

## Asignatura

Nombre Asignatura	Reputación Corporativa
Código	100322044
Créditos ECTS	6.0

## Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	4

## Datos Generales

### ➤ PROFESORADO

José María López de Pedro

### ➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Se espera que el alumno maneje con soltura los conceptos básicos del área de la comunicación de empresas. Se espera además que el alumno tenga un conocimiento general de las actividades que se realizan en otras áreas funcionales de la empresa (finanzas, producción, logística, marketing, recursos humanos...).

El manejo del lenguaje de la comunicación y esa visión general de la empresa le ayudarán a asimilar los conceptos, las ideas y las herramientas que se presentan en el curso.

### ➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

En este curso aspiramos a que los alumnos tengan una visión completa y actualizada de cómo debe gestionarse la reputación de una empresa. Lejos de esa tendencia que hoy es frecuente en algunos colectivos profesionales (académicos, directivos, consultores...) a vincular la gestión de la reputación corporativa a las situaciones de crisis o identificarla únicamente con las tareas de comunicación que se realizan a través de Internet, en este curso presentamos la gestión de la reputación como una tarea que afecta a todas las áreas de la empresa, debe realizarse de una manera continuada y tiene su origen en la misma definición de cuál es la identidad de la empresa. Esperamos, además, que el alumno sepa integrar esta imagen de la reputación en marco más amplio de la dirección de empresas

### ➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Al final del curso, el alumno debería ser capaz de:

1. Comprender las ideas básicas de cualquier texto académico, divulgativo o elaborado por una empresa que esté relacionado con la reputación corporativa.
2. Comunicarse fluidamente empleando el lenguaje básico del área.
3. Usar los conceptos y herramientas del curso para analizar situaciones reales de empresas y

desarrollar sus propios proyectos para diseñar la política reputacional de una empresa.

## ➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

### COMPETENCIAS BÁSICAS

CB1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### COMPETENCIAS GENERALES

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG5 Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Aplicar las técnicas de comunicación, expresión oral y escrita, en especial las utilizadas en la gestión publicitaria y en la comunicación empresarial e institucional.

CE3 - Implementar los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria.

CE4 Manejar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios, de relaciones

públicas y de otras formas de comunicación.

CE5 - Utilizar los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE7 - Gestionar las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE10 - Elaborar el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas

CE13 - Definir e implementar una política de gestión de la información y documentación en una empresa publicitaria y de las relaciones públicas.

CE15 - Gestionar la publicidad y las relaciones públicas en el actual entorno digital y estar preparados para los nuevos avances tecnológicos que se puedan desarrollar.

#### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

## ➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

### **BLOQUE 1: FUNDAMENTOS DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA**

Módulo 1: Reputación corporativa. Aproximación a un concepto complejo

Módulo 2: Cómo funciona la reputación corporativa

Módulo 3: El contexto de la reputación corporativa. El clima en el que la reputación debe ser manejada

## **BLOQUE 2: CÓMO SE CONSTRUYE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA**

Módulo 4: El propósito corporativo y la reputación

Módulo 5: La responsabilidad corporativa y la reputación

Módulo 6: La cultura organizativa y la reputación

Módulo 7: La gestión de las interacciones con las partes interesadas

## **BLOQUE 3: LAS CRISIS DE REPUTACIÓN CORPORATIVA**

Módulo 8: La reputación corporativa y los riesgos

Módulo 9: La gestión de los riesgos reputacionales

## **➤ ACTIVIDADES FORMATIVAS**

DENOMINACIÓN	Nº HOR	% PRESENC.
Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	40	100
Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.).	42	100
Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.	32	50

Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	8	60
Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	24	0
Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.	4	100

## ➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

### **Criterios de evaluación Convocatoria Ordinaria alumnos de 1ª matrícula**

El profesor evaluará a cada estudiante a partir de una nota de evaluación continua y de la nota del examen final realizado al final del curso en convocatoria ordinaria.

