

**COURSE DATA****Data Subject**

Code	33363
Name	Press office and corporate communication
Cycle	Grade
ECTS Credits	4.5
Academic year	2020 - 2021

Study (s)

Degree	Center	Acad. year	Period
1308 - Degree in Journalism	Faculty of Philology, Translation and Communication	3	Second term

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
1308 - Degree in Journalism	9 - Informative production and organisation	Obligatory

Coordination

Name	Department
POP ., ANASTASIA IOANA	340 - Language Theory and Communication Sciences

SUMMARY**English version is not available**

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

PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

Other requirements

Correcto uso del idioma, tanto escrito como oral.
Capacidad para el análisis crítico, la reflexión y la negociación

OUTCOMES

1308 - Degree in Journalism

- Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and have acquired the competences required for the preparation and defence of arguments and for problem solving in their field of study.
- Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually in their field of study) to make judgements that take relevant social, scientific or ethical issues into consideration.
- Students should be able to work as a team, communicate their own ideas and integrate themselves into group projects aimed at achieving results.
- Students should have the capacity and creativity to take expressive and thematic risks within the availability and time constraints of the communicative production, applying solutions and perspectives based on the development of the projects.
- Students should be able to adapt to technological and socio-occupational changes.
- Students should be able to obtain and select relevant information and sources in order to solve problems and elaborate on strategies.
- Students should possess the ability to organise and plan their tasks, performing them in an orderly manner and prioritising the journalistic processes in a logical manner.



- Students should be able to express themselves fluently and effectively in their own languages, as well as in a third language (preferably English), taking advantage of the linguistic and literary resources that are most appropriate for the different forms of media.
- Students should be able to search for, select, read, interpret and analyse both written and audiovisual texts and documents (analytically, synthetically and critically).
- Students should have an understanding of own and other social, historical, economic and cultural aspects within their relevant contexts.
- Students should be able to experiment and innovate through the understanding and use of the applied methods and technologies.
- Students must be able to communicate in their own language through traditional forms of media (the press, photography, radio, television), through new combined forms (multimedia), through new digital forms (the internet), or through hypertextuality.
- Students must be able to use the communicative and informative technologies and techniques in different medias and combined/interactive systems (multimedia).
- Students must be able to perform the main journalistic tasks, develop them within thematic areas, and apply them to journalistic procedures.
- Students must be able to conceive, plan and execute informative and creative projects in different environments (mass media, digital environments, communication offices, etc.).
- Students must be able to design both formal and aesthetic aspects in written, graphic, audiovisual and digital media, as well as the use of computer techniques for the representation of facts and data through infographic systems.

LEARNING OUTCOMES

English version is not available

WORKLOAD

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Theory classes	30,00	100
Classroom practices	15,00	100
Attendance at events and external activities	5,00	0
Development of group work	30,00	0
Development of individual work	20,00	0
Preparation of evaluation activities	20,00	0
Preparation of practical classes and problem	12,00	0
Resolution of case studies	18,00	0
TOTAL	150,00	



TEACHING METHODOLOGY

English version is not available

EVALUATION

English version is not available

REFERENCES

Basic

- 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, Número 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).

Additional

- 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.

ADDENDUM COVID-19

This addendum will only be activated if the health situation requires so and with the prior agreement of the Governing Council

English version is not available

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.

