

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

Código	36618
Nombre	Estrategias de comunicación institucional
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1334 - Grado en Periodismo	5 - Comunicación	Formación Básica

Coordinación

Nombre	Departamento
AGUAR TORRES, JOAQUIN JOSE	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación
MARQUEZ MARTINEZ, LUCIA	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

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

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

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

COMPETENCIAS

1334 - Grado en Periodismo

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- 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 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 manifiesten respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.
- 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 y habilidad para buscar, seleccionar, contextualizar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.
- Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Elaborar materiales de comunicación y documentos periodísticos referidos a asuntos económicos, sociológicos, jurídicos e históricos.
- Valorar los derechos fundamentales y las libertades de expresión e información, así como a los derechos y deberes de quienes ejercen la profesión periodística.
- Identificar el conocimiento de los grandes procesos de carácter económico, sociológico, político y cultural contemporáneos.
- Clasificar y acceder a la información económica, politológica, jurídica, histórica y sociológica disponible ya prender a manejarla correctamente.
- Mostrar un conocimiento adecuado de las ciencias de la comunicación en el marco de las ciencias sociales.
- Enumerar los conceptos, modelos y elementos críticos que describen, explican e intentan comprender la comunicación en sus diferentes facetas mediante un conocimiento de naturaleza teórica.
- Adoptar una posición crítica que permita valorar y revisar las diferentes corrientes de estudio sobre la comunicación a partir de los elementos socioculturales que encuentran en su nacimiento y desarrollo.
- Reconocer y aplicar diferentes perspectivas teóricas explicativas de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación. · Encontrar técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información.
- Evaluar críticamente cualquier tipo de fuentes, documentos y hechos con la finalidad, por un lado, de tratarlos convenientemente y, por otro, de transformarlos en informaciones de interés mediante los lenguajes informativo-comunicativos requeridos para cada caso.
- Enumerar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de la información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento. · Familiarizarse con la elaboración correcta de las estrategias de búsqueda, su lenguaje y aplicación.
- Reconocer y analizar la tarea de documentación dentro del proceso de creación de la noticia.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. 1. Introducción a las instituciones

- 1.1. Antecedentes históricos
- 1.2. Administración Local. Local/Ayuntamientos/Diputaciones
- 1.3. Gobierno autonómico/Corts Valencianes/TSJCV
- 1.4. Gobierno de España/ministerios/Congreso/CGPJ/TS
- 1.5. Organismos internacionales
- 1.6. La Corona
- 1.7 Entidades dependientes de los poderes públicos



1.8. Competencias

2. 2. Funciones de un gabinete, comunicación externa al gran público y relación con los medios.

- 2.1. Una aproximación a la propaganda y la comunicación institucional
- 2.2. La figura de dircom y los gabinetes de comunicación: funciones, responsabilidades y relación con el líder.
- 2.3. Relación entre instituciones y partidos políticos

3. 3. Discurso, argumentario y estrategia.

- 3.1 Creación y difusión del argumentario
- 3.2. La nota de prensa
- 3.3 Comparecencia de prensa y plenos de instituciones
- 3.4. Ruedas de prensa del Pleno del Consell
- 3.5 Ruedas de prensa del Consejo de Ministros
- 3.6 DOGV y BOE
- 3.7 RRSS

4. 4. Comunicación digital de líderes y gabinetes.

- 4.1 Estrategias de comunicación en redes sociales
- 4.1. Perfiles en redes sociales: la institución, el político y el ciudadano

5. 5. Comunicación de crisis

- 5.1. Buenas y malas praxis
- 5.2 Cómo sobrevivir a una crisis reputacional

6. 6. Organización de actos institucionales y publicidad institucional

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	20,00	0
Elaboración de trabajos individuales	30,00	0
Estudio y trabajo autónomo	15,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Resolución de casos prácticos	15,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases magistrales
- Exposición por parte del profesor de casos prácticos y debate posterior
- Seminarios especializados y actividades complementarias

EVALUACIÓN

- Actividades formación complementaria: 1 punto (2 Tests de actualidad: 1 punto; 0,5 cada uno) - 10% de la nota final
- Examen de teoría: 4,5 puntos - 45% de la nota final
- Prácticas/Trabajos individuales y/o grupales: 4,5 puntos - 45% de la nota final

REFERENCIAS**Básicas**

- 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.

Complementarias

- 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 de comunicación. Barcelona: Paidós

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