Los criterios que se aplican son los siguientes:

- Evaluación Continua: 50%
- Asistencia y participación activa: 10%
- Actividades individuales o grupales realizadas dentro o fuera del aula: 40%
- Exámen Final: 50% (necesario tener mínimo un 4 para tener en consideración la evaluación continua)

Para poder ponderar los elementos detallados en la evaluación el alumno deberá tener una calificación de al menos 4 en el examen final. En caso de no obtener esta nota mínima la calificación de la asignatura será la obtenida en el examen final.

La asistencia a las clases es requisito imprescindible para el seguimiento y consecución de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura. Aquellos alumnos que no hayan asistido al menos al 80% de las sesiones perderán el 10% correspondiente a la Asistencia y participación activa de la evaluación continua.

### **Criterios de evaluación Convocatoria ordinaria alumnos a partir de la 2º matrícula y con dispensa académica.**

En el caso de los alumnos de 2º matrícula y sucesivas, el criterio de asistencia y participación se

suprime.

El alumno será evaluado con los siguiente parámetros en convocatoria ordinaria:

- Evaluación continua (50%): Actividades individuales realizadas dentro o fuera de clase planificadas e informadas a los alumnos con la suficiente antelación.
- Examen final (50%) (necesario tener mínimo un 4 para tener en consideración la evaluación continua)

En cualquiera de los casos, es responsabilidad del alumno el seguimiento de la asignatura, así como de los aspectos que componen su evaluación.

### **Criterios de evaluación Convocatoria Extraordinaria**

Aplica tanto a alumnos de 1ª matrícula como alumnos en segunda matrícula o sucesivas y alumnos con dispensa académica.

El profesor evaluará a cada estudiante a partir de una nota de evaluación continua y de la nota del examen final realizado en convocatoria extraordinaria.

Los criterios que se aplican son los siguientes:

- En caso de tener la evaluación continua aprobada (mayor o igual que 5), se aplicarán los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, manteniéndose la nota ya obtenida en la evaluación continua ordinaria.
- Evaluación Continua: 50%
- Exámen Final: 50% (necesario tener mínimo un 4 para tener en consideración la evaluación continua)
- En caso de haber suspendido la evaluación continua a lo largo del curso, el alumno podrá recuperar la mitad del porcentaje de esta a través de pruebas o trabajos decididos por el profesor. La otra mitad del porcentaje de la evaluación continua no se puede recuperar y ponderará la nota obtenida en la evaluación continua ordinaria.
- Evaluación Continua: 25%
- Evaluación Continua recuperable: 25% (a través de pruebas o trabajos)
- Exámen Final: 50% (necesario tener mínimo un 4 para tener en consideración la evaluación continua)

### **Calificación No presentado**

La calificación de "No Presentado", en cada una de las dos convocatorias oficiales, no consume

convocatoria.

Cuando el alumno se haya presentado a todas las pruebas de evaluación, o a una parte de las mismas, siempre que su peso en la nota final supere el 30%, aunque no se presente al examen final, no podrá ser calificado como No presentado en convocatoria ordinaria, siendo la nota final de la asignatura en convocatoria ordinaria la nota de la evaluación continua.

Se entenderá que un alumno se ha presentado a una prueba si asiste a la misma aunque la abandone una vez comenzada la misma.

La condición de "No Presentado" en la convocatoria extraordinaria estará ligada a la no asistencia al examen final.

### **TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA**

En la evaluación de los exámenes y trabajos escritos del estudiante se tendrá en cuenta su capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva. Se tendrá además en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación. En el caso de examen, los errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

### **➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

Recursos bibliográficos de la Universidad Villanueva: <https://biblioteca.villanueva.edu/>

### **➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

- 1.-Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en: [Horarios](#)
- 2.-El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso 2024-25. [Calendario Académico](#)
- 3.- Tutorías: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

### **➤ PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**



Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.