



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING

GUÍA DOCENTE DE CULTURA CORPORATIVA

2022-2023

DATOS GENERALES

Nombre:	Cultura Corporativa
Código:	801530
Curso:	2022-2023
Titulación:	Máster Universitario en Dirección de Marketing
Número de créditos (ECTS):	5
Requisitos:	Sin requisitos previos
Ubicación en el plan de estudios:	2022-2023 Primer cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Enero de 2023
Profesor responsable:	Dr. Pablo Rial González

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Las relaciones laborales entre la empresa y su personal vienen determinadas por factores internos y externos a la organización empresarial que, de una forma u otra, influyen en la cultura corporativa.

El acelerado ritmo empresarial y los nuevos desafíos (flexibilidad, creatividad, innovación, capacidad de adaptación) afectan de forma directa a las relaciones laborales y tienen, como se expondrá en esta asignatura, sus ventajas e inconvenientes. El entorno social y laboral está en cambio continuo, los clientes demandan innovación y alta calidad y los trabajadores buscan experiencias laborales que les proporcionen sentido y realización personal en contextos compatibles con sus vidas. Por ello, los líderes de cualquier empresa moderna deberán proteger, promocionar y gestionar, tanto interna como externamente, los principios que integran la cultura organizacional.

Cuando las personas trabajadoras se implican en potenciar y proteger las fuentes de la cultura corporativa, sienten satisfacción y están más involucradas con el proyecto empresarial, desarrollando su labor con máxima eficiencia y seguridad. Por ello, analizaremos de una manera práctica la perspectiva histórica de la cultura corporativa, profundizando en las principales herramientas, conceptos y metodologías orientadas a su gestión.

También se expondrán los diferentes estilos de liderazgo que generan diferentes modelos de organización. El líder del S.XXI se distingue por su capacidad para inspirar a las demás personas a través de la gestión de las emociones, la motivación e infundiendo pasión y entusiasmo en los miembros del equipo. La obtención de los resultados y objetivos de la empresa está íntimamente ligada al clima emocional y relacional de la organización y por tanto el trabajo consciente en el área de la comunicación y las emociones es un elemento diferencial del líder que demandan las organizaciones saludables.

Por último, se abordará la responsabilidad ética y social de la organización para dotarla de legítima reputación, ventaja competitiva y acciones de mejora para crear una auténtica responsabilidad social.

2. OBJETIVOS

- Conocer los elementos componentes de la cultura organizacional, y comprender su proceso de configuración, gestión y de modificación.
- Analizar las nuevas tendencias en “neoliderazgos” que contribuyen en la construcción de una cultura corporativa sólida y sostenible.
- Vincular la cultura corporativa con la ética, en tanto que es un factor decisivo para el éxito del proyecto empresarial.
- Facilitar al alumnado situaciones, problemas y soluciones sobre la toma de decisiones en la gestión de la cultura corporativa.

3. CONTENIDOS

TEMA 1. Aproximación al concepto y elementos de la cultura corporativa

TEMA 2. Métodos de diagnóstico de la cultura corporativa

TEMA 3. La comunicación interna en la organización

TEMA 4. Liderazgo: El pilar clave para la transformación

TEMA 5. Responsabilidad social corporativa: Sostenibilidad y derechos humanos

TEMA 1. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO Y ELEMENTOS DE LA CULTURA CORPORATIVA

Resultados del aprendizaje

Una vez leído este capítulo y realizados los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Comprender el concepto y el alcance de la cultura corporativa en la empresa.
- Diferenciar los principales elementos que forman la cultura empresarial.
- Describir cuales son las funciones de la cultura en la empresa y su contribución al alcance de los objetivos.

Contenido

1. Demarcación conceptual del concepto de cultura corporativa.
2. Elementos que forman parte de la cultura.
3. Los niveles de la cultura.
4. Las variables culturales.
5. Funciones de la cultura en la empresa.

TEMA 2. MÉTODOS DE DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA CORPORATIVA

Resultados del aprendizaje

Una vez leído este capítulo y realizados los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Diagnosticar la cultura de una organización a través de los instrumentos de diagnóstico.
- Definir la cultura objetivo y proponer actuaciones de mejora.

