

GUÍA DOCENTE

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación: **COMUNICACIÓN PROFESIONAL EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA Y AMBIENTAL**
 Código: 618000
 Plan de estudios: **MÁSTER UNIVERSITARIO EN HERRAMIENTAS QUÍMICAS** Curso: 1
PARA LA EMPRESA AGROALIMENTARIA Y MEDIO AMBIENTAL
 Créditos ECTS: 4.0 Horas de trabajo presencial: 16
 Porcentaje de presencialidad: 16.0% Horas de trabajo no presencial: 84
 Plataforma virtual: MOODLE

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: RODRÍGUEZ PASCUAL, ALEJANDRO (Coordinador)
 Departamento: QUÍMICA INORGÁNICA E INGENIERÍA QUÍMICA
 Área: INGENIERÍA QUÍMICA
 Ubicación del despacho: Planta baja edificio Marie Curie
 E-Mail: a.rodriguez@uco.es Teléfono: 957212274
 URL web: <http://moodle.uco.es/moodlemap/>

Nombre: ESPINOSA VÍCTOR, EDUARDO
 Departamento: QUÍMICA INORGÁNICA E INGENIERÍA QUÍMICA
 Área: INGENIERÍA QUÍMICA
 Ubicación del despacho: Planta baja edificio Marie Curie
 E-Mail: a02esvie@uco.es Teléfono: 957218478
 URL web: <http://moodle.uco.es/moodlemap/>

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

No se establecen

Recomendaciones

Ninguna especificada



www.uco.es
facebook.com/universidadcordoba
[@univcordoba](https://twitter.com/univcordoba)

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

uco.es/idep/masteres

GUÍA DOCENTE

COMPETENCIAS

CG1	Comprender la implicación de la Química en un contexto industrial
CG5	Relacionar el interés por la innovación y la rentabilidad de los procesos con la necesidad de respetar el medio ambiente
CG6	Desarrollar estrategias creativas y de toma de decisiones frente a problemas agroalimentarios o medioambientales
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
CT2	Hablar en público. Aprender a definir los objetivos y preparar la intervención. Conocer y desarrollar técnicas del lenguaje verbal y gestual. Adquirir seguridad y confianza y controlar las emociones
CT4	Elaborar trabajos aplicados a la industria, organizando el trabajo aprendiendo a localizar, analizar, sintetizar y seleccionar las fuentes de información
CT5	Desarrollar iniciativa y espíritu emprendedor
CT6	Adquirir sensibilidad hacia temas medioambientales y sostenibilidad
CE2	Aplicar las herramientas para divulgar y difundir los resultados empresariales
CE1	Adquirir conocimientos que puedan ser plasmados en una iniciativa industrial y la competencia para concurrir a vías de financiación

OBJETIVOS

La asignatura Comunicación profesional en la industria agroalimentaria y ambiental pretende ser una herramienta útil que permita al estudiante del Máster adquirir conocimientos relacionados con la difusión y divulgación de resultados y/o conocimiento, así como acercar al mismo a las distintas vías de financiación que pueden ayudar tanto a la puesta en marcha de la iniciativa empresarial como al desarrollo de una ya existente.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

Bloque I. COMUNICACIÓN E IMAGEN CORPORATIVA.

Concepto de branding como gestión integral de la imagen de marca de una empresa, institución o iniciativa emprendedora.

Distinción entre identidad, imagen y reputación corporativa.

Elementos que conforman una estrategia de branding: identidad de marca, elaboración de mensajes, identidad visual corporativa, públicos objetivo y canales.

Ejemplos de buenas prácticas de branding en empresas agroalimentarias españolas.

Bloque II. CREACIÓN DE EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO.

Se pretende acercar al alumno al concepto de emprendimiento. Desde la idea hasta la puesta en marcha, vías de financiación y ayuda.

2. Contenidos prácticos

Se impartirán talleres por diversos actores de la sociedad, emprendedores, empresarios, comunicadores.

Se generarán debates entre los alumnos donde desarrollar las herramientas adecuadas para una correcta



GUÍA DOCENTE

expresión.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE RELACIONADOS CON LOS CONTENIDOS

Educación de calidad
Igualdad de género
Trabajo decente y crecimiento económico
Producción y consumo responsables
Paz, justicia e instituciones sólidas

METODOLOGÍA

Aclaraciones

Se adaptará la metodología según cada caso particular, considerando el carácter semipresencial del máster.

Actividades presenciales

Actividad	Total
Actividades de evaluación	1
Ponencia	5
Seminario	5
Trabajos en grupo (cooperativo)	4
Tutorías	1
Total horas:	16

Actividades no presenciales

Actividad	Total
Análisis	24
Búsqueda de información	12
Ejercicios	24
Trabajo de grupo	24
Total horas:	84

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos
Presentaciones PowerPoint - *MOODLE*
Referencias Bibliográficas - *MOODLE*

GUÍA DOCENTE**EVALUACIÓN**

Instrumentos	Porcentaje
Autoevaluación	10%
Exposiciones	20%
Gramática y vocabulario	20%
Pruebas orales	25%
Trabajos en grupo	25%

Periodo de validez de las calificaciones parciales:

Un curso académico

Aclaraciones:

Para la superación de esta asignatura en todas las convocatorias es obligatoria la asistencia a clase al 100%, con las siguientes limitaciones:

- Sólo se podrá faltar al 20% de las clases, que serán debidamente justificadas, por motivos médicos o causa de fuerza mayor.
- Por motivos laborales no se pueden justificar ausencias.

Aclaraciones:**BIBLIOGRAFIA****1. Bibliografía básica**

Imagen profesional y corporativa: cómo mejorarla, sostenerla o revertirla. Rosario Jijena-Sánchez. 2011. Ed Nobuko

Creación de empresas. Abad Guerrero y col. 2012

Empresas de familia, casos y cosas. Jorge Gámez Gutiérrez, 2019

Hablar en público. Carlo Andrea Brentano, 2004

Hablar en público: nuevas técnicas y recursos para influir a una audiencia en cualquier circunstancia. Puchol, Luis, 2008

Comunicación e imagen corporativa. Jime´nez Zarco, Ana Isabel y col. 2011

Más competitivas que pequeñas : imagen corporativa a la medida de su empresa. Guarneros Pérez, Israel. 2014

2. Bibliografía complementaria

Ninguna

GUÍA DOCENTE

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.