



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# GUÍA DOCENTE CULTURA CORPORATIVA 2023-24

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	CULTURA CORPORATIVA
<b>Código:</b>	801530
<b>Curso:</b>	2023-24
<b>Titulación:</b>	Máster Universitario en Dirección de Marketing
<b>Número de créditos (ECTS):</b>	5
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	Primer cuatrimestre
<b>Departamento:</b>	Dirección estratégica y organización
<b>Responsable del departamento:</b>	Dr. Pablo Rial González
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Septiembre de 2023
<b>Profesor responsable:</b>	Dr. Pablo Rial González Prof. Jordi Sacristán Adrià

### 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.
- Comprender 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.
- Familiarizarse con 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: HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO DE 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 de aprendizaje

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

- Reconocer el concepto y el alcance de la cultura corporativa en la empresa.
- Distinguir los principales elementos que forman la cultura empresarial.
- Describir 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. Factores que influyen en la cultura organizacional.
5. Funciones de la cultura en la empresa.

## TEMA 2. MÉTODOS DE DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA CORPORATIVA

### Resultados de aprendizaje

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

- Analizar 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. Gestión del cambio cultural.
4. Definir una cultura meta deseada.

## TEMA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA: HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN

### Resultados de aprendizaje

El estudiante, 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 de aprendizaje

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

- Reconocer los diferentes estilos de liderazgo.
- Analizar la influencia del liderazgo en la cultura corporativa.
- Comparar 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 de aprendizaje

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

- Reconocer 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: Toma de decisiones.
3. La responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad.
4. RSC y marketing.

## 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 los estudiantes 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	
<b>Entregas:</b>			<b>40%</b>
	CASO DE ESTUDIO	20%	
	PROYECTO: ESTUDIO CULTURAL	50%	
	PRESENTACIÓN	30%	
<b>Cuestionarios:</b>			<b>20%</b>
	CUESTIONARIO TEMA 1 - 4	100%	
<b>Examen final</b>			<b>40%</b>
	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.



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

- Rodríguez, V. (2020). Propósito y valores. Profit editorial.