Contenido

1. Conocer la cultura de una organización.
2. Instrumentos de diagnóstico de la cultura corporativa.
3. Definir una cultura meta deseada.
4. Gestión del cambio cultural.

TEMA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ORGANIZACIÓN

Resultados del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar los diferentes modelos de comunicación interna en la organización.
- Describir las herramientas de comunicación interna empleadas hoy en día en las organizaciones para determinar el alcance del mensaje de comunicación deseado.

Contenido

1. Definición y principios básicos de la comunicación interna.
2. Modelos de comunicación interna.
3. ¿Cuáles son los públicos objetivos internos en la organización?
4. Herramientas para la comunicación interna en la sociedad digital.
5. Plan de comunicación interna.

TEMA 4. LIDERAZGO: EL PILAR CLAVE PARA LA TRANSFORMACIÓN

Resultados del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Reconocer los diferentes estilos de liderazgo.
- Entender la influencia del liderazgo en la cultura corporativa.
- Explorar las tendencias de liderazgo actuales.

Contenido

1. El liderazgo y la creación de la cultura corporativa.

2. Estilos de liderazgo.
3. Liderar equipos de trabajo: Lograr y mantener equipos de alto rendimiento.
4. Nuevos paradigmas del líder del siglo XXI: Liderar organizaciones saludables.

TEMA 5. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: SOSTENIBILIDAD Y DERECHOS HUMANOS

Resultados del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Conocer la importancia de la ética en el comportamiento y toma de decisiones de la organización.
- Identificar el alcance de la responsabilidad social de la empresa.
- Definir estilos éticos de adaptación a los cambios en las organizaciones.

Contenido

1. Aspectos éticos de la cultura corporativa.
2. La ética corporativa y la gestión de equipos.
3. La sostenibilidad empresarial y la responsabilidad social corporativa.

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje en Euncet Business School-UPC combina un conjunto de metodologías que permiten al participante alcanzar de una forma práctica e innovadora las competencias propias del perfil profesional de salida establecido en el máster y al contexto digital:

APRENDIZAJE POR PROYECTOS

Realización de trabajos en grupo para desarrollar y presentar tareas y proyectos, resolviendo situaciones y retos que se presentaran en clase.

CASOS PRÁCTICOS

Resolución de supuestos de problemáticas empresariales para experimentar la aplicación práctica de los contenidos teóricos de las diferentes asignaturas.

CLASES PARTICIPATIVAS

Las sesiones lectivas se llevan a cabo mediante la interacción permanente entre el alumnado y el profesorado que las imparte con la finalidad de contrastar los conceptos tratados mediante análisis y debate abierto con el apoyo de casos prácticos reales y simulaciones.

TUTORÍAS ONLINE

Se programarán sesiones *online* de forma personalizada para la resolución de dudas y de apoyo en los distintos trabajos y ejercicios que se plantean en el curso.

5. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 60 % de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 40 % porcentaje restante del examen final, que tiene una convocatoria.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- $NF = \text{Nota Examen Final} \times 40 \% + \text{Nota Evaluación continuada} \times 60 \%$
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación	
Entregas:			48%
	Caso practico DISNEY	25%	
	Proyecto en equipo parcial	50%	
	Presentación proyecto	25%	
Cuestionarios:			12%
	Test parcial - Cultura corporativa	100%	
Examen final			40%
	Examen final	100%	

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Aguirre, A. (2004). La cultura de las organizaciones. Barcelona. Ariel.
- Blanchard, K. y O'Connor, M. (1997). Managing by Values. San Francisco. Berret-Koehler.
- Handy, C. (2007). Understanding organizations. United Kingdom. Penguin.
- Hernández Ortiz, M. J. (Coord.) (2020). Administración de empresas. Madrid. Pirámide.

- Schein, E. y Schein, P. (2017). Organizational culture and leadership (5th Edition). New Jersey. John Wiley and Sons.

6.2 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Gómez, S. (2021). Organizaciones inteligentes. Barcelona. B de Bolsillo.
- Laloux, F. (2014). Reinventing Organizations: A Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness. Brussels. Nelson Parker.
- Rodríguez, V. (2020). Propósito y valores. Profit editorial.