionales	20 de diciembre
Tema 3 Imagen e identidad corporativa.	20 de diciembre
Tema 4 Fundamentos del marketing.	20 de diciembre
Tema 5 Publicidad: estrategia y herramientas.	20 de diciembre
Tema 6 Patrocinio y mecenazgo.	20 de diciembre
Tema 7 Responsabilidad Social Corporativa	20 de diciembre

8. Evaluación

- Para obtener la calificación de aprobado, el alumno deberá superar el 50% de la carga lectiva planteada en el curso. Será requisito imprescindible la superación de las pruebas y actividades que se indiquen durante el desarrollo del curso.
- Para obtener la calificación de notable, el alumno deberá haber superado el 65% de la carga lectiva planteada en el curso. Será requisito imprescindible la superación de las pruebas y actividades que se indiquen durante el desarrollo del curso.
- Para obtener la calificación de sobresaliente, el alumno deberá haber superado el 85% de la carga lectiva planteada en el curso. Se valorará la calidad de las pruebas y actividades que se indiquen durante el desarrollo del curso.

La nota final del curso estará repartida según los siguientes ítems:

- Realización de actividades y practicas (si procede): 65%
- Acceso a la plataforma (módulo de contenidos, glosario, utilización de enlaces web y bibliografía complementaria, etc.): 15%
- Participación en foros y chats: 20%

Aquellos alumnos que no superen las actividades y prácticas, en tiempo y forma, no podrán obtener el título del curso y sólo se les expedirá un certificado acreditativo de matrícula.

Se aconseja la realización de estos ejercicios para comprobar personalmente el aprovechamiento del curso.

9. Actividades

A lo largo del curso se encontrarán varios tipos de actividades:

- Ejercicios o test específicos de los diferentes módulos que se deberán remitir al tutor para su posterior evaluación.
- Propuestas para ampliar y profundizar en los contenidos con lecturas de documentos y consultas de páginas web.
- Foros y chats: los irá planteando cada tutor a medida que avance el curso según las características e intereses de cada grupo.