

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

Code	36618
Name	Estrategias de comunicación institucional
Cycle	Grade
ECTS Credits	6.0
Academic year	2021 - 2022

Study (s)

Degree	Center	Acad. year	Period
1334 - Degree in Journalism	Faculty of Philology, Translation and Communication	2	First term

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
1334 - Degree in Journalism	5 - Comunicación	Basic Training

Coordination

Name	Department
AGUAR TORRES, JOAQUIN JOSE	340 - Language Theory and Communication Sciences
MARQUEZ MARTINEZ, LUCIA	340 - Language Theory and Communication Sciences

SUMMARY**English version is not available**

Características y estructura de la comunicación institucional contemporánea. Estrategias comunicativas de las distintas instituciones que conforman el escenariosocial y político a nivel local, nacional e internacional. Módulo teórico / práctico que complementa las explicaciones teóricas con la realización de diversas

**PREVIOUS KNOWLEDGE****Relationship to other subjects of the same degree**

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

Other requirements

Es importante que los estudiantes se mantengan al día de las cuestiones de actualidad

OUTCOMES**1334 - 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 should show solidarity with people across the planet, as well as knowledge of the main cultural currents in relation to individual and collective values and respect for human life.
- Students should have an understanding of own and other social, historical, economic and cultural aspects within their relevant contexts.
- Students must be able to reasonably propose ideas from the basics of rhetoric, as well as to communicate through the techniques of persuasion.

LEARNING OUTCOMES

English version is not available

WORKLOAD

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Theory classes	60,00	100
Attendance at events and external activities	20,00	0
Development of individual work	30,00	0
Study and independent work	15,00	0
Readings supplementary material	10,00	0
Resolution of case studies	15,00	0
TOTAL	150,00	



TEACHING METHODOLOGY

English version is not available

EVALUATION

English version is not available

REFERENCES

Basic

- Aced, C. (2013). Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: Editorial UOC.
- Chias, J. Marketing público: por un gobierno y una administración al servicio del público. Mac Graw-Hill. Madrid. 1995.
- De las Heras, C.; Ruiz, I. y Paniagua Rojano, F.J. (2018). Gestión de la comunicación en instituciones. Pearson
- DIRCOM (2013). Manual de comunicación. Madrid: DIN Impresores.
- Losada Díaz, J. C. (2004). Gestión de la comunicación en las organizaciones: Comunicación interna, corporativa y de marketing. Madrid: Ariel.
- Lesaca, J. (2017). Armas de seducción masiva. Madrid: Península.
- López García, Guillermo (2019) La comunicación en la Comunitat Valenciana (2010-2018) : Crisis y cambio. València: Institució Alfons el Magànim
- Molina Cañabate, J. P. (2017). Comunicación corporativa: guía de supervivencia. Madrid: Editorial Grupo 5.
- Sotelo Enríquez, C. (2001) Introducción a la comunicación institucional. Barcelona: Ariel Comunicación.

Additional

- Burgueño, J.L. (2015). Comunicación institucional para periodistas. Barcelona: UOC.
- Kotler, Ph.y Roberto, E.I. Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública. Díaz de Santos. Madrid. 1992.
- .-Laguna, Antonio (2010). Las claves del éxito político. ¿Por qué votan los ciudadanos?. Barcelona:Península.
- Molina Cañabate, J. P. (2011). Introducción a la comunicación institucional a través de internet. Madrid: Editorial Grupo 5.
- Mora, J.M. (2009) 10 ensayos de comunicación institucional. Pamplona: Eunsa
- Pizarroso Quintero, A. (1993). Historia de la propaganda: notas para el estudio de la propaganda política y de guerra. Madrid: Eudema
- Thompson, John B. (2001). El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios



decomunicación. Barcelona: Paidós

- Wilcox, D. L. (2006) Relaciones Públicas, estrategias y tácticas. Madrid: Addison Wesley

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 a la guía docente

2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos ECTS marcadas en la guía docente original

3. Metodología docente

Clase (presencial) teórica/práctica + videoconferencia asíncrona BBC + publicación de materiales en AVV

4. Evaluación

Examen presencial (50%)

Evaluación continua (50%)

5. Bibliografía

La bibliografía recomendada se mantiene porque es accesible

ENSEÑANZA ON LINE

Se mantienen los mismos planteamientos que en la modalidad híbrida