

<p>DENOMINACIÓN DEL MÓDULO</p> <p>3.4.B Estrategia y gestión de la comunicación digital</p>	<p>Créditos ECTS</p> <p>15</p>
	<p>Lengua en la que se impartirá</p> <p>Euskera, español</p>
<p>Competencias que el estudiante adquiere con dicha materia</p> <p>COMPETENCIAS BÁSICAS:</p> <p>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.</p> <p>CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p> <p>CB6. Que los estudiantes sean capaces de desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como laboral o profesional dentro de su campo de estudio.</p> <p>COMPETENCIAS GENERALES:</p> <p>CG4. Conoce los principios cooperativos y es capaz de reflexionar sobre los mismos. Utiliza diferentes estrategias comunicativas para trabajar en equipo, llevando a cabo el trabajo con responsabilidad, implicándose en el trabajo de grupo y gestionando los posibles conflictos.</p> <p>CE7. Utiliza y domina las tecnologías de la comunicación audiovisual para elaborar contenidos teniendo en cuenta las necesidades específicas del proyecto.</p> <p>CG8. Se adapta a los cambios con flexibilidad, y sabe gestionar tanto las nuevas situaciones como las emociones que se crean en ese cambio. Todo ello le aporta valor añadido a su experiencia, crece y mejora como persona y como profesional, y asume que el fracaso forma parte del propio proceso.</p> <p>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:</p> <p>CE1. Interioriza las funciones y responsabilidades del comunicador audiovisual para poder realizar el trabajo con precisión y profesionalidad.</p> <p>CE2. Busca, selecciona, jerarquiza y verifica cualquier tipo de fuente o documento disponible con el fin de obtener información precisa y fiable.</p> <p>CE8. Realiza la producción, organización, planificación y coordinación de las diferentes fases de un proyecto de comunicación, teniendo en cuenta los recursos humanos, técnicos y presupuestarios previstos.</p> <p>CE10. Diseña, gestiona y difunde el plan de comunicación de una organización, adaptándose a sus necesidades.</p>	
<p>Resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con esta materia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoce y aplica las funciones y responsabilidades del gestor de comunicación de una organización o evento, haciendo hincapié en su labor de <i>community manager</i>. • Analiza los datos de mercado y contrasta las fuentes, para poner en entredicho la interpretación de las misma y, a su vez, sacar sus propias conclusiones. • Lleva a cabo el trabajo de producción necesario en la realización de actividades comunicativas de las organizaciones. • Diseña el plan de comunicación de una organización de acuerdo a las necesidades de la misma. 	

- Ha interiorizado los principios cooperativos y actúa con coherencia ante los mismos, implicándose en el grupo y gestionando los posibles conflictos.
- Identifica los retos y las tareas existentes en la comunicación de las organizaciones, lleva a cabo los trabajos a realizar y propone cambios cuando son necesarios o convenientes.
- Gestiona las nuevas situaciones que surgen en la comunicación de las organizaciones y responde a los imprevistos, asumiendo que puede cometer errores.

Metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

ME1. Lección magistral
ME3. Análisis de casos
ME4. Aprendizaje cooperativo
ME5. Aprendizaje basado en retos
ME6. Aprendizaje basado en proyectos

Actividades formativas

ACTIVIDAD-HORAS-PRESENCIALIDAD (% PRESENCIALIDAD)

Actividades presenciales (112 horas, 30 %):

- **AP1.** Desarrollo, redacción y presentación de trabajos individuales: 12 horas
- **AP2.** Desarrollo, redacción y presentación de trabajos grupales: 10 horas
- **AP3.** Lectura de artículos científicos, libros e informes: 10 horas
- **AP5.** Workshops orientados a la adquisición de competencias: 30
- **AP16.** Estudio de casos: 30 horas
- **AP18.** Tutorización: 20 horas

Actividades no presenciales (263 horas, 70 %):

- ANP1. Estudio y trabajo autónomo: 83 horas
- ANP2. Estudio y trabajo en grupo: 180 horas

Sistema de evaluación de la adquisición de competencias

SISTEMA EVALUACIÓN-PONDERACIÓN

EV1. Trabajos en grupo: 60%

EV2. Trabajos individuales: 20%

EV3. Exposiciones y presentaciones: 10%

EV6. Autoevaluación y co-evaluación del alumno: 10%

Breve resumen de contenidos

- Características y tendencias de la comunicación digital
- Conceptos clave de estrategias de comunicación digital
- Perfil y funciones del responsable de comunicación
- La comunicación de las empresas
- Análisis de mercado, análisis DAFO y benchmarking de la competencia
- Análisis de datos
- Herramientas de gestión y seguimiento de redes sociales
- Estructura, diseño y gestión de un plan de comunicación online
- La comunicación en situación de crisis.