

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	33363
Nombre	Gabinetes de Prensa y Comunicación Corporativa
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1308 - Grado Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	3	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1308 - Grado Periodismo	9 - Organización y Producción Informativas	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
POP ., ANASTASIA IOANA	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

La asignatura “Gabinetes de Prensa y Comunicación Corporativa”, se integra en el módulo de materias obligatorias, dentro del bloque Organización y Producción Informativas y su objetivo es que el alumno domine, desde el punto de vista de la comunicación desde las organizaciones, los siguientes aspectos:

- 1.-El marco general y concreto de los ámbitos de la comunicación desde las organizaciones, la labor de los departamentos de comunicación y sus políticas comunicativas, así como la praxis profesional, tanto desde el aspecto táctico como estratégico, del director de comunicación. Todo ello en los ámbitos de la comunicación interna así como la externa, muy especialmente en la relación con los medios informativos
- 2.-Los departamentos de comunicación y sus políticas comunicativas.



- 3.-Del jefe de prensa al DIRCOM: perfiles y roles
- 4.-Comunicación corporativa interna y externa
- 5.-Herramientas y vehículos de comunicación: protocolo, marketing, publicidad y relaciones públicas.
- 6.-La planificación y la preparación: el plan de comunicación.
- 7.- La comunicación de crisis

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Correcto uso del idioma, tanto escrito como oral.

Capacidad para el análisis crítico, la reflexión y la negociación

COMPETENCIAS

1308 - Grado Periodismo

- 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.
- 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.
- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes tengan la capacidad y la creatividad necesarias para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.
- Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.
- Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.
- Que los estudiantes posean habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad periodística.



- Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, así como en una tercera lengua (preferentemente el inglés) sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.
- Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), de sus modernas formas combinadas (multimedia) o de los nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
- Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).
- Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos en diferentes entornos (mass media, entornos digitales, gabinetes de comunicación, etc.).
- Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Asimilar conocimientos básicos sobre los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación y de las distintas industrias culturales.
- Conocimiento de la estructura de la comunicación de masas y de sus dinámicas, de acuerdo con el contexto histórico.
- Capacidad de análisis de la función de las instituciones públicas y los diferentes agentes intervinientes en el sector de la industria cultural.
- Conocimiento de los principales grupos de comunicación y de sus relaciones y estrategias empresariales.
- Asimilar destrezas en el diseño, maquetación y demás técnicas de construcción exterior de la información pública.



- Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante en el mundo de la comunicación corporativa y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
- Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación institucional (pública o privada) o empresarial con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales, en sus modernas formas combinadas o nuevos soportes digitales, mediante la hipertextualidad.
- Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión institucional o corporativa.
- Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos.
- Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas y/o comunicativas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos y/o comunicativos.
- Capacidad para idear, planificar y ejecutar proyectos informativos o comunicativos particularmente para el ámbito institucional o corporativo.
- Capacidad y habilidad para desarrollar las principales tareas periodísticas en revistas y magazines.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Introducción a la asignatura

- 1.1. Delimitaciones conceptuales
- 1.2. Glosario de términos

2. Relaciones públicas

- 2.1. Relaciones Públicas. Evolución y situación actual
- 2.2. Teorías de las Relaciones Públicas

3. Comunicación corporativa

- 3.1. Comunicación Corporativa
- 3.2. Comunicación Institucional



4. Gabinetes de comunicación

- 4.1. Departamentos de Comunicación
- 4.2. Comunicación interna
- 4.3. Comunicación externa

5. Comunicación de crisis

- 5.1. Gestión de la comunicación de crisis
- 5.2. Ética

6. La comunicación estratégica: El Plan de comunicación

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula	15,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	5,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	30,00	0
Elaboración de trabajos individuales	20,00	0
Preparación de actividades de evaluación	20,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	12,00	0
Resolución de casos prácticos	18,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

El programa se divide en dos partes claramente diferenciadas, con el fin de adquirir, primero, los conocimientos teóricos necesarios para el adecuado ejercicio del desempeño de comunicador desde una organización y después practicarlo y mejorar los mecanismos de respuesta necesarios

Clases teóricas: Consistente en el estudio y la adecuada profundización en los conocimientos teóricos necesarios para el desempeño de las funciones de comunicación desde las organizaciones.

Clases prácticas: Consistente en el análisis y debate de casuística referida a los temas expuestos, así como en la ejecución de ejercicios prácticos sobre las cuestiones planteadas.



Otras actividades: asistencia a algún foro, conferencia o seminario sobre la materia que pueda coincidir con el desarrollo del curso

EVALUACIÓN

Se divide en dos partes:

1. la parte teórica (70%) se evaluará mediante una prueba objetiva a partir de los contenidos que integran el temario y la bibliografía propuesta;
2. la parte práctica (30%) consistirá en la realización de trabajos prácticos, además de la ejecución de un Plan de Comunicación estratégico sobre una organización/institución. La parte práctica se realizará en grupo según la planificación previa y deberá exponerse en clase.

Para superar la asignatura es necesario tener aprobadas cada una de las partes (teórica y práctica) con 5 puntos sobre 10.

REFERENCIAS

Básicas

- 1. Almansa, Ana (2011). Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. La dirección de la comunicación en la actualidad. Sevilla, Zamora: Comunicación Social.
- 2. Benavides, Juan; Costa, Joan (2001). Dirección de Comunicación empresarial e institucional. Barcelona: Gestión 2000.
- 3. García, Berta (2009). Gabinetes de comunicación on line: claves para generar información corporativa en la red. Zamora: Comunicación Social.
- 4. Castillo, Antonio (2010). Introducción a las Relaciones Públicas. Instituto de investigación en Relaciones Públicas (IIRP), España.
- 5. Costa, Joan (2009). DirCom, estrategia de la complejidad: Nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación. Libro colectivo, Aldea Global.
- 6. Martín, Fernando (1997). Comunicación en empresas e instituciones. De la Consultora a la dirección de comunicación. Universidad de Salamanca (2a edición).
- 7. Moya Hiniesta, Fernando (2013). Los gabinetes de prensa en instituciones y empresas. Información vs. Relaciones Públicas. Correspondencia & Análisis, Numero 3.
- 8. Ramos, Fernando (2002). La comunicación corporativa e institucional. De la imagen al protocolo. Editorial Universitas, Madrid.
- 9. Sotelo Enríquez, Carlos (2008). Introducción a la comunicación institucional. Editorial Aries, Barcelona.
- 10. Villafañe, Justo (2002). Imagen Positiva. La gestión estratégica de la imagen de las empresas. Madrid: Pirámide (2a edición).



Complementarias

- 11. Álvarez, Tomás; Caballero, Mercedes (2004). Vendedores de imagen: Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- 12. Argemí, Marc (2017). El sentido del rumbo: cuando las redes sociales ganan a las encuestas. Barcelona: Ediciones Península.
- 13. Bustos Salinas, Lorena (2013). Trascendencia de los gabinetes de comunicación en la práctica periodística. Lo caso concreto de la nota de prensa. Historia y Comunicación Social. Vol. 18. N.º Esp. Dique. 601-612.
- 14. Costa, Joan (2010). El DirCom hoy: Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía. (Primera edición digital 2014). Barcelona: Costa.Com.
- 15. García Orosa, Berta; Vaquez Sande, Pablo (2012). Los gabinetes de prensa institucionales de los ayuntamientos españoles en internet. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Vol. 18 N.º especial octubre.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

MODALIDAD DE DOCENCIA HÍBRIDA

1. Contenidos

Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la Guía Docente.

2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

Se mantiene el peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos ECTS según lo marcado en la Guía Docente original.

3. Metodología docente

Clases presenciales teórico-prácticas y videoconferencia síncrona a través de BBC.

50% de cada grupo asistirá a las clases presenciales y el otro 50% del grupo seguirá la sesión por videoconferencia desde casa, a semanas alternas.

Publicación de materiales en Aula Virtual.

Tareas por Aula Virtual.



Tutorías por videoconferencia síncrona BBC (en el horario previsto para tutorías).

4. Evaluación

Se mantienen los criterios de evaluación fijados en la Guía Docente original.

5. Bibliografía

Se mantiene la bibliografía recomendada en la Guía Docente.

MODALIDAD DE DOCENCIA NO PRESENCIAL

1. Contenidos

Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la Guía Docente.

2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

Se mantiene el peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos ECTS marcadas en la Guía Docente original y se adaptará tanto el contenido teórico como la parte práctica a las condiciones de las clases no presenciales.

3. Metodología docente

Clases online teórico-prácticas que se podrán complementar con diferentes tipos de materiales y actividades a través del Aula Virtual.

Las actividades podrán ser por videoconferencia síncrona BBC.

Publicación de materiales en Aula Virtual.

Tareas por Aula Virtual

Tutorías por videoconferencia síncrona BBC (en el horario previsto para tutorías).

4. Evaluación



Si en las fechas marcadas para el examen final presencial según el calendario oficial, las instalaciones de la Universidad estuvieran cerradas, el examen presencial será sustituido por una prueba a realizar online a través del Aula Virtual.

5. Bibliografía

Se mantiene la bibliografía recomendada en la Guía Docente.

En el supuesto de que la situación sanitaria cambie y no sea posible el acceso a la bibliografía recomendada, esta se sustituirá por materiales accesibles